

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนากระบวนการผลิตที่ทันสมัยมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว มีสารเคมีเป็นส่วนประกอบซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภค และมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายในประเทศอีกด้วย แต่ในวันนี้ การเปลี่ยนแปลงความนิยมในการใช้สมุนไพรของคนไทย ส่งผลให้กระแสการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติกลับมานิยมอีกครั้ง เพราะผู้คนตระหนักว่า สุขภาพสามารถดูแลตนเองได้ ถ้าพวกเขาใช้สมุนไพรมาเสริมในส่วนที่ขาดไป ก็จะทำให้สุขภาพดีขึ้นและร่างกายแข็งแรง (ประภัสสร, 2543 : 9)

ในวิถีชีวิตประจำวันของเราทุกคน เรามีความต้องการให้ร่างกายสะอาด หอม สดชื่น พร้อมทั้งยังต้องการให้เกิดความสวยงาม ซึ่งเมื่อร่างกายสะอาด หอม สดชื่น และดูสวยงาม จะนำมาสู่การทำให้สุขภาพกายและสุขภาพจิตดีตามไปด้วย เครื่องสำอางจึงกลายเป็นสิ่งที่มีค่าและมีความหมายต่อชีวิตประจำวันของเรา โดยไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงได้เลย ในการทำให้ร่างกายสะอาดด้วยสบู่ แชมพู ยาสีฟัน โฟม หรือเจลสำหรับทำความสะอาดผิวหนังนานาชนิด และการแต่งหน้าทาปาก ตกแต่งผม แต่งสีผม สีผิว แป้งฝุ่นโรยตัว แป้งน้ำหอม ทำให้มนุษย์สวยงาม หอม สดชื่น ชื่นตาชื่นใจต่อทั้งตนเองและรอบข้าง จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์มากมายหลายชนิดที่เราใช้อยู่เป็นประจำจัดเป็นเครื่องสำอางเพราะเครื่องสำอาง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม ประทับผิว รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดความสะอาดและความสวยงามนั่นเอง (พรพรรณ, 2540 : 1) กอปรกับผู้หญิงในยุคปัจจุบันมีบทบาทในวงสังคมนอกบ้านมากขึ้น การตกแต่งร่างกายเพื่อให้ตัวเองดูดีและสวยงามจึงมีความสำคัญ

ดังนั้นเครื่องสำอางจึงทวีความสำคัญอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของสังคมมนุษย์ในปัจจุบันตามที่ แผนกวิจัยบริษัทโอทิลวี แอนด์ เมเธอร์ จำกัดแจ้งตารางแสดงค่าใช้จ่ายของประชากรภายในประเทศ ซึ่งจะเห็นว่าค่าใช้จ่ายด้านความสวยงามมีอัตราเปอร์เซ็นต์สูงขึ้น (ดังแสดงในตารางที่ 1.1)

ปัจจุบันจึงมีผู้ประกอบการธุรกิจเสริมความงามเป็นจำนวนมากมาย และมีการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ซึ่งปัจจุบันร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ เป็นที่รู้จักของ

ประชาชนทั่วไป เพราะมีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศมากถึง 120 สาขา และมีระบบการตรวจสอบมาตรฐานของร้านให้เป็นมาตรฐานเดียวกันอยู่เสมอ และจังหวัดนนทบุรีมีจำนวนสาขากระจายอยู่ 7 สาขา มีกลุ่มประชากรที่มากพอที่จะใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษาได้จึงเลือกจังหวัดนนทบุรีเป็นกรณีศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ด้านการให้บริการของผู้ดำเนินธุรกิจดังกล่าว

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายของประชากรภายในประเทศ

การใช้จ่าย	ปี 1992 (%)	ปี 1993 (%)	ปี 1994 (%)	ปี 1995 (%)
1.การท่องเที่ยว	60	51	49	39
2.อาหาร	55	65	66	81
3.เสื้อผ้า	28	41	43	55
4.การศึกษา	27	25	33	32
5.ความบันเทิง	16	23	26	24
6.เงินออม	13	21	32	31
7.กีฬา	11	7	11	10
8.ลงทุน	9	17	17	24
9.ความสวยงาม	9	7	14	14

