

ชื่อโครงการ การใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขต

กรุงเทพมหานคร

แหล่งเงิน วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประจำปีงบประมาณ 2556 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 100,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2556

หัวหน้าโครงการ รองศาสตราจารย์ กัตัญญ หิรัญญสมบุญ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test, F-test และจำแนกความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมมาย้อม/โกรกผมเหตุผลที่มาใช้บริการร้านทำผมเพราะช่างมีฝีมือดี ทำให้สวยงามใจ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งตั้งแต่ 1,001 – 1,500 บาท ความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน มักมาใช้บริการช่วงเย็น 16.01 – 20.00 ของวันหยุด ใช้บริการร้านอยู่ใกล้บ้าน และตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อจำแนกรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน พบว่าด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสภาวะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้านราคาการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมแตกต่างกันและแตกต่างกันในรายด้าน

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาดบริการ พฤติกรรมการใช้บริการ ร้านทำผม บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติ

Research Title: Using chemical and natural hair salon service of women in Bangkok.

Source of Fund: Administrative and Management College. KMITL

Academic Year: 2013 (Budget 100,000 Baht)

Period of Time: 1 year (October 1, 2012-September 30, 2013)

Researcher: Associate Professor Katanyu Hiransomboon

Faculty: Administrative and Management College, KMITL.

ABSTRACT

This research aims to study the behaviors of using chemical and natural hair salon service of women in Bangkok and to study marketing mix affecting using chemicals and natural hair salon service of women in Bangkok. 400 samples were interviewed by using questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and S.D, and testing hypothesis by using t-test, F-test following by LSD.

The study found that most customers used hair dying, the reason to come to hair salon was skilled hairdresser did the good job, service expense per time was 1001 to 1500 baht, frequency of visiting hair salon was uncertain, service using time was regularly in the evening from 16.01 to 20.00 of the holidays, salon nearby home was preferably and made decision by themselves. The overall important level of marketing mix was the most. On each, service personnel had the highest mean, followed by service process, physical evidence, products and services, pricing, promotion and distribution channels respectively.

The hypothesis testing indicated the customers using chemicals and natural hair salon in Bangkok who had different sex, age, education level and occupation had the significant different marketing mix levels, in general and some details.

Keywords : Service Marketing Mixes, Service Using Behavior, Hair Salon, Chemical and Natural Hair Salon Service.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากคุณชวลิต จรัสสุริยงค์ ผู้ก่อตั้งและประธานกรรมการบริหารบริษัท ไทย-มิโกะ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางดูแลเส้นผมภายใต้เครื่องหมายการค้า "ครูเซ็ท" "โปรตอน" "ทอสโพล" ได้กรุณาสับสนุนข้อมูลอุตสาหกรรมบริการเสริมสวย รวมทั้งคุณทัศนีย์ จินดานุวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ และคุณอริญญา จรัสสุริยงค์ ผู้จัดการฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด ได้กรุณาตรวจสอบแบบสอบถามและแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการเสริมสวยต่อไปในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จากแหล่งทุนเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556 ของวิทยาลัยการบริหารและจัดการ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ส่วนให้งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จโดยสมบูรณ์

รศ.กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	3
1.5 สมมุติฐานงานวิจัย.....	5
1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	6
1.7 คำสำคัญของการวิจัย.....	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	8
2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านทำผม.....	12
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติ.....	17
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	33
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	34
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	35
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
บทที่ 4 ผลการวิจัย	39
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสตรีที่ใช้บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมในเขตกรุงเทพมหานคร.....	39
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผม ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.....	42
4.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.....	46
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการตกแต่งผมด้วย สารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.....	52
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	63
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของสตรีที่ใช้บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมี และสารธรรมชาติในร้านทำผมในเขตกรุงเทพมหานคร.....	63
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติใน ร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.....	64
5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ ส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการตกแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.....	66
5.4 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการ ตกแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.....	68
5.5 อภิปรายผลการวิจัย.....	69
5.6 ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	78
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	79
ประวัตินักวิจัย	83

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	40
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทของบริการที่เคยใช้ในร้านทำผม.....	42
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการในร้านทำผม.....	43
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ.....	43
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ.....	44
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเวลาในการใช้บริการโดยส่วนใหญ่.....	45
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานที่ตั้งในการใช้บริการ.....	45
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการ.....	46
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครในภาพรวม.....	47
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์บริการ.....	47
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครด้านราคาบริการ.....	48

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	49
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครด้านการ ส่งเสริมการตลาด	50
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครด้าน กระบวนการบริการ.....	50
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ.....	51
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครด้านสภาวะ ทางกายภาพ.....	52
4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสาร ธรรมชาติในร้านทำผมในเขตกรุงเทพมหานครของสตรีผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน.....	53
4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสาร ธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครของสตรีผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน..	53
4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริการ บุคลากรผู้ให้บริการและโดยภาพรวมของสตรีผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่าง กัน.....	54
4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครของสตรีผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ สมรสแตกต่างกัน.....	56

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครของสตรีผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	56
4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการบริการ บุคลากรผู้ให้บริการสภาวะทางกายภาพ และ โดยภาพรวมของสตรีผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน.....	57
4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครของสตรีผู้ใช้บริการที่มี ระดับรายได้แตกต่างกัน.....	59
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและ สารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครของสตรีผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ แตกต่างกัน.....	60
4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านการช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และภาพรวมของสตรีผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ แตกต่างกัน.....	61

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 การทำสีผม คัดและย้อม ซึ่งเป็นการใช้สารเคมีตกแต่งผมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด.....	1
1.2 ขั้นตอนการใช้สารเคมีคัดผม.....	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2.1 ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บริการ.....	10
2.2 ขั้นตอนของการคัดผม.....	23
2.3 ขั้นตอนของการย้อม.....	25