

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจสุขภาพและความงามได้ขยายตัวและเติบโตขึ้นทั่วทุกมุมโลก ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์มีความใส่ใจในตัวเองมากขึ้นและอาจเป็นเพราะอดีตโลกยังไม่มีการพัฒนาทางเทคโนโลยีเท่ากับในสมัยปัจจุบัน ดังนั้นจึงส่งผลให้คนในสมัยปัจจุบันเกิดความกระตือรือร้นที่จะดูแลตนเองให้ดีขึ้น ทำให้ธุรกิจสุขภาพและความงามได้รับความนิยม โดยเฉพาะธุรกิจเสริมความงามที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการอย่างมหาศาล เห็นได้จากตลาดธุรกิจเสริมความงามในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดเพิ่มมากถึง 10,000-12,000 ล้านบาทเติบโตเฉลี่ยปีละ 10-15% และมีสถาบันเสริมความงามให้บริการอยู่ไม่ต่ำกว่า 350-1000 แห่งทั่วประเทศ (บิสิเนสไทย, 2008) ในศูนย์การค้าบางสาขามีสถาบันเสริมความงามเปิดประชัน โฉมไม่น้อยกว่า 8-10 แห่งและยังมีแบรนด์ใหม่ๆ ที่เข้ามาในตลาดนี้อย่างต่อเนื่องทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้สูงขึ้น ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสถาบันเสริมความงามมีการขยายตัวคือวิถีชีวิตและทัศนคติของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะมองว่าความงามเป็นปัจจัยที่ 6 ของคน โดยหันมาให้ความสนใจ ผิวหน้า ผิวพรรณและรูปร่างมากขึ้น ซึ่งธุรกิจความงามไม่ใช่เรื่องใหม่แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานการมีสุขภาพกายและใจที่ดี โดยศาสตร์ของความงามมีมากมาย อาทิ อาหารเสริมและเครื่องสำอาง เป็นต้น

ธุรกิจสถานเสริมความงามนั้นยังไม่มีกฎหมายควบคุมในด้านการประชาสัมพันธ์หรือกลยุทธ์การส่งเสริมการขายจริงจางแต่อย่างใด ทำให้เกิดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกินจริงและไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค สำหรับธุรกิจสถานพยาบาลความงามขนาดเล็กที่เป็นที่นิยมเรียกว่า “คลินิก” นั้น จะมีข้อจำกัดจากกระทรวงสาธารณสุขทั้งในด้าน การรักษา การจ่ายยา รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และรายการรักษาทุกขั้นตอนต้องผ่านแพทย์ผู้ดูแลเท่านั้น ในจังหวัดเชียงใหม่มีคลินิกที่เปิดรักษาประเภทเวชกรรมทั่วไป 270 คลินิกและจากการสำรวจเพิ่มเติมพบว่าที่จดทะเบียนเป็นคลินิกเสริมความงามมีประมาณ 60 คลินิก (สำนักงานกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2552) แบ่งคลินิกเสริมความงามเป็น 3 ประเภท คือ คลินิกที่ให้บริการเฉพาะเรื่องลดน้ำหนัก คลินิกที่ให้บริการเฉพาะเรื่องเสริมความงามและคลินิกที่ให้บริการทั้งลดน้ำหนักและเสริมความงาม ซึ่งคลินิกส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่จะเป็นคลินิกประเภทที่ให้บริการทั้งลดน้ำหนักและเสริมความงาม

ในปัจจุบันความสวยงามนับเป็นเรื่องที่เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่ามีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้คน ดังนั้นธุรกิจการให้บริการความงามรูปแบบต่าง ๆ จึงช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เหมาะสมโดยเฉพาะผู้หญิงวัยทำงานที่เป็นกำลังซื้อหลัก สำหรับระดับอายุของผู้หญิงที่เป็นกำลังซื้อหลักในตลาดปัจจุบันนั้นเริ่มตั้งแต่อายุประมาณ 18 ปีขึ้นไปจนถึงวัยทำงานที่มีอายุประมาณ 35 ปี เนื่องจากผู้หญิงกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายเงินสูงสุด (สรรคชัย เตียว ประเสริฐกุล, 2550) และขณะเดียวกันอัตราการทำงานนอกบ้านของผู้หญิงมีอัตราใกล้เคียงกับผู้ชายมากขึ้น โดยมีอัตราอยู่ที่ 77.7% ขณะที่ผู้ชายอยู่ที่ 89.7% ซึ่งเป็นผลสำรวจของ Asain Development Bank (ADB)(อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2551) เนื่องจากผู้บริโภคหญิงกลุ่มนี้จะมีความสนใจในด้านความงามมีแรงกำลังซื้อและกำลังจ่ายกับสินค้าฟุ่มเฟือยนอกเหนือจากสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นได้ง่ายกว่าช่วงวัยอื่น รวมทั้งผู้หญิงวัยทำงานจำนวนมากมีความรู้สึกที่ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาผู้ชายจึงเริ่มเรียนรู้ที่จะทำทุกอย่างด้วยตนเองและมีอำนาจการตัดสินใจซื้อสินค้าต่าง ๆ เอง

ธุรกิจคลินิกเสริมความงามนี้ต้องมีการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ได้จากการเปิดคลินิกเสริมความงามในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีจำนวนมากขึ้นทั้งแบบเฟรซีไซน์และคลินิกเสริมความงามท้องถิ่น เช่น เมดิแคร์คลินิก วุฒิสักดิ์คลินิก เอสเต้เมดิคอลคลินิก มาร์เวลลัสคลินิก เป็นต้น (ผู้จัดการ, 2552 : ออนไลน์) ดังนั้นการที่ธุรกิจคลินิกเวชกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมความงามจะประสบความสำเร็จได้ นอกจากผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความสามารถในการบริการแล้วยังจำเป็นต้องมีความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมและความต้องการลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและเป็นจุด เริ่มต้นสำคัญในกระบวนการทางตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของคลินิกเสริมความงาม

ในปัจจุบันธุรกิจเสริมความงามมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ประกอบกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยเพื่อพัฒนาเครื่องมือแพทย์ให้ผู้บริโภคสวยได้โดยไม่ต้องให้แพทย์ลงมือผ่าตัดและทำให้เกิดความเจ็บปวดได้น้อยที่สุด อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีฐานะเป็นศูนย์กลางด้านการดูแลสุขภาพและความงามในเอเชีย (Chiang Mai Health Hub) ก็มีการขยายตัวในธุรกิจประเภทนี้เป็นอย่างมากและประชาชนส่วนใหญ่ก็ให้ความสนใจที่จะดูแลตัวเองทางด้านสุขภาพและความงาม เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การท่องเที่ยว การลงทุนและอุตสาหกรรมของภาคเหนือ จากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีอัตราการเติบโตสูงและมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้ประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม เพื่อจะได้ทราบว่าผู้หญิงวัยทำงานมีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และจะ

ช่วยทำให้ทราบถึงการใช้บริการคลินิกความงามของผู้หญิงวัยทำงานเป็นไปในทิศทางไหน เพื่อให้เข้าใจผู้หญิงวัยทำงานได้มากขึ้น รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้สำหรับกิจการเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง ลักษณะของการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานประกอบด้วย บริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ สถานที่ที่เลือกใช้บริการและกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการตามลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ คือ 6Ws และ 1H

คลินิกเสริมความงาม หมายถึง สถานที่ประกอบการทางด้านเวชกรรมที่ปฏิบัติการรักษาภายใต้การควบคุมของแพทย์ปริญญาเฉพาะทาง ทำหน้าที่ดูแลและดำเนินการรักษาเน้นในด้านการเสริมความงาม ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้เกิดผลที่ดีขึ้นแก่ลูกค้าทั้งใบหน้าและเรือนร่าง เช่น รักษาผิวพรรณ ลดสิวฝ้า ลดริ้วรอยเหี่ยวย่น ลดรอยตีนกา ลดสัดส่วนร่างกาย ฉีดวิตามินขาวใส สลายไขมัน ลดเซลลูไลท์ แก้มิวแตกถลาย รวมถึงการให้บริการอื่น ๆ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการแลดูมีบุคลิกดีขึ้นด้วยเครื่องมือทางการแพทย์เช่น เลเซอร์ เครื่องสลายไขมัน เป็นต้น

ผู้หญิงวัยทำงาน หมายถึงผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 25-60 ปี ซึ่งเป็นผู้อยู่ในช่วงวัยทำงาน และมีรายได้ประจำเป็นของตนเอง