ที่มา : Listening Post 1996

แผนกวิจัย บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ จำกัด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮาส์ ออฟ บีวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจ ในบริการแต่ละด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ลูกค้า หมายถึง บุคคลธรรมดาที่ใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรีทั้ง 7 สาขา

การบริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ หมายถึง สิ่งที่เป็นส่วน ประสมการตลาดบริการ ของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลិតภักดิ์ หมายถึง บริการทุกประเภทของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ รวมทั้ง สินค้าที่ร้านใช้ในการให้บริการและมีจำหน่ายแก่ลูกค้า มีรายละเอียดดังนี้

1.1 บริการประกอบด้วย การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า และการขายสินค้าชนิด ต่าง ๆ

1.2 สินค้า สินค้าที่ทางร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ มีไว้บริการและจำหน่าย ประกอบด้วย ผลิตภักดิ์ทางด้านผิวหน้า และผลิตภักดิ์ทางด้านผิวกาย เป็นผลิตภักดิ์ของบริษัท พลอยสวย จำกัด ผลิตภักดิ์เสริมอาหารจากสมุนไพร ซึ่งเป็นผลิตภักดิ์ของบริษัท เอกสมุนไพร จำกัด ผลิตภักดิ์เสริมอาหารสกัดจากน้ำมันดอกทานตะวัน และผลิตภักดิ์โปรตีนจากปลาทะเล น้ำลึก เป็นผลิตภักดิ์ของบริษัท เฮนคินตาตุ๊ก จำกัด ประเทศฟินแลนด์ ดังมีรายละเอียดใน ภาคผนวก

2. ราคาได้แก่ ราคาที่เป็นตัวเงินของบริการและสินค้า ดังมีรายละเอียดในภาคผนวก และต้นทุนเวลาที่ใช้ในการรอกอย

3. การจัดจำหน่ายบริการ หมายถึง จำนวนสาขาที่ให้บริการ ระยะเวลาเปิดให้บริการ ทำเลที่ตั้งของร้าน จำนวนห้องให้บริการของแต่ละสาขา สถานที่จอดรถ

4. การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ หมายถึงกิจกรรมทางการตลาดที่ร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ จัดทำขึ้นเพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจลูกค้า มีรายละเอียดดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) ร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ได้มีกิจกรรมทาง สื่อต่างๆ ดังนี้ ทางโทรทัศน์จะเลือกโฆษณาเฉพาะรายการ เช่นช่วงประกวดนางสาวไทย ทางนิตยสาร เช่น ทิวพูล แพชั่นรีวิว ขวัญเรือน ทางรายการวิทยุต่างจังหวัด

4.2 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) ร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ แต่ละสาขาจะมีพนักงานประจำร้านเพื่อให้ข้อมูลด้านสินค้าและบริการ และจำหน่ายสินค้า

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มี ร้านเปิดบริการอยู่และตามแหล่งชุมชน มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการแจกภายในร้าน การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยง ลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา การจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลด ผลิตภักดิ์ การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการ

บ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการAt Home โดยช่วยสนับสนุนของรางวัลให้แก่ผู้ที่ตอบคำถามถูกต้อง แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง และลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพ สามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 %

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์(Publicity and Public Relations) โดยให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา

5. บุคคล หมายถึง ผู้ที่ให้บริการแก่ลูกค้าและสามารถสร้างคุณภาพในการให้บริการที่ดี โดยขึ้นกับ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ความรู้ความสามารถของพนักงาน ความมีน้ำใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า

6. หลักฐานทางกายภาพ หมายถึงสิ่งๆที่ร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยเป็นสิ่งๆที่มองเห็นและจับต้องได้ ประกอบด้วย สถานที่ บรรยากาศภายในร้าน สภาพภายนอกและภายในของร้าน วัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

7. กระบวนการ ประกอบด้วย กระบวนการเข้าคิว กระบวนการให้บริการก่อนการขาย กระบวนการให้บริการหลังการขาย กระบวนการชำระเงิน กระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี

2. นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ด้านการให้บริการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภคของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวย