

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมี ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

N แทน จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม

P แทน ค่าที่ใช้ในการพิจารณานัยสำคัญทางสถิติของความแตกต่างกันของ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีปัจจัยต่อความต้องการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย มีแรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ในการตัดสินใจ

T – test แทน การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มี 2 ค่า คือ เพศ

F – test แทน การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 2 ค่า

คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดครอบครัว

SS แทน ผลบวกกำลังสองคะแนน (Sum of square)

MS แทน ค่ากำลังสองเฉลี่ยของคะแนน (Mean square)

df แทน ระดับความเป็นอิสระ (Degrees of freedom)

p – value แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ลำดับในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยได้เสนอขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรตัวอย่าง มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผน

ไทยในแต่ละด้าน ๆ ว่ามีแรงจูงใจในการตัดสินใจใช้บริการเพียงใด

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะแนวทางความคิดเห็นซึ่งผู้ให้บริการมีความต้องการที่จะปรับปรุง

เพิ่มเติม

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

สำหรับกลุ่มประชากรตัวอย่าง มีด้วยกัน 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	93	31.96
หญิง	198	68.04
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 68.04 รองลงมาคือ เป็นเพศชาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 31.96

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	6	2.06
26 – 30 ปี	30	10.31
31 – 35 ปี	120	41.23
มากกว่า 36 ปีขึ้นไป	135	46.40
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 41.23 และมีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.31

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพรายละเอียของผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	38	13.06
สมรส	218	74.91
หม้าย,หย่าร้าง	35	12.03
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่สมรส จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 74.91 รองลงมาคือโสด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.06 และหม้ายหรือหย่าร้าง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 12.03

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	33	11.34
มัธยมศึกษาตอนปลาย	26	8.93
อนุปริญญา/ปวส.	79	27.15
ปริญญาตรี	151	51.89
ปริญญาโท	2	0.69
ปริญญาเอก	0	0.00
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 51.89 รองลงมาคือศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 27.15 และมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.34

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	6	2.06
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	124	42.62
ธุรกิจส่วนตัว	70	24.05
พนักงานบริษัท	74	25.43
อื่น ๆ	17	5.84
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 42.62 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 25.43 ธุรกิจส่วนตัวและจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	5.50
5,001 - 10,000 บาท	112	62.54
10,001 - 20,000 บาท	72	27.15
20,001 - 30,000 บาท	14	4.81
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ รายละเอียดของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้ พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้/เดือน 5,00 -10,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 62.54 รองลงมาคือ มีรายได้/เดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 27.15 และต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในแต่ละด้านว่ามีแรงจูงใจ ในการตัดสินใจใช้บริการเพียงใด

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
มีคุณภาพเหมาะสมและผ่านการรับรองแล้ว	2.63	0.96	ปานกลาง
เครื่องมือที่ใช้บริการภายในร้านมีความเหมาะสม	3.27	0.16	ปานกลาง
ขนาดของร้านมีความเหมาะสมดี	3.58	0.19	มาก
ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิดให้เลือก	3.83	0.20	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมสวยงามน่าใช้	3.55	0.22	มาก
รวม	3.37	0.25	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิดให้เลือก มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.19) รองลงมาคือ ขนาดของร้านมีความเหมาะสมดี มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.19) และบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมสวยงามน่าใช้ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.22)

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจขนาดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงงใจ
ความเหมาะสมของราคาขาย	3.58	0.11	มาก
ป้ายราคาค่าให้บริการบอกที่ชัดเจน	3.59	0.31	มาก
มีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก	3.20	0.59	ปานกลาง
มีการให้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	4.04	0.28	มาก
มีการแบ่งชำระค่าใช้จ่ายในการรับบริการเป็นงวด ๆ สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก	4.30	0.14	มากที่สุด
รวม	3.75	0.29	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านราคา โดยรวมมีแรงงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านมีการแบ่งชำระค่าใช้จ่ายในการรับบริการเป็นงวด ๆ สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก มีแรงงใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.14) รองลงมา คือ มีการให้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีแรงงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.28) และมีป้ายราคาค่าให้บริการบอกที่ชัดเจน มีแรงงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.31)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงงใจ
ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม	4.41	0.19	มากที่สุด
มีการคมนาคมสะดวก	4.04	0.25	มาก
มีรถประจำทางเข้าออกตลอดเวลา	3.84	0.56	มาก
ระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงร้าน	4.21	0.34	มากที่สุด
มีความปลอดภัยในการรับบริการ	4.62	0.85	มากที่สุด
รวม	4.18	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีแรงงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านมีความปลอดภัยในการรับบริการมีแรงงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.85) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม มีแรงงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.19) และระยะเวลาเดินทางจากบ้านถึงร้านมีแรงงใจอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.34)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจขนาดแผนไทยของประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ได้รับส่วนลดพิเศษจากทางร้าน	4.60	0.78	มากที่สุด
ได้รับการแนะนำในการเข้ารับบริการ	4.64	0.87	มากที่สุด
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของร้านที่ให้บริการ	4.50	0.90	มากที่สุด
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน	4.62	0.83	มากที่สุด
มีโปรโมชั่นสำหรับผู้เข้ารับบริการ	4.54	0.82	มากที่สุด
รวม	4.58	0.84	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ได้รับการแนะนำในการเข้ารับบริการ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.87) รองลงมาคือ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.83) และได้รับส่วนลดพิเศษจากทางร้าน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.78)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะแนวทางความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความต้องการที่จะปรับปรุงเพิ่มเติม

คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลสภาพทั่วไปและข้อมูลประเมินปัญหาที่พบในการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ควรปรับปรุงคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่เหมาะสมและผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข และควรมีการดูแลในเรื่องความสะอาดของเครื่องมือเครื่องใช้ภายในร้านอย่างเหมาะสม

2. ด้านราคา

ควรปรับปรุงในเรื่องของความเหมาะสมด้านราคา และควรมีการกำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับการให้บริการในแต่ละด้านและควรมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือใช้บริการเป็นประจำ

3. ด้านการจัดจำหน่าย

ควรมีการปรับปรุงในเรื่องสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรมีการปรับปรุงในด้านการโฆษณาในรูปแบบสื่อต่าง ๆ ของทางร้านและควรมีการเพิ่มเรื่องการโปรโมชันสำหรับผู้ให้บริการให้มากยิ่งขึ้น

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ

เพศ	SS	Df	MS	p-value
ภาพรวม	48.254	290	.174	.000*
รวม	64.667	290	7.247	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การทดสอบสมมติฐานของผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มี เพศแตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ

อายุ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	p-value
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	33.288	13	2.561	5.688	.000*
	ภายในกลุ่ม	124.698	273	0.450		
	รวม	157.986	290			

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การทดสอบสมมติฐานของผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	p-value
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.754	17	0.221	0.871	.609*
	ภายในกลุ่ม	69.215	273	0.254		
	รวม	72.969	290			

จากตารางที่ 4.13 พบว่าการทดสอบสมมติฐานของผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนผลจากการทดสอบสมมติฐานของผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ส่วนสถานภาพที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพที่เหมาะสมและผ่านการรับรอง จากกระทรวงสาธารณสุข และควรมีการดูแลในเรื่องความสะอาดของเครื่องมือเครื่องใช้ภายในร้านอย่างเหมาะสม ด้านราคา ควรปรับปรุงในเรื่องของความเหมาะสมด้านราคา และควรมีการกำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับการให้บริการในแต่ละด้านและควรมีการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือใช้บริการเป็นประจำ ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงในเรื่องสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการปรับปรุงในด้านการโฆษณาในรูปแบบสื่อต่าง ๆ ของทางร้านและควรมีการเพิ่มเรื่องการ โปร โฆษณ สำหรับผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY