

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูล และเรียบเรียงจากเอกสารต่างๆ ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- 2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านทำผม
- 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันในการวางกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดโดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7P's (Service Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547) ดังนี้

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนามไม่ว่าจะเป็นความสะดวกความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสิทธิภาพของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและความต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอรรถาธิบายไม่ตรีของพนักงานทุกคนบริการในแต่ละธุรกิจจะมี 3 ประเภท ได้แก่ บริการหลัก บริการเสริม และบริการอื่นๆ ซึ่งบริการทั้งหมดจะต้องมีคุณภาพ โดยที่บริการหลักต้องเป็นตัวที่นำรายได้หลักมาสู่ธุรกิจและต้องมีคุณภาพมากที่สุด บริการเสริมต้องเป็นตัวเสริมบริการหลักและต้องไม่ทำลายบริการหลัก บริการเสริมจะให้บริการได้ต่อเนื่องเมื่อลูกค้ามีความพึง

พอใจกับบริการหลักแล้ว ส่วนบริการอื่นๆ ต้องสร้างความสะดวกอย่างแท้จริงให้กับลูกค้า

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ (The Components of Service) ในฐานะของลูกค้า หรือผู้บริโภคอาจมองเห็นบริการเป็นเพียงกิจกรรมที่จะได้รับจากการซื้อและใช้บริการแต่ความจริงแล้ว ผลิตภัณฑ์บริการหนึ่งอย่างมีส่วนประกอบมากมาย ที่รวมกันขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งอย่าง การแยกแยะ รูปแบบขององค์ประกอบเหล่านั้นจะช่วยให้เข้าใจธรรมชาติและหน้าที่ขององค์ประกอบแต่ละอย่างของการบริการมากยิ่งขึ้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการ คือ ต้องพิจารณาว่าธุรกิจให้ประโยชน์หลักและประโยชน์เสริมอะไรแก่ลูกค้า โดยที่ คุณประโยชน์หลักของบริการ (Core benefit) จะเป็นสิ่งพื้นฐานที่ลูกค้าต้องได้รับจากบริการนั้นๆ ลูกค้าจะไม่มี ความคาดหวังจากคุณประโยชน์หลักของบริการ ซึ่งธุรกิจบริการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี คุณสมบัติหลักของบริการ (Core service/core product) ให้สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เช่น การขนย้ายสิ่งของหรือ บุคคลไปอยู่ในสถานที่ที่ต้องการสำหรับธุรกิจขนส่ง การจัดห้องพักในบริการ โรงแรม หรือการซ่อมเครื่องมือเครื่องจักรที่เสียให้ท่านได้ตามปกติของบริการซ่อมแซมแต่ละประเภท เป็นต้นแต่ลูกค้าจะมีความคาดหวังกับ คุณประโยชน์ส่วนเสริม (Supplementary benefit) ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจ และความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากขึ้น โดยธุรกิจจะต้องพัฒนา คุณสมบัติส่วนเสริมหรือบริการส่วนเสริม (Supplementary service) ที่ช่วยขยายคุณประโยชน์หลักของบริการ ได้แก่ การให้ข้อมูล คำแนะนำ การจัดทำเอกสารการช่วยแก้ปัญหา และการสร้างความสะดวกสบายแก่ลูกค้า เป็นต้น ในการบริการ บางประเภทที่มีการแข่งขันสูง ลูกค้าจะไม่รู้สึกถึงความแตกต่างของคุณสมบัติหลักของบริการ เช่น สายการบินที่มีเส้นทางการบินเหมือนกัน หรือใช้เครื่องบินรุ่นเดียวกัน การแยกแยะความแตกต่างของเตียงนอนในโรงแรมระดับ 4 ดาว หรือคุณสมบัติของบัตรเครดิต ที่สามารถใช้จ่ายในการซื้อสินค้าได้เหมือนกัน เป็นต้น ถ้าหากลูกค้ามองไม่เห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามักจะเลือกบริการที่มีราคาต่ำที่สุด ดังนั้นการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงขึ้นอยู่กับ การสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาคุณสมบัติส่วนเสริมให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (ฉัตรพร เสมอใจ, 2547)

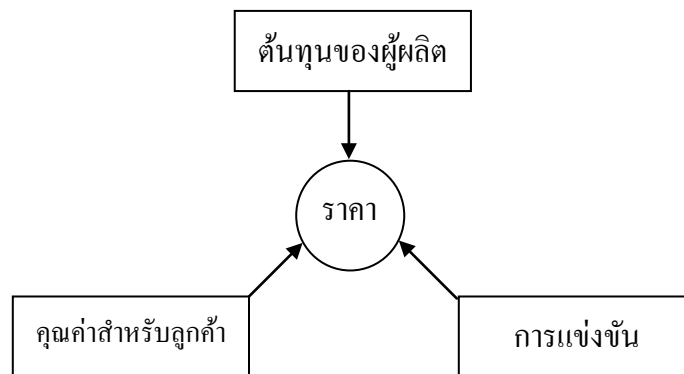
2.1.2 ราคา (Price)

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูง การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่มยอม ทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีภาพหรือความคาดหวังของ

ลูกค้าต่อบริการที่จะได้รับสูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากต่ำลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อการบริการที่จะได้รับ ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่า ราคาที่เป็นเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไปเพื่อมารับบริการกับธุรกิจหนึ่งๆ ดังนั้นการที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูงก็หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลที่ตามมาคือลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ

องค์ประกอบของการกำหนดราคา

องค์ประกอบสำคัญที่ธุรกิจต้องพิจารณาในการกำหนดราคาของบริการมี 3 ประการ คือ



ภาพที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บริการ

ที่มา : ฉัตรพร เสมอใจ. 2547 : 100.

1. ต้นทุนของผู้ผลิต ต้นทุนของผู้ผลิตเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจก็เพื่อกำไร การอยู่รอด และการเติบโตของธุรกิจ จำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจจะต้องทำการพิจารณาถึงต้นทุนทั้งหมด ทั้งต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปรทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการบริการแต่ละครั้ง รวมถึงการบริหาร และจัดการโดยละเอียด เพื่อทราบถึงต้นทุนทั้งหมด แล้วจึงบวกกำไรที่ต้องการออกมาเป็นราคาขาย

2. การแข่งขัน แม้ว่าจจะทราบถึงต้นทุนและกำไรที่ต้องการทราบแล้วก็ได้ไม่ได้หมายความว่า จะสามารถกำหนดราคาตามที่เรพิจารณาจากต้นทุนได้ทันที เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดแล้ว หากมีคู่แข่งในในตลาดอยู่ด้วย ก็จะกลายเป็นข้อเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ของเรากับของคู่แข่ง โดยเฉพาะถ้าผลิตภัณฑ์ไม่มีข้อแตกต่างหรือ มีข้อแตกต่างน้อยมาก ลูกค้าย่อมเลือกสิ่งที่ราคาถูก กว่า ดังนั้นในการกำหนดราคานอกจากต้นทุนแล้ว จึงจำเป็นต้องพิจารณาด้วยว่าคู่แข่งในตลาดกำหนดราคาอย่างไร และการแข่งขันในขณะนั้นมีความรุนแรงมากหรือไม่

3. คุณค่าสำหรับลูกค้า เมื่อผลิตบริการออกมาแล้วเชื่อมั่นว่าสิ่งที่เรานำเสนอเป็นสิ่งที่ดีและมีคุณภาพ แต่ถ้าลูกค้ายังไม่พึงพอใจนั้น หมายความว่ายังไม่ได้มาตรฐานของลูกค้า แต่ถ้าสิ่งที่เรานำเสนอสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เขาก็ยินดีที่จะจ่ายเงินตามที่เรากำหนด การพิจารณาคุณค่าสำหรับลูกค้าจึงเป็นการพิจารณาถึงความรู้สึก ความพึงพอใจ หรือความประทับใจของลูกค้า การซื้อบริการจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกมากกว่าการซื้อสินค้า ลูกค้าจะยอมจ่ายเพื่อความพึงพอใจของเขา โดยพิจารณาจากความคาดหวังและราคาที่จะต้องจ่าย

2.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การให้บริการนั้นสามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน เป็นการให้บริการโดยการเปิดหน้าร้านค้า แล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้นมา การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้เป็นการให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นการให้บริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการดาวน์โหลด (Download) ข้อมูลทางสื่ออินเทอร์เน็ต

2.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการมีความคล้ายกับธุรกิจการขายสินค้า กล่าวคือทำได้ในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยการสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น

สำหรับในธุรกิจบริการ การส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้กันมากยกตัวอย่าง เช่น การลดแลกแจกแถม การส่งเสริมการตลาดแบบนี้เน้นความจงรักภักดีจากลูกค้าด้วยการให้สิทธิประโยชน์สะสม ทุกครั้งของการใช้บริการทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับธุรกิจ การลดราคาบริการโดยใช้ช่วงเวลา เนื่องจากลักษณะของความต้องการในการใช้บริการของลูกค้ามีการขึ้นลง ตามช่วงเวลาของวันการสมัครเป็นสมาชิก ลูกค้าได้รับข่าวสารจากคู่แข่งตลอดเวลา ให้ลูกค้าอาจจะไปทดลองใช้บริการของคู่แข่งได้ และในที่สุดอาจจะสูญเสียลูกค้าไป การให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเป็นการผูกมัดและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างหนึ่งไม่ให้หนีไปไหน ซึ่งสิ่งที่ผู้บริหารต้องทำ คือ ต้องสร้างความแตกต่างของสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกกับลูกค้าทั่วไปได้อย่างชัดเจน และจะต้องมีการจัดการสื่อสารถึงสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้าทราบอย่างแท้จริงการขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า ซึ่งการให้บริการในแต่ละครั้ง ลูกค้า

ยอมต้องการได้รับราคาพิเศษหรือต้องการการลดราคา แต่ธุรกิจไม่ควรลดราคา แต่ควรขายบัตรใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าซื้อบริการไว้ล่วงหน้า ซึ่งอาจจะเป็น 5 หรือ 19 ครั้ง แล้วมาใช้บริการภายในระยะเวลา 6 เดือน หรือ 1 ปี

2.1.5 พนักงานผู้ให้บริการ (People)

พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดที่ให้บริการนั้นซึ่งรวมถึงตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เจ้าของผู้บริหาร มีส่วนสำคัญอย่างมาก ในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ พนักงานในทุกระดับ เป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงาน ในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

2.1.6 กระบวนการให้บริการ (Process)

กระบวนการให้บริการ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอย่างมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัย ในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไป มักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ขั้นตอนต้องประสานงานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

2.1.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการเครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านทำผม

2.2.1 ลักษณะของธุรกิจร้านทำผม

ร้านทำผมเป็นธุรกิจที่มีประเภทของบริการส่วนใหญ่ คือ ตัดผม ซอยผม สระ ไดร้ ตัดผม ครอบคลุมการออกแบบทรงผมและบริการเสริมอื่นๆ ตั้งแต่การแต่งหน้า การนวด การดูแลผิวพรรณ การต่อผม การเปลี่ยนสีผม ทำทรีตเมนต์ อบไอน้ำ การตัดแต่งเล็บมือ เล็บเท้า การเพ้นท์เล็บ เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพของลูกค้าให้ดีขึ้น โดยเน้นการตกแต่งร้านให้เข้ากับสมัยนิยม ทั้งนี้ร้านทำผมได้ขยายการเปิดธุรกิจในหลายทำเล ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ตามแหล่งชุมชนใกล้ที่พักอาศัย และมีหลายแห่งที่เข้าไปเปิดกิจการ

ตามห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าต่างๆ รวมทั้งอาคารสำนักงาน โรงแรม และคอนโดมิเนียม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่ทำธุรกิจ พนักงานขององค์กรเหล่านั้น ตลอดจนผู้ใช้จ่ายใช้สอยในศูนย์การค้า

2.2.2 การจัดแบ่งขนาดร้านทำผม

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติและกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมปี 2553 สามารถจำแนกร้านทำผมตามจำนวนพนักงาน ได้ดังนี้

1. ร้านทำผมขนาดเล็ก จะมีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 5 คน
2. ร้านทำผมขนาดกลาง จะมีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 5-9 คน
3. ร้านทำผมขนาดใหญ่ จะมีจำนวนพนักงานมากกว่า 10 คน

2.2.3 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

ประเภทบุคคลธรรมดา มีลักษณะเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวหรือหลายคน หรือห้างหุ้นส่วนสามัญ ประเภท ไม่จดทะเบียน ผู้ประกอบธุรกิจร้านทำผมประเภทบุคคลธรรมดาไม่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์

ประเภทนิติบุคคล บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

2.2.4 คุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจร้านทำผม

ผู้ที่ประกอบอาชีพนี้ ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา แต่ต้องมีฝีมือ และมีใจรักอาชีพบริการ เสริมความงามให้กับลูกค้า และควรมี คุณสมบัติขั้นต้นและการเตรียมตัวดังต่อไปนี้ (กรมการจัดหางาน, 2547)

1. เข้าอบรมหลักสูตรเสริมสวยระยะสั้นจากโรงเรียนเสริมสวยที่มีชื่อเสียง 6 เดือน โดยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 12,000 บาทซึ่งจะสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เมื่อสำเร็จแล้วจะได้รับประกาศนียบัตร และสามารถนำมาประกอบอาชีพช่างเสริมสวยได้
2. ควรเข้ารับการฝึกหัดประสบการณ์ โดยการเป็นพนักงานหรือลูกจ้างในร้านเสริมสวยประมาณ 6 เดือน - 1 ปี
3. เป็นคนอ่อนน้อม มีมารยาท รู้จักกาลเทศะ และรู้จักเอาใจผู้ใช้บริการ
4. เป็นคนขยัน มีความอดทน และมีความภูมิใจในอาชีพ

2.2.5 บุคลากรในร้านทำผม

1. ช่างทำผม หน้าที่ของช่างทำผมในแต่ละร้านก็มีวิธีการต้อนรับลูกค้าที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาที่ยังไม่มีผู้เข้ามาใช้บริการกับช่างทำผมคนใด ช่างตัดผมคนนั้นก็จะเรียกลูกค้าเข้าร้าน โดยการเสริมโปรโมชันต่างๆ เช่น การตัดผม การตัดผม การย้อมผม การแฮร์สปา การยืดผม เป็นต้นซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ช่างทำผมส่วนใหญ่ของทุกร้านเป็นผู้แนะนำ เพื่อกระตุ้นรายได้ของตนเอง แต่ถ้าช่างทำผมไม่ว่างทั้งหมดก็จะมีพนักงานต้อนรับชัฟฟอร์ตหน้าร้านเช่นเดียวกัน

2. พนักงานทั่วไป พนักงานทุกคนต้องต้อนรับลูกค้าด้วยความสุภาพ ไม่ควรให้ลูกค้าคอยนานเกิน 30 วินาที มีความรู้พื้นฐานพอสมควร บุคลิกภาพต้องสะอาดและมีหน้าเชื่อถือ ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี ขณะปฏิบัติงานไม่แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การเคี้ยวหมากฝรั่ง การเอามือไขว้หลัง ใช้หมีที่มีไว้ปฏิบัติงานในร้านหมีศีรษะตัวเอง เป็นต้น ดังนั้นเจ้าของร้านควรมีหลักการในการคัดเลือกให้ได้ พนักงานที่ดี ต้องนิสัยดี ฝีมือดี รักอาชีพเสริมสวยและที่สำคัญต้องขยัน พร้อมทั้งจะรับลูกค้าที่มาใช้บริการในเวลาเดียวกัน และต้องทำงานเป็นเวลาบ้างในบางครั้ง

2.2.6 การแบ่งพื้นที่และวางแผนผังร้านทำผม

1. บริเวณพื้นที่ต้อนรับลูกค้า ที่ประกอบด้วย ส่วนต้อนรับลูกค้า บริเวณรับแขก และบริเวณการจัดวางผลิตภัณฑ์ที่ขายภายในร้าน การตกแต่งและการจัดวางบริเวณพื้นที่ต้อนรับลูกค้า (Reception Area) ซึ่งพื้นที่ต้อนรับลูกค้าจะเป็นสถานที่แรกที่บุคคลทั่วไปจะมองเห็น และตัดสินใจเลือกใช้บริการ และจะเป็นสถานที่สุดท้ายที่ลูกค้าจะจดจำภายหลังจากออกจากร้าน

2. บริเวณพื้นที่ให้บริการ ที่ประกอบด้วย พื้นที่จัดแต่งทรงผม บริเวณพื้นที่สระผม และพื้นที่ให้บริการอื่นๆที่มีภายในร้าน การตกแต่งและการจัดวางบริเวณพื้นที่ให้บริการ (Service Area) จะเป็นการตัดสินใจของผู้ประกอบการเพื่อจัดให้มีรูปแบบที่เข้ากับความต้องการของผู้ประกอบการ และเข้ากับบริเวณพื้นที่ต้อนรับลูกค้า ซึ่งบริเวณพื้นที่ให้บริการจะประกอบด้วยพื้นที่หลักๆ คือ พื้นที่สระผม (บริเวณพื้นที่เปียก) พื้นที่จัดแต่งทรงผมและอบผม (บริเวณพื้นที่แห้ง) พื้นที่ให้บริการเสริมสวยอื่น เช่น พื้นที่ทำเล็บมือเล็บเท้า พื้นที่ให้บริการนวด

3. ห้องเก็บอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ (Supply Room) ที่ประกอบด้วย พื้นที่เก็บผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ใช้ภายในร้านอุปกรณ์หลัก อุปกรณ์ทำความสะอาด เครื่องซักผ้า ผ้าที่ใช้ในร้าน เป็นต้น ซึ่งอาจจะรวมถึงห้องพนักงาน การจัดการห้องเก็บอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ (Supply Room) ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการได้ โดยขยายของห้องจัดเก็บนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ และขนาดของร้านที่เหมาะสม

2.2.7 การบริหารจัดการร้านทำผม

1. ฝีมือ ร้านทำผมที่ประสบความสำเร็จทั้งหมดส่วนใหญ่คือ ร้านทำผมที่สามารถช่วยให้ลูกค้ามีบุคลิกที่ดีขึ้น ทำงานออกมาตรงตามที่ต้องการฝีมือช่างจึงมีส่วนสำคัญมาก ในกรณีนี้เจ้าของร้านจะเป็นตัวดึงดูดลูกค้าได้ดีที่สุด เพราะลูกค้าจะเชื่อมั่นในตัวช่างมากกว่าคนอื่นใด ช่างที่ดีจะมีจุดเด่นอยู่ 2 ประการคือ ทำงานตามที่ลูกค้าต้องการได้ดี และอีกประการหนึ่งคือ สามารถขึ้นอธิบาย และให้เหตุผลที่ดีกับลูกค้าได้ว่า ทำไมจึงต้องทำแบบนี้หรือไม่จึงต้องเป็นแบบนี้

2. การให้บริการ ร้านทำผมที่มีประสิทธิภาพจะเข้าใจถึงหลักการบริหารที่ดีแก่ลูกค้าได้ดี เพราะเมื่อใดที่ร้านทำผมมีลูกค้าประจำ การเอาใจใส่ต่อลูกค้า ความซื่อสัตย์ และความน่าเชื่อถือของร้านจะเป็นตัวการันตีว่าลูกค้าจะเพิ่มขึ้น ร้านให้บริการดี มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ช่างสามารถตอบปัญหา หรือ

แนะนำสิ่งที่ดีๆ รวมถึงดูแลประโยชน์ให้ลูกค้าได้ดี ไม่หวังเงินจากลูกค้ามากเกินไป และไม่ทำให้ลูกค้าผิดหวัง เมื่อนั้น ร้านทำผมก็จะประสบความสำเร็จ

3. หน้าร้านที่ดึงดูดลูกค้าใหม่ เมื่อบวกกับการบริการที่ดีแล้ว ทำอย่างไรจะให้นร้านทำผมมีลูกค้าหน้าใหม่เดินเข้ามาในร้าน เพื่อรู้ถึงฝีมือและบริการได้ หัวใจของการดึงดูดลูกค้ามีมากมาย ยกตัวอย่างได้ 2 - 3 ประการ คือ การตกแต่งหน้าร้านที่สวยงามตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เช่น มีร้านทำผมที่อยู่ในย่านชานเมือง ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าระดับ C และ B นั่นคือระดับกลางลงล่าง เป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง ชอบเน้นที่บริการเป็นกันเอง และราคา สมเหตุสมผล แต่มีการตกแต่งร้านจนสวยโดดเด่นราคาแพงมากกว่าร้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชื่อดังอันดับหนึ่งของเมืองไทย ลูกค้าอาจจะไม่กล้าเข้าร้าน เพราะคิดว่าร้านนี้มีราคาแพง

2.2.8 ปัจจัยที่จะทำให้ร้านเสริมสวยประสบความสำเร็จ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านทำผมควรจะต้องทราบถึงคุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่รับบริการก่อน เพื่อที่จะสามารถนำมากำหนดรูปแบบการนำเสนอบริการที่สอดคล้องต่อกลุ่มตลาดที่ต้องการได้ และผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงธุรกิจร้านทำผมนี้ ควรเอาใจใส่ในด้านการบริการลูกค้าตลอดเวลา ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า มีความจริงใจในการให้บริการ และมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพราะว่าธุรกิจร้านทำผมนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามแฟชั่น นอกจากนี้ปัจจัยสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านทำผมควรต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ในการจัดตั้งร้าน โดยแบ่งตามลักษณะของร้านทำผมโดยหลักๆ มีดังนี้

1. ร้านทำผมในโรงแรม เป็นลักษณะที่เป็นการดำเนินงานขนาดเล็กตามพื้นที่ที่ตกลงเช่าระหว่างโรงแรมกับเจ้าของร้าน โดยสัญญาเช่าอาจเป็นรายปี ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าของโรงแรม ดังนั้นร้านเสริมสวยในโรงแรมนั้นจะต้องมีความชัดเจนในเรื่องของสิ่งที่โรงแรมจัดเตรียมหรือต้องการมีอะไรบ้าง ความคาดหวังที่ต้องการ ค่าเช่าที่แท้จริงที่จะเกิดขึ้น ระยะเวลาที่แน่นอนในการเปิดร้านและข้อสัญญาต่างๆ กับทางโรงแรม

2. ร้านทำผมในห้างสรรพสินค้า เป็นลักษณะที่เป็นการเช่าพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า ซึ่งอาจจะเป็นสัญญาเช่าระยะสั้น หรือระยะยาว ขึ้นอยู่กับทางห้างนั้นๆ ปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาก่อนการเปิดร้านทำผมในห้างสรรพสินค้า คือ

2.1 ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ของร้านที่ต้องเหมาะสมสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของลูกค้าที่มาเข้าใช้บริการห้างสรรพสินค้าด้วยเช่นกัน เพราะว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการห้างสรรพสินค้าบางส่วนก็อาจเป็นลูกค้าประจำของร้านได้

2.2 ระยะเวลาและความถี่ที่ห้างสรรพสินค้าจะมีการจัดการส่งเสริมการขายในระหว่างปี เพราะว่าในช่วงนั้นจะมีลูกค้ามาเข้าใช้บริการห้างสรรพสินค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลต่อการประมาณการได้ถึงปริมาณลูกค้าที่เข้าใช้บริการร้านทำผมในห้างสรรพสินค้าด้วยเช่นกัน

2.3 รายละเอียดข้อตกลง/สัญญาที่ทำกับทางห้างสรรพสินค้าที่มีผลบังคับใช้ทั้งในปัจจุบันและอนาคตในส่วนของการซื้อบังคับ กฎระเบียบกับทางห้างสรรพสินค้า เนื่องจากผู้ที่มีอำนาจมากที่สุดไม่ใช่ผู้ประกอบการร้านทำผมแต่เป็นผู้จัดการห้างสรรพสินค้า

2.4 ข้อตกลงทั้งหมดทางธุรกิจ ผู้ประกอบการควรจะต้องทบทวน และทำการตกลงให้แน่ใจ ดังเช่นรายได้ของพนักงาน การอนุญาตให้จอดรถทั้งของผู้ประกอบการ พนักงาน หรือของลูกค้า เครดิตการ์ดที่รับระบบบัญชีการตกแต่งร้าน การโฆษณา และระยะเวลาในการเปิดปิดร้านตามระยะเวลาการเปิดปิดของห้างสรรพสินค้า

2.5 การให้บริการเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสวย หรือบริการเสริมสวยอื่นๆ ให้แก่ลูกค้า เนื่องจากความหลากหลายของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในห้างสรรพสินค้ามีมากมาย

3. ร้านทำผมในบริเวณแหล่งการค้า เป็นลักษณะที่เป็นการเช่าพื้นที่ของบริเวณแหล่งนั้นหรือเป็นรูปแบบของราคาค่าเช่าที่เท่ากันบวกกับเปอร์เซ็นต์รายได้ของร้าน โดยระยะเวลาในการเช่าอาจจะไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับแต่ละแหล่ง หรือแต่ละช่วงของสถานการณ์ต่างๆ ขนาดของพื้นที่ที่จะมีได้หลากหลายขนาดตามแต่ละพื้นที่ของแหล่งย่านการค้าหรือศูนย์การค้าจะต้องทำการศึกษาถึงบริเวณพื้นที่ดังกล่าวให้แน่นอน เช่น ค่าเช่าร้าน สัญญาการเช่า รูปแบบการสัญญาในบริเวณดังกล่าว ปริมาณของลูกค้า เป็นต้น

4. ร้านทำผมในบริเวณแหล่งชุมชนที่อยู่อาศัย เป็นร้านทำผมที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน และมีรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งจะมีลักษณะดังนี้

4.1 ร้านจะเป็นรูปแบบของบ้านพักที่อยู่อาศัยหรือเป็นเจ้าของพื้นที่เอง โดยมีการจัดตกแต่งให้เป็นร้านทำผม ซึ่งค่าใช้จ่ายในการลงทุนโดยส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการเองทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นค่าอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง

4.2 รูปแบบของการเช่าห้องแถว หรือตึกแถว ซึ่งค่าใช้จ่ายจะไม่สูง ค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เป็นของผู้ประกอบการที่ต้องจ่ายเอง

4.3 ลักษณะลูกค้าที่มาใช้บริการจะไม่หลากหลาย มักจะเป็นลูกค้าประจำที่อยู่บริเวณนั้นเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นรูปแบบการบริการที่มีให้ภายในร้านจึงไม่หลากหลายมาก

5. ร้านทำผมที่มีลักษณะเป็นแฟรนไชส์ มีการเริ่มขยายธุรกิจที่กว้างมากขึ้นเหมือนกับแฟรนไชส์อื่นๆ เช่น แฟรนไชส์ร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งแฟรนไชส์นี้จะมีมาตรฐานที่เหมือนกัน และระดับคุณภาพที่เทียบเท่ากัน รวมถึงอาจมีการขายผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน ซึ่งข้อดีของร้านทำผมแฟรนไชส์ คือ

5.1 มีจุดแข็งในด้านการโฆษณาแก่ผู้บริโภค

5.2 อำนาจการซื้อสูงเนื่องจากมีการรวมกลุ่มให้ต้นทุนวัสดุต่ำ

5.3 มีระบบที่เป็นมาตรฐาน

5.4 มีการฝึกอบรมที่เป็นศูนย์กลางร่วมกัน

5.5 มีการรับประกันถึงการที่ไม่มีการแข่งขันกันเองระหว่างแฟรนไชส์เดียวกันที่เปิดบริการอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

5.6 มีความช่วยเหลือในส่วนของการตกแต่งภายใน

5.7 มีโปรแกรมการจัดอบรมที่ช่วยด้านธุรกิจ และกฎหมาย เป็นต้น

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติ

2.3.1 การย้อมสีผมหรือการโกรกผม (Hair Color)

ช่างเสริมสวยต้องมีความรู้เรื่องของสีผม ว่าสีใดเหมาะกับลูกค้าคนใด เพื่อจะสามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น ผมของคนโดยทั่วไปนั้นจะมีสีเปลี่ยนแปลงไปตามวัย สีผม ตามธรรมชาติของคนเรา ซึ่งเหมาะกับอายุ 20 ปีหรือ 30 ปีนั้น พออายุได้ 40 ปีหรือ 50 ปี อาจจะไม่เหมาะก็ได้ สำหรับผู้รับบริการที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยควรจะใช้สีที่อ่อนเข้าไว้ก่อน ส่วนสตรีที่ยังสาวที่มีผมเนื้อขาว นวลนั้น จะย้อมผมให้เป็นสีอะไรก็ได้ทั้งนั้น สำหรับผู้ที่มีผิวดอกชมพูหรือแดง ผมควรออกเป็นสีจืดๆ จะย้อมสีแก่หรืออ่อนก็ได้แล้วแต่วัยหรือผิว ผู้ที่มีผิวก่อนข้างดำนวล จะเลือกสีได้ตั้งแต่สีบรอนซ์ แล้วค่อยๆ แก่นเป็นสีน้ำตาล บางทีใช้สีแก่มากๆ ได้ ผู้ที่มีผมเหลืองหรือน้ำตาลไม่ควรใช้ยาย้อมผมที่เป็นสีจืดๆ

คำแนะนำในการย้อมผม

1. ควรทำการทดลองย้อมผมล่วงหน้าก่อนการย้อมผม 24 ชั่วโมง
2. ถ้าหนังศีรษะเป็นแผล หรือถลอกไม่ควรย้อมผม
3. แปรง หวี ผ่าคลุม ขวดใส่ยาย้อมและเครื่องใช้อื่นๆ จะต้องสะอาด
4. ก่อนย้อมผม ไม่ควรแปรงผม
5. ก่อนใช้น้ำยาย้อมผม ควรอ่านคำชี้แจงที่ติดมากับกล่องให้เข้าใจ
6. ทดลองย้อมผมดูสักปอยหนึ่ง เพื่อดูสีดูความเปราะของเส้นผม
7. การเลือกสีย้อม ควรเลือกให้เข้ากับสีผิว
8. ถ้วยหรือภาชนะที่ใส่น้ำยา ควรเป็นพลาสติกหรือแก้ว
9. น้ำยาที่เหลือจากการย้อมผม (ที่แบ่งมาใส่ขวดหรือถ้วยแก้วแล้ว) ควรทิ้งไป การผสมน้ำยาก็ไม่ควรทำไว้ก่อนนานๆ
10. ควรแนะนำผู้รับบริการแก้ไขผมที่เสียให้ดีขึ้นก่อน
11. ถ้าการทดลองย้อม ที่ทำมีปฏิกิริยาเป็นผื่น ไม่ควรย้อมผมให้ผู้รับบริการ
12. ถ้าจะล้างน้ำยาย้อมผม อย่าใส่แชมพูชนิดแรงๆ หรือชนิดที่เป็นด่าง
13. อย่าใช้น้ำร้อนๆ เพื่อจะล้างสีย้อมผม

วิธีการเปลี่ยนสีผมแบบย้อมผม เป็นการเปลี่ยนสีผมโดยใช้ยาย้อมผมชนิดน้ำ ผสมกับไฮโดรเจน ทำให้ผมหงอกขาวเป็นผมสีดำตามต้องการมีวิธีการปฏิบัติ ดังนี้

1. การผสมน้ำยาย้อมผม น้ำยาย้อมผมจะเป็นครีมเหลวๆ ผสมกับไฮโดรเจน ลงในถ้วยพลาสติกหรือถ้วยแก้ว ใช้แปรงคนให้เข้ากัน
2. ทำความสะอาดผมให้สะอาดด้วยแชมพู ซึ่งเวลาสระผมห้ามเกาเด็ดขาด เพราะจะทำให้ศีรษะแสบในเวลาย้อมผม -
3. การแบ่งผม โดยเป่าผมให้แห้ง และแบ่งผมออกเป็น 4 ส่วน ส่วนกลางหน้าผากไปท้ายทอย และจากหูข้างหนึ่งไปที่หูอีกข้างหนึ่ง
4. การทาน้ำมันแข็ง ให้ทารอบบริเวณหน้าผาก ใบหูและคอ เพื่อป้องกันน้ำยาย้อมผมเปื้อนและเช็ดทำความสะอาดได้ง่ายขึ้น
5. การใช้ผ้าคลุม ให้ใช้ผ้าคลุมและพลาสติกคลุมทับอีกชั้นหนึ่ง ป้องกันน้ำยาย้อมผมหยดเปื้อนเสื้อผ้า
6. การย้อมผม ถ้าผมหงอกให้ย้อมผมจากด้านหน้า ด้านข้างกลางศีรษะและด้านหลังผม หงอกขาวใช้แปรงแตะน้ำยาย้อมผมจากโคนผมทามาปลายผม ให้สีกลมกลืนกัน
7. การอบผม ให้หวีผมที่ย้อมทั้งหมดรวบขึ้นและหนีบด้วยปากเปิด นำเข้าอบให้ผมแห้งประมาณ 30 นาที (หรือตามเวลาที่ระบุไว้ข้างกล่องสีแต่ละชนิด)
8. การสระผม เมื่อผมแห้งแล้วสระผมด้วยแชมพู ถ้าหากเปื้อนยาย้อมตามไรผมและผิวหนังใช้สำลีชุบยาขัดเช็ดออก เมื่อล้างสะอาดดีแล้วใส่ครีมนวดผม ล้างผมให้สะอาด และเช็ดให้แห้ง

วิธีเปลี่ยนสีผมแบบโกรกผม เป็น การเปลี่ยนสีผมที่ใช้น้ำยาชนิดครีมหรือชนิดน้ำ การย้อมง่ายและย้อมครั้งเดียวก็ใช้ได้ โดยไม่ต้องสระผมก่อนย้อม ให้ปรับสีตามธรรมชาติได้ตามต้องการ โดยมีวิธีการปฏิบัติดังนี้

1. การใช้น้ำยาโกรกผม ให้ใช้สำหรับผมหงอกโดยเฉพาะ มีลักษณะเป็นครีมข้น บีบลงในถ้วยพลาสติก หรือถ้วยแก้วจนหมดหลอด
2. การผสมไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 6 % สำหรับ ผมหงอก ค่อยๆเทไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ที่ละน้อย จนหมดขวด ใช้แปรงคนครีมกับไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์คนเข้ากัน เพื่อไม่ให้สีเป็นก้อนหรือเป็นเม็ด และไม่เกิดฟอง
3. ก่อนจะย้อมผม ให้ตรวจสอบสภาพของเส้นผมก่อนว่าเคยย้อมผมดำมาก่อน และผมมันมาก ถ้าหากไม่เคยย้อมผมดำและผมไม่มัน ไม่จำเป็นต้องสระผมก่อน ยกเว้นกรณีที่เส้นผมมันมากก็สระผมก่อน ห้ามเกาเด็ดขาด
4. การแบ่งผม ให้แบ่งผมออกเป็น 4 ส่วนแบ่งเช่นเดียวกับการย้อมผม
5. การย้อมผม จะต้องสวมถุงมือ เพื่อความสะดวกในการย้อมและได้สีที่สม่ำเสมอหากครีมที่ผสมไว้แล้วทาลงที่รอยแบ่งที่ 4 ก่อน

6. การทาหมด้านหน้า โดยแบ่งจากด้านหน้าตรงกลางศีรษะหัวให้เรียบก่อนค่อยๆ ทาหมที่ละช่อจนเสร็จ ห้ามหวีเด็ดขาด ทาจนหมดหมด้านหน้า

7. การทาหมด้านหลัง ให้ทาทีละช่อ เช่นเดียวกับด้านหน้า เริ่มจากช่วงกลางศีรษะด้านหลัง ก่อนทาฮาโกรก อย่าลืมหวีผมให้เรียบทาจากโคนผมถึงปลายผม แล้วห้ามหวี

8. เมื่อทาหมเสร็จทั่วศีรษะแล้ว ทิ้งไว้ประมาณ 30 นาที

9. การสระผม ให้สระผมโดยใช้แชมพูอ่อนๆ และใส่ครีมนวดผม นวดผมแล้วล้างออกด้วยน้ำให้สะอาด

วิธีเปลี่ยนสีผมแบบโลชั่นปรับสีผม เป็นการใช้โลชั่นปรับสภาพของสีเส้นผมหรือเคลือบเส้นผมที่แห้งหรือแตกปลาย ใช้ได้บ่อยเท่าที่ต้องการ และผลสมสีได้ตามใจชอบ มีวิธีการปฏิบัติดังนี้

1. การสระผม สระผมให้สะอาดห้ามเกาจับน้ำที่เส้นผมด้วยฝ่าขานหนูพอสมควร
2. การสาผม ให้สาผมและแบ่งผมเป็นช่อๆ คลุมต้นคอด้วยผ้าคลุมกันเปื้อน
3. การใช้โลชั่นปรับสีผม นำโลชั่นปรับสีผมออกจากกล่อง และเขย่าขวด หยดลงบนเส้นผมทีละช่อ เพื่อให้สีผมสม่ำเสมอ ทำเช่นนั้นจนทั่วทั้งศีรษะแล้วนวดผม
4. การคลุมผม ให้คลุมผมด้วยหมวกพลาสติกทิ้งไว้ 30 นาที ถ้าผมแห้งทิ้งไว้ 45 นาที ล้างโลชั่นปรับสีผมออกใช้แชมพูอ่อนๆ นวดด้วยครีมนวดและล้างออกด้วยน้ำสะอาด

วิธีเปลี่ยนสีผมแบบกัดสีผมบางส่วน เป็นการฟอกเม็ดสีของเส้นผมเดิมให้จางลงตามความต้องการ โดยใช้เทคนิคการเล่นสีผม เพื่อให้ทรงผมเด่นชัดขึ้น มีวิธีการทำดังนี้

1. บีบครีมฟอกสีผมกับไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 9% ผสมจนเป็นครีมคล้ายแป้งเปียกลงในถ้วยพลาสติกให้เข้ากัน
2. จัดรูปทรงผม โดยการหวีผมให้เข้ารูปทรง ในกรณีที่เส้นผมมันมาก ให้สระผมโดยไม่เกา 1-2 ครั้ง
3. สวมหมวกพลาสติก โดยสวมหมวกชนิดมีรูให้ตะเข็บของหมวกตรงกับรอยแตกของผม
4. ใช้เข็มควักดึงเส้นผม ให้ดึงผมขึ้นมาตามรูของหมวก ด้านหน้าเป็นจุดเริ่มต้น
5. ดึงเส้นผม ให้ดึงเส้นผมเป็นแนวตามรอยตะเข็บ
6. ใช้แปรงข้อมผม ใช้แปรงดักครีมฟอกที่ผสมไว้ลูบเส้นผมที่ดึงออกมาให้ทั่ว การใช้กระดาษตะกั่วคลุมผม เพื่อไม่ให้มีอากาศเข้าได้

7. ดูสีผม ให้ดูหลังจากสีผมจางลงเท่าที่ต้องการแล้วล้างออกให้สะอาด ก่อนเอาหมวกพลาสติกออก เช็ดผมพอสมควร และใคร่ผมตามรูปทรง

วิธีเปลี่ยนสีผมแบบกัดสีผมทั้งศีรษะ เป็นการกัดฟอกเม็ดสีของเส้นผมเดิมให้เป็นสีขาวทั้งศีรษะ มีวิธีการทำดังนี้

1. ผสมครีมฟอกสีผม โดยบีบครีมฟอกสีผมลงในถ้วยพลาสติกให้หมดหลอด และเทไฮ

ไครเจนเปอร์ออกไซด์ 9% ผสมให้หมดขวด ผสมจนเป็นครีมคล้ายแป้งเปียก

2. แบ่งผม ให้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนแบ่งผมเช่นเดียวกับการย้อมผม
3. คลุมไหล่ด้วยผ้าขนหนูและคลุมทับด้วยผ้ากันเปื้อน เพื่อป้องกันน้ำยาเปื้อนเสื้อผ้า
4. ฟอกสีผม โดยฟอกจากท้ายทอยให้ห่างจากโคนผมประมาณ ½ นิ้ว
5. ฟอกสีผมด้านหน้า ให้ฟอกสีผมเช่นเดียวกับท้ายทอย
6. ฟอกสีโคนผม หลังจากฟอกสีผมจนทั่วทั้งศีรษะแล้ว ใช้แปรงฟอกย้าโคนผมอีกครั้ง

หนึ่ง

7. นวดผม ให้นวดผมทั่วทั้งศีรษะอีกครั้งหนึ่ง แล้วทิ้งไว้ประมาณ 45 นาที
8. ดูสีผม ให้ดูสีผมอ่อนๆ ตามต้องการ แล้วสระผม เมื่อได้สีตามต้องการแล้ว

วิธีเปลี่ยนสีผมแบบกัดและย้อมสีผมใหม่ เป็นการกัดฟอกสีผมเดิมให้เป็นสีขาว และทำการย้อมสีผมใหม่ตามต้องการ มีวิธีการทำดังนี้

1. การผสมยาฟอกสีผม บีบยาฟอกสีลงในถ้วยพลาสติก และเทไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 9 % ผสมให้เข้ากันคล้ายแป้งเปียก

2. กัดฟอกสีผมด้านหลัง ให้กัดฟอกสีผมจากด้านหลังไปหาด้านหน้า เป็นขอบตามที่ต้องการ และห่างโคนผม ½ นิ้ว

3. การกัดฟอกสีผมด้านหน้า ปลดผมด้านหน้าที่แบ่งไว้ลงมากัดฟอกให้หมด
4. ทายาฟอกสีผม โดยทาให้ทั่วศีรษะมาถึงโคนผม และขอบผมตามที่ต้องการ
5. นวดผม โดยใช้มือขยี้ยาฟอกสีผมและนวดให้ทั่วศีรษะ

6. ล้างผมให้สะอาด เมื่อทายาฟอกสีผมเรียบร้อยแล้ว ทิ้งไว้ประมาณ 45 นาที นำไปสระผมด้วยแชมพูแล้วล้างออกด้วยน้ำให้สะอาด ผมที่ฟอกแล้วจะเป็นสีทองและเป็นขอบทั้งศีรษะ ฟอกสีผมด้านหลัง เมื่อเสร็จแล้วปลดผมทิ้งไว้ผมท้ายทอยจะดำ

7. ผสมสีย้อมผม หลังจากกัดผมเป็นสีทองแล้วก็ผสมสีย้อมผม บีบลงในถ้วยและเทไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 9% ผสมจนคล้ายแป้งเปียก ให้แบ่งผมและย้อมทับลงไปบนผมที่กัดสีผมแล้วให้ทั่วศีรษะ

สีของเส้นผม สีธรรมชาติของเส้นผมเกิดขึ้นเนื่องจาก เม็ดสี (เมลานิน) ซึ่งส่วนมากอยู่ในส่วนกลางของเส้นผม การวิเคราะห์วิจัยทางวิทยาศาสตร์ ถึงสีของเส้นผมจำนวนมากมาได้พบว่ามีเม็ดสีตามธรรมชาติต่างกันอยู่เพียง 4 ชนิดเท่านั้น นั่นคือ ดำ, น้ำตาล, เหลือง, แดง เม็ดสีทั้ง 4 ชนิด จะผสมกันแล้ว ปรากฏขึ้นเป็นสีของเส้นผมเสมอไป

1) สีดำ ผมสีดำส่วนมากเป็นการผสมของเม็ดสีดำและน้ำตาล เส้นผมของชาวเอเชียถูกยกเป็นตัวอย่างหนึ่งของผมดำแท้ในกรณีเช่นนี้ สีดำเป็นเม็ดสีผมที่มีลักษณะเด่น

2) สีน้ำตาล จากสีผมธรรมชาติ สีน้ำตาลส่วนใหญ่พบในเส้นผมของหญิงผิวดำ ส่วนผสมของเม็ดสีน้ำตาลและดำทำให้ผมเป็นสีน้ำตาลเข้ม

3) สีเหลือง ผสมบลอนด์ ธรรมชาติ ประกอบด้วยเม็ดสีเหลืองในส่วนผสมกับสีน้ำตาลและแดงในจำนวนต่างกัน สีเหลืองนี้เป็นลำดับสีที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายที่สุดในการย้อมผม

4) สีแดง เม็ดสีแดงมักพบบ่อยๆ พร้อมกับเม็ดสีดำ ซึ่งให้ลำดับสีน้ำตาลปนแดงที่น่าดูมาก

การย้อมผมตามกลุ่มสี กลุ่มสีมีอยู่ 2 กลุ่ม แบ่งออกเป็นสีร้อน และสีเย็น

สีร้อน คือ เหลือง ส้ม แดง สีทอง สีทองปนแดง สีแดงเข้ม สีน้ำตาล **ครั้งแรกสิ่งที่ต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนสีผม คือสีร้อนนั้น ให้เริ่มย้อมห่างจากศีรษะประมาณ 1.5 เซนติเมตร ไปตลอดปลายผมก่อนจะย้อมโคนผม ทั้งนี้เพราะสีร้อนจะทำปฏิกิริยาเร็ว

