

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรี ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวดารรัตน์ สุพรรณบรรจง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์เรนัส เสริมบุญสร้าง	ประธานกรรมการ
อาจารย์สุจรรย์พินช์ สุวรรณพันธ์	กรรมการ
อาจารย์ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรี ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม
โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นสตรีที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปี
ขึ้นไปและมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยใช้บริการจากสถานประกอบการร้านเสริมสวย
โดยแบ่งขนาดตัวอย่างแบบโควต้า และทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก แล้วนำข้อมูล
มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และ ค่าเฉลี่ย
เลขคณิต ปรากฏผลดังนี้

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีช่วงอายุตั้งแต่ 16 – 56 ปี
ขึ้นไป โดยแบ่งจำนวนแบบสอบถามที่เก็บจากช่วงอายุต่าง ๆ เป็นจำนวนเท่า ๆ กัน พบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพ
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ โดยเป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ
ในระดับมากต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัย
ด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย
ด้านเวลาในการรอรับบริการไม่นาน ปัจจัยด้านการมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย
ในการให้บริการ ปัจจัยด้านการประสานงานระหว่างช่างทำได้ดี และปัจจัยด้านเวลาในการ
รับบริการไม่นาน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้าน
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า เป็นกันเอง มีน้ำใจ บริการอย่างสุภาพ เข้าใจความต้องการของลูกค้า ปัจจัย
ด้านความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของเส้นผมหรือผิวพรรณของลูกค้า ปัจจัยด้าน
บุคลิกภาพของบุคลากร ปัจจัยด้านการมีความรู้เกี่ยวกับแบบทรงผมแนวโน้มนำแฟชั่นใหม่ ๆ และ
ปัจจัยด้านมีบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก
ต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการสะอาด ระบบการถ่ายเทอากาศดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย
ปัจจัยด้านความสะอาดปลอดภัยของอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ และปัจจัยด้านการมีสถานที่
นั่งพักและนั่งรอรับบริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย
ด้านช่างคอยแนะนำแบบทรงผมที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล สุภาพ และเป็นกันเอง ปัจจัยด้านช่าง
สามารถทำแบบผมได้ตรงกับที่ต้องการ รวดเร็ว ปัจจัยด้านช่างมีชื่อเสียง มีความรู้ความชำนาญใน
การให้บริการ ปัจจัยด้านบริการมีความหลากหลาย ปัจจัยด้านร้านเสริมสวยมีชื่อเสียงและ
มีภาพพจน์ที่ดี ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้าน
ราคาค่าบริการใกล้เคียงกับที่อื่น ๆ ปัจจัยด้านราคาค่าบริการต่ำกว่าที่อื่น ๆ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก
ต่อปัจจัยด้านสถานที่ตั้งใกล้ที่พัก ใกล้ที่ทำงาน ปัจจัยด้านการจราจรไม่ติดขัด สถานที่จอดรถ
สะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยด้านช่างเข้าใจและรู้ใจลูกค้า ปัจจัยด้านช่างให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย ปัจจัยด้านการทราบจากคนรู้จักว่าร้านเสริมสวยนั้นมีช่างฝีมือดี ปัจจัยด้านการทราบจากคนรู้จักว่าร้านเสริมสวยนั้นบริการดี ปัจจัยด้านการทราบจากคนรู้จักว่าร้านเสริมสวยนั้นราคาไม่แพง และปัจจัยด้านช่างให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้บริการสระ-เซ็ท โดยทำเลของร้านเสริมสวยที่นิยมไปมากที่สุดคือ ใกล้ที่พำนัก ในด้านของความถี่ในการใช้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด โดยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาทต่อครั้ง ช่วงเวลาที่มักไปใช้บริการคือใช้เวลารว่างมากที่สุด ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการรับบริการโดยเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่จะใช้เวลาระหว่าง 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง และร้านเสริมสวยในพื้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการมี คือ ร้านเสริมสวยที่สามารถทำทรงผมได้ทุกแบบตามที่ต้องการ

Independent Study Title The Marketing Mix Factors Influencing Selection Decision for Beauty Salon Services of Female Consumers in Mueang District, Chiang Mai Province.

Author Miss Dararat Supanbanjong

M.B.A.

Examining Committee

Lecturer Renus Sermboonsang	Chairman
Lecturer Sujarpin Suwannapan	Member
Lecturer Theerakiti Navarata Na Ayudhya	Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the marketing mix factors influencing selection decision for beauty salon services of female consumers in Mueang District, Chiang Mai Province.

The study was conducted by using questionnaires to collect 300 samples of female consumers who were over 16 years old and lived in Mueang District, Chiang Mai Province, used to get some services from beauty salons. The samples were divided by quota and chosen by convenience sampling. And then the overall data was analyzed as the descriptive statistic in term of percentage value, frequency value and arithmetic. The results were as following:

From collecting 300 samples of female consumers who were age from 16 to over 56 years old which were divided the questionnaires in to six age intervals. The study showed that the majority of the respondents were single, undergraduates education, civil servants occupation with monthly income between 10,001 – 20,000 bath.

The marketing mix factors influencing selection decision for beauty salon services of female consumers in Mueang District, Chiang Mai Province, the respondents gave a high important level to Process, People, Physical evidence, Price, Product and Place respectively. But for Promotion the respondents gave a moderate important level.

Regarding the Process, the respondents gave the high important level to the short time for waiting factor, having modern equipment for services factor, good coordinating between hair stylists and quick time for services factors respectively.

Regarding the People, the respondents gave the high important level to every factors, which were taking care of the customers/ familiarity/ courtesy/ politely services/ understanding customers needs/ competence in explaining details about hair and skin factors, hair stylist's personalities factor, new hair style knowledge and fashion trend factor, and having enough hair stylists for serving factor respectively.

Regarding the Physical evidence, the respondents gave the high important level to service places, which were clean, and sanitary/ available refreshment/ tidiness factors, having clean and sanitary equipment factor, having enough chairs and waiting place factors respectively.

Regarding the Product, the respondents gave the high important level to having hair stylist who can suggest the suitable hairstyle for each customer factor, notify and familiarity factors, quickly serve customer's needs factor, well known hair stylist factor, having service competence factor, having various services factor, well known beauty salon factor and having good will factor respectively.

Regarding the Price, the respondents gave the high important level to non-difference price of the other beauty salons factor, and lower price factor respectively.

Regarding the Place, the respondents gave the high important level to location which was near house/ workplace factor, non-traffic jam factor respectively.

Regarding the Promotion, the respondents gave the high important level to the hair stylist understanding and knowing what the customer want factors, the hair stylist served with gentle factors, having known by familiars that this salon has skillful hair stylist factors, having known by familiars that this salon had good services factors, having known by familiars that the price of services in this salon was inexpensive factors, and the hair stylist gave information about beauty tips factor respectively.

According to this study, the majority of the respondents were use shampoo – blow dry service. The most popular location was near house beauty salon. The majority of the respondents had services once a month, and paid less than 100 bath/time. They preferred to go to beauty salons when they had free time. Most of the respondents wanted to have thirty minutes to one hour for each service time and preferred having the skillful hair stylist who can do every hairstyle available in the beauty salon.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University