สีเย็น คือ สีเขียว น้ำเงิน ม่วง สีเขียว สีม่วง สีมุก สีจี้ดำในทางตรงกันข้าม สีเย็นควรย้อมให้ชิดหนังศีรษะก่อนเสมอ แล้วจึงหวีให้ทั่วตลอดเส้นผม สีเย็นนั้นจะมีเม็ดสีใหญ่กว่า และต้องใช้ระยะเวลาในการทำปฏิกิริยาต่อเส้นผมที่งอกใหม่ที่หนังศีรษะ

ประเภทของยาย้อมผม ยาย้อมผมแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ 3 ประเภทคือ

1. ประเภทใส่สีชั่วคราว นับเป็นการใส่เคลือบผมอย่างอ่อนที่สุด เรียกว่า คัลเลอร์รีนส์ ใช้สำหรับเคลือบสีเส้นผมชั้นนอกให้ดูสดใสหายซีดและเข้มข้นกว่าเดิมเล็กน้อย เช่นคนที่ตากแดดจนผมสีไม่เท่ากัน ก็ไม่ถึงกับต้องย้อมผมแค่ใส่คัลเลอร์รีนส์ก็พอจะเคลือบผมอยู่ได้จากการสระหนึ่ง ไปถึงหนึ่ง และไม่สามารถปกปิดผมหงอกได้ แต่ช่วยให้ผมที่หงอกไม่มากมีสีกลมกลืนกับสีผมธรรมชาติได้ คัลเลอร์รีนส์นี้ส่วนใหญ่เป็นน้ำมีให้เลือกหลายสีทั้งสีอ่อนและสีแก่แต่ไม่นิยมใช้ใน ประเทศไทยที่เราใช้กันอยู่ก็แค่สีสเปรย์ ซึ่งจัดอยู่ในจำพวกสีชั่วคราวเหมือนกัน

2. ประเภทสีกึ่งถาวร นิยมเรียกว่าสีโกรกผม ซึ่งจะได้น้ำไม่ปนกับยาโกรกอื่นๆ เช่น ยาโกรกหลังตัดผม สีโกรกผมนี้จะแทรกซึมพันปลอกผมชั้นนอกเข้าไปในเส้นผม ทำให้ผมมีสีเข้มข้น แต่ปิดหงอกได้ไม่หมดถ้าผมหงอกไม่เกิน 30 % สีโกรกผมนี้จะยังช่วยปกปิดความหงอกได้คืออยู่ทั้งนี้สีประเภทนี้จะอยู่ทนไม่ เกินการสระ 6 ครั้ง เพราะทุกครั้งที่สระผมสีโกรกผมก็จะหลุดลอกออกไปทีละน้อย ผลดีของสีโกรกผม ก็คือจะไม่ระคายเคืองศีรษะ พอผมหงอกขึ้นมาใหม่จะไม่มีเส้นตัดสีระหว่างผมขึ้นใหม่กับผมที่โกรกสีไว้ ทำให้ดูเป็นธรรมชาติดีมากแม้จะเว้นระยะการโกรกสีไปนานๆ ก็ไม่เป็นไร (สีโกรกประเภทกึ่งถาวรนี้ไม่จำเป็นต้องผสมกับไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์)

3. ประเภทสีถาวร เป็นสีที่ติดผมและปกปิดผมได้ โดยสระแล้วสีไม่ลอกออกสีประเภทนี้เราเรียกกันทั่วไปว่า สีย้อมผม (เพอร์มาเนททินส์) หรือแฮร์ไดย์ ซึ่งต้องอาศัยไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ 6% หรือ 9 % ผสมด้วย สีนี้จะทำงานลอกเซลล์สีที่ตายไว้ในเส้นผมได้ ต่อเมื่อผมใหม่ขึ้นจึงจะเห็นสีเดิมหรือผมหงอก ซึ่งการย้อมซ้ำเฉพาะโคนที่ขึ้นมาใหม่เท่านั้น ถ้าย้อมทับผมที่ย้อมแล้วเดิมหลายครั้งผมจะกระด้างสีทึบและด้านหมดความเงางาม ตามธรรมชาติไป ข้อสำคัญ สีที่เป็นพาราไดน์ควรทดสอบก่อนใช้ครั้งแรก 48 ชั่วโมงเพราะมีผลข้างเคียงทำให้มีการแพ้ได้เวลาแพ้จะมีอาการหุบววม ตาบวม หลังหูอาจอักเสบจนน้ำเหลืองเยิ้มรู้สึกแสบ เป็นต้น

ลูกค้าร้านทำผมจำนวนไม่น้อยที่ไม่ชอบยอมผมต้องการจะโกรกสีผมเท่านั้น แต่มีข้อแม้ว่าสีต้องปิดผมหงอก ช่างไม่ทราบจะทำอย่างไร ก็เลยเรียกสียอมผมว่าเป็นสีโกรกผม เพื่อให้ลูกค้าสบายใจ ดังนั้นส่วนใหญ่ที่เป็นอยู่ในสมัยนี้การโกรกผมก็คือการยอมผมนั่นเอง ทั้งผู้ใช้และผู้ให้บริการควรทำความเข้าใจและเรียกกันให้ถูกจริงกันเสียที ว่าสียอมก็คือ สียอม สีโกรกก็คือสีโกรก ไม่ใช่ประเภทเดียวกัน (เลิศพาณิชย์, ม.ป.ป.)

2.3.2 การดัดผม (Hair Perming)

จากศิลปวัตถุโบราณ รูปปั้นและภาพเขียนจีนยุค ลอนผมเป็นเครื่องแสดงถึงยศฐาบรรดาศักดิ์ สมณะศักดิ์ รวมทั้งตำแหน่งทางการเมือง และความหรรษาตระการตาของมนุษย์ ผมเป็นลอนสวยงามจึงเป็นแนวทางการเสริมสวยที่เป็นที่นิยมกันมานาน ชาวอียิปต์โบราณใช้เหล็กร้อนในการกำเคราและผมปลอมถวายกษัตริย์ ส่วนชาวกรีกโบราณก็ใช้แกนเหล็กและดินเหนียวเผาไฟ ในกรุงโรมบรรดาเศรษฐีมีวิธีการดัดผมโดยใช้ท่อกลางซึ่งด้านในสอดด้วยแกนที่ให้อุ่น ในสมัยเรเนสซองส์หรือยุโรปสมัยศตวรรษที่ 14-16 ได้มีผู้เสนออุปกรณ์ที่เรียกว่าเหล็กดัดผมให้กับศาลสูงอิตาลี อย่างไรก็ตามอุปกรณ์ทุกชนิดที่มีอยู่ในสมัยนั้นล้วนแต่ทำลายผม หรือทำให้ผมหยิกได้ชั่วคราวเท่านั้น

ต้นศตวรรษที่ 20 มีผู้ที่คิดวิธีการดัดผมแบบใหม่ขึ้นในกรุงปารีส นับตั้งแต่นั้นชื่อของมาร์เซลจึงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง แต่ผู้ที่ประดิษฐ์เครื่องมือดัดผมเป็นคนแรก คือ ชาร์ลส์ เนสต์เล่ เขาประดิษฐ์เครื่องมือนี้ได้สำเร็จในปี ค.ศ.1905 ที่กรุงลอนดอน เครื่องมือของเขาสามารถดัดผมให้อยู่ได้อย่างคงทนผิดจากอุปกรณ์เครื่องมือใดๆ ที่เคยมีมา วิธีการของเนสต์เล่ คือ พันผมเป็นเกลียวด้วยแกนทรงกระบอก ทาเคลือบด้วยยาพอกซึ่งมีฤทธิ์เป็นด่าง และหุ้มด้วยหลอดแอสเบสตอส มีท่อส่งความร้อนแบบเดียวกับท่อเหล็กส่งแก๊สแต่มีที่หนีบ เหล็กหนีบตัวใหญ่ซึ่งได้รับความร้อนจากกระแสไฟฟ้าจะหนีบผมไว้ จนกระทั่งผมหยิกได้ที่ซึ่งในเบื้องแรกดัดได้เฉพาะผมสั้นเท่านั้น การดัดผมนั้นต้องใช้เวลาถึง 6 ชั่วโมง แต่ผมของลูกค้า บางรายก็เสียฟูเห้งไม่นาน

ในช่วงทศวรรษ 1930 มีการคิดค้นวิธีการดัดผมที่เรียกว่าดัดด้วยน้ำเย็น ต่อมาในทศวรรษ 1940 ด้วยยาปรับสภาพผมหลังการดัดก็ได้เริ่มนำมาใช้ จนกระทั่งยุค 1960 การดัดผมกลายเป็นแฟชั่นที่ล้ำสมัย เพราะเป็นยุคของฮิปปี้ที่นิยมความเป็นธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ดัดผมจึงได้รับการพัฒนาไปสู่อีกขั้นหนึ่ง คือน้ำยาแบบใหม่ที่มีฤทธิ์เป็นกรด ซึ่งจะให้ลอนผมนุ่มเป็นธรรมชาติกว่าน้ำยาสูตรเดิมที่มีฤทธิ์เป็นด่าง และในยุคหลังนี้ น้ำยาดัดผมมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น เพราะเป็นสูตรที่มีครีมบำรุงช่วยให้สภาพเส้นผมดูดีขึ้นหลังการดัด จวบจนทุกวันนี้ น้ำยาดัดผมคงได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดหย่อน และยังมีน้ำยาดัดผมอีกหลายชนิดที่ลูกค้าไม่สามารถซื้อหาไปทำเองที่บ้านได้

ขั้นตอนการดัดผม

ก่อนการดัดควรตรวจสอบสภาพความพรุนของเส้นผม ผมที่พรุนจะมีความยืดหยุ่นน้อย และเปราะบาง ถ้าผมเส้นใหญ่ และผมเส้นเล็กมีความพรุนเท่ากันผมเส้นเล็กจะดูดซึมน้ำยาดัดได้ดีกว่า แต่ถ้าผมเส้นใหญ่มีความพรุนมากกว่าก็จะดูดซึมน้ำยาดัดได้ดีกว่าผมเส้นเล็กที่ไม่มีความพรุน การทำงานของ

น้ำยาดัดขึ้นอยู่กับความพรุนของเส้นผม และความยืดหยุ่นของเส้นผมซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้เส้นผมเข้ารูปตามแกนดัดผมได้ดี

เส้นผมของคนเรามีค่าเป็นกรดและเมื่อใส่น้ำยาดัดผมลงไปบนเส้นผมซึ่งน้ำยาดัดจะมีค่าเป็นด่าง จะช่วยให้เส้นผมพองตัวขึ้นเพื่อที่น้ำยาดัดผมจะแทรกเข้าไปในเส้นผม เพื่อให้โครงสร้างของเส้นผมอ่อนตัวลง และหลังจากผมหยิกตามต้องการแล้ว จะต้องทำให้เส้นผมกลับสู่สภาพเดิมโดยใช้น้ำยาโกรกคัดในรูปแบบที่ม้วนไว้ สำหรับเส้นผมที่เสียมากควรจะใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงเพื่อลดความพรุนของเส้นผม หรือคงสภาพไว้ไม่ให้ผมพรุนมากขึ้น ช่วยป้องกันความแรงของน้ำยาดัดผมไม่ให้ทำลายเส้นผม น้ำยาดัดผมมีค่าความเป็นด่างจะทำลายน้ำมันธรรมชาติของเส้นผม ดังนั้นช่างเสริมสวยจึงควรวิเคราะห์สภาพเส้นผมของลูกค้าก่อน และเลือกน้ำยาดัดที่เหมาะสมกับสภาพเส้นผมของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ผมดัดที่ต้องการและมีสุขภาพผมที่แข็งแรงอีกด้วย



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนของการดัดผม

ที่มา: <http://www.hifulla.com/salonequipment/%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%9C%E0%B8%A1.html>

ขั้นตอนที่ 1 หลังสระผมด้วยแชมพูอินเทนซีฟคลีนเซอร์ 1-2 ครั้ง ซับผมให้หมาด แล้วใส่คาต้าเฟิร์มดูโอ้เอฟเพ็คประมาณ 15-20 มิลลิกรัมโดยทาให้ทั่วเส้นผมทิ้งไว้ 10 นาทีจึงล้างออก

ขั้นตอนที่ 2 แบ่งผมครึ่งจากหน้าผากถึงต้นคอ แล้วจึงแบ่งครึ่งจากใบหูทั้งสองข้าง และมัดให้แน่นทั้งสี่ส่วนด้วยคลิปหนีบผม โดยให้เว้นผมหน้าม้าไว้ ที่บริเวณต้นคอให้แบ่งผมตามแนวนอนไว้กว้าง ประมาณ 3 ซม.

ขั้นตอนที่ 3 เริ่มดัดม้วนผมที่ต้นคอก่อนโดยใช้โรลม้วนขนาด 16 มม. แบ่งผมตามแนวตั้งตรงประมาณ 2 ซม. โดยใช้กระดาษพันแกนม้วนผมให้ไปทางเดียวกันทั้งหมด ผูกผมให้แน่นกับแกนม้วนผม โดยทำให้ม้วนจากผมข้างนอกแล้วให้สุดปลายข้างใน

ขั้นตอนที่ 4 แบ่งผมตามแนวนอนประมาณ 3 ซม. ตามแนวข้างตาทั้งสองข้างของศีรษะ โดยให้ม้วนผมให้ได้ขนาดกว้าง 2 ซม. ใช้กระดาษพันแกน พันม้วนกับแกนให้ทวนเข็มนาฬิกาในทิศทางตรงกันข้าม กับแกนม้วนผม

ขั้นตอนที่ 5-6 ให้แบ่งผมกว้างประมาณ 3 ซม. ตามแนวนอนจากใบหูอีกด้านไปอีกด้านหนึ่งโดยม้วนผมกว้างประมาณ 2 ซม. ตามตั้ง ใช้แกนม้วนผมขนาด 14 มม. และกระดาษพันแกน พันรอบผม 2 รอบ โดยให้พันรอบแกนม้วนผม ดัดโรลม้วนผมให้เป็นรูปตัว U ให้ม้วนผมเป็นรูป 00 โดยรอบของโรลม้วนผม ม้วนผมกับโรลม้วนผมให้แน่นเพียงแค่นั้นไปจนจบ

ขั้นตอนที่ 7 ในส่วนของผมหน้าม้า แบ่งผมกว้าง ประมาณ 2 ซม. และให้เป็นแนวตั้งตั้งตามแนวตั้ง เริ่มต้นการดัดผมโดยใช้แกนม้วนผม ขนาด 16 มม. ความยาวของผมม้าจะขึ้นอยู่กับขนาดของลอนผม

ขั้นตอนที่ 8 ในขณะนี้ให้แกะผมที่แบ่งไว้ทั้งสองข้างขมับออก และให้แบ่งผมกว้างประมาณ 2 ซม. ตามแนวตั้ง ใช้กระดาษพันแกนดัด ม้วนปลายผม 2 รอบ กับแกนม้วนผม

ขั้นตอนที่ 9 ม้วนผมไปตามความยาวของแกนม้วนผม ม้วนผมให้แน่น โดยให้ดัดแกนม้วนผมที่โคนเพื่อล็อก

ขั้นตอนที่ 10 ป้อนกันผิวหน้าของลูกค้ำตามแนวเส้นขอบ และต้นคอด้วยครีมป้องกันกันผิวแห้ง จากนั้นหยอดน้ำยาตัดให้ทั่วศีรษะให้ทั่วทั้งศีรษะ หลีกเลียงไม่ให้หน้ายากระเด็นใส่ลูกค้ำ โดยใส่ผ้าคลุมกันเปื้อน

ขั้นตอนที่ 11 หลังจากใส่น้ำยาตัด ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที ให้คลายผมที่ม้วนเพื่อตรวจสอบสภาพเส้นผม ล้างน้ำยาตัด ออกให้สะอาดประมาณ 4-5 นาที ถ้าต้องการให้สะอาดเกลี้ยงเกลาเพิ่มเวลาได้อีก 2 นาที ซับผมให้หมาดจากการล้างน้ำเมื่อสักครู่นี้ จากนั้นให้ใส่น้ำยาโกรก แล้วทิ้งไว้ประมาณ 15-20 นาที ในขณะนี้ให้คลายโรลม้วนผมออก โดยเริ่มตั้งแต่บริเวณต้นคอไปข้างบนจนหมด แล้วทิ้งไว้ประมาณ 5 นาที ล้างน้ำออกให้สะอาด

ขนาดของลอนผมที่ดัด ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของน้ำยาตัด เช่นเดียวกันขนาดของ

ลอนดัดก็ขึ้นอยู่กับขนาดของแกนที่ใช้เทคนิคการทำ และสูตรของน้ำยาตัดที่เหมาะสมกับสภาพเส้นผม ระยะเวลาตัดที่ทิ้งไว้อาจเพิ่มขึ้นได้อีก 5 นาทีตามสภาพเส้นผม (Hifulla, ม.ป.ป.)

2.3.3 การยืดผมถาวร (Hair Rebonding)

เป็นการแต่งผมที่ตรงข้ามกับการดัดผม เพราะคนที่มีผมหยิกจะไม่สามารถทำผมบางทรงให้สวยงามตามที่ต้องการจึงต้องมีการยืดผมให้ตรง



ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนของการยืดผม

ที่มา : <http://www.lolane.com/hairtip-4-3.asp>

ขั้นตอนการยืดผมถาวร

1. วิเคราะห์สภาพเส้นผม เพื่อเช็คสภาพเส้นผมลูก้าก่อนทำการยืด
2. สระผมให้สะอาดโดยไม่ต้องใส่ครีมนวด

3. เป่าผมให้แห้งสนิท หากเป็นสภาพเส้นผมที่แห้งเสียควรลูบทรีทเมนต์เคลือบบางๆให้ทั่วในบริเวณที่มีการแห้งเสียหรือในช่องที่มีการทำไฮไลต์

4. ผสม Scent Serum ในเจลยัดเพื่อจัดกลิ่นเคมีในขณะยัด พร้อมบำบัดกลิ่นตกค้างบนเส้นผม

5. ในภาชนะบรรจุเจลยัดผม ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะให้สามารถใช้แบ่งผม พร้อมลงเจลยัดได้ทันที บีบรีบอนดิ่งเจลลงบนเนื้อผมลักษณะฟันปลา (โดยเริ่มจากด้านบนก่อนได้) เว้นโคนผมประมาณ 1 เซนติเมตร เคลี่ยเนื้อเจลให้ทั่วเส้นผม

6. ทิ้งไว้ตามสภาพเส้นผมดังนี้ ผมแข็งแรงประมาณ 30-35 นาที ผมธรรมดาประมาณ 25-30 นาที ผมแห้งเสียประมาณ 15-20 นาที (หากเสียมากควรเช็ดผมทุก 5 นาที)

7. ล้างผมให้สะอาด

8. เป่าให้แห้งหมด ไดรี้ให้ตรง รีดด้วยเครื่องรีดไฟฟ้า (ช่วยกันความร้อนในการรีด และช่วยโครงสร้างผมให้ตรงมากขึ้น)

9. ใช้ภาชนะบรรจุครีมโกรกผมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะให้สามารถใช้แบ่งผมพร้อมลงครีมโกรกได้ทันที โดยเริ่มจากด้านบน ทิ้งเวลา 20 นาที

10. หมักด้วยทรีทเมนต์สูตรสำหรับผมผ่านการยัด ทิ้งไว้ประมาณ 5-10 นาที แล้วล้างออกให้สะอาด

11. เป่าผมให้แห้ง ผมก็จะทิ้งตัวให้ตรงสลวย เป็นธรรมชาติและดูมีน้ำหนัก (Lolane, n.d.)

2.3.4 การสปาผม (Hair Spa)

ในยุคที่แฟชั่นเปลี่ยนสัณฐานได้รับความนิยมสูง ไม่ว่าจะเป็นสาวใหญ่ สาวน้อย หรือชายเจ้าสำอาง ต่างย่อมสัณฐานให้เห็นอยู่ทุกมุมเมือง ทว่าย่อมบ่อยครั้งอาจเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญทำให้สุขภาพเส้นผมที่เคยเงาสวยแตกปลายหรือกระด้าง ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดธุรกิจแนวใหม่คือ "สปาผม" โดยพึ่งพิชสมุนไพรไทยเพื่อแก้ไขปัญหของคนที่ผ่านการย้อมผม เปลี่ยนสีผม คัดผม เป่าผม หนีบผม รวมไปถึงการใช้ยาสระผม บำรุงผมที่มีสารเคมี ทำให้ผมขาดความเงางามและเสียง่าย ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้เริ่มมองหาวิธีการใหม่ ๆ ที่ช่วยให้ผมกลับมามีสุขภาพดีดังเดิม การกินสู่ธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดีที่สุดจึงมีการคิดสูตรแชมพูและครีมนวดผมสูตรต่างๆที่ทำจากสมุนไพรสดเช่น มะกรูด ขิง ตะไคร้ ประคำดีความ อัญชัน วังหางจระเข้ และถั่วเหลืองเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค และผู้ให้บริการด้านการทำสปาผม นอกจากต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และวิธีใช้แล้ว ยังต้องมีความรู้เกี่ยวกับการนวดศีรษะ ดันคอไหล่ และหลังควบคู่ไปด้วย ซึ่งขั้นตอนการนวดจะช่วยให้เลือดหมุนเวียนทำให้สุขภาพของผมและหนังศีรษะดีขึ้น

ขั้นตอนการทำสปาผม

คือขั้นตอนการดูแลหนังศีรษะและเส้นผม ที่เริ่มจากการสระผมให้สะอาด แล้วหมักด้วยครีมดีท็อกซ์ ที่ช่วยในการล้างพิษและเชื้อโรคบนหนังศีรษะ และยังช่วยเปิดกระเปาะผม ที่จะช่วยให้เซลล์ผมงอกได้ง่าย ในระหว่างที่หมัก จะมีการนวดศีรษะร่วมด้วย เพื่อให้เลือดไหลเวียนหล่อเลี้ยงหนังศีรษะและรากผม แล้วทิ้งไว้ประมาณ 15 นาที หลังจากนั้นล้างออกด้วยน้ำสะอาด เช็ดหมาด ๆ ใส่แฮร์โทนิกบำรุงรากผม

อย่างไรก็ดี ก่อนทำสปาผมต้องตรวจสอบสภาพเส้นผมของแต่ละชนิดของเส้นผมเสียก่อน ลักษณะเส้นผมของคนไม่เหมือนกันมีทั้งเส้นผมหนา ผมสั้น ผมยาว บ้างผมสั้นเหมือนกัน ผมยาวเหมือนกัน แต่ลักษณะเส้นผมไม่เหมือนกัน ทำให้การบำรุงและรักษาดูแลก็จะแตกต่างกันไปดังต่อไปนี้

1) ผมแห้งกับการทำสปาผม

ลักษณะของผมแห้งคือ ผมที่ขาดน้ำหนัก ไม่มีน้ำมันจากหนังศีรษะมาหล่อเลี้ยงทำให้ผมแห้ง และไม่มีพลังงานของเส้นผม และอาจจะส่งผลทำให้ผมแห้งเสียแตกปลาย เกิดรังแค และหนังศีรษะแห้ง สาเหตุสำคัญของการเกิดผมแห้งเสีย คือการข้อม ดัด กัดสีผม โดนความร้อนจากไดร์เป่าผม ความร้อนจากแสงอาทิตย์ การว่ายน้ำในสระ หรือน้ำทะเล ก็ทำให้ผมแห้งเสียได้ ปัญหาเหล่านี้ ถ้าเราปล่อย ปล่อยและไม่บำรุงจะทำให้เส้นผมแห้งเสียอย่างรุนแรงได้ ดังนั้นสำหรับผมแห้งควรใช้ครีมนวดผมหลังสระผมและนวดบริเวณหนังศีรษะ เพื่อกระตุ้นให้หนังศีรษะสร้างน้ำมันมาหล่อเลี้ยงเส้นผมเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้น

2) ผมมันกับการทำสปาผม

เนื่องจากการผลิตน้ำมันจากหนังศีรษะมากเกินไป ทำให้ดูเหนียวเหนอะหนะ และมีฝุ่น ละออง มาเกาะตามเส้นผม ทำให้ผมขาดชีวิตชีวา จัดแต่งทรงผมยาก เพราะฉะนั้นคนที่ผมมันหม่นสระผมบ่อย ๆ ไม่ต้องใช้ครีมนวดผมแต่ถ้าต้องใช้ ก็ควรตรงบริเวณปลายผม เพราะถ้าบริเวณหนังศีรษะก็ จะกระตุ้นให้หนังศีรษะผลิตน้ำมันออกมามากยิ่งขึ้น

3) ผมสั้นเล็กกับการทำสปาผม

ลักษณะของผมสั้นเล็ก เป็นผมลึบแบนติดหนังศีรษะ แต่เนื่องจากผมสั้นเล็กเป็นผมที่เรียงกันสวย ไม่ยุ่งเหยิง เพราะฉะนั้นเราควรจะใช้ผลิตภัณฑ์อ่อนโยน และไม่เข้มข้นในการสระและนวด เพราะถ้าเราใช้ครีมขจัดผมมากเกินไป ก็จะทำให้ดูลึบแบนเข้าไปอีก ดูไม่สวยงาม ดังนั้น เราควรเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับเส้นผม

4) ผมธรรมดากับการทำสปาผม

จะไม่ค่อยมีปัญหาอะไรเพราะผมธรรมดา จะมีสมดุลในตัวอยู่แล้ว ทำให้เส้นผมมีความนุ่ม สลวย งาม ผมธรรมดาจึงใช้ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายในการดูแลบำรุงเส้นผม แต่ถึงอย่างไรก็ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับเส้นผม

5) ผมหยักศกกับการทำสปาผม

ลักษณะของผมหยักศกคือหยักตามธรรมชาติแล้วแต่ที่ผมจะหยักมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับพันธุกรรม ผมหยักศกจะจัดแต่งทรงค่อนข้างยากเพราะว่าจะจัดแต่งทรงได้เพียงไม่กี่ทรง เนื่องจากผมจะดูชี้ฟูและแห้ง ฉะนั้นในการดูแลผมหยักศกเบื้องต้นคือใช้แชมพูที่มีความอ่อนโยนต่อเส้นผม เวลาแปรงผมควรแปรงด้วยความอ่อนนุ่มและเบามือ และไม่ควรหวีผมหรือแปรงผมบ่อยหรือถ้าผมดูยุ่งก็ใช้มือสางเบา ๆ ได้ นอกจากนี้ เวลานวดผมควรนวดบริเวณหนังศีรษะเพื่อกระตุ้นให้มีการบำรุงตามธรรมชาติ หลังจากนั้นนวดกลางผมไล่ไปถึงปลายผม ควรเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แบบเจลจะดีกว่า เพราะจะช่วยลดความหยักกระด้างของผมได้เป็นอย่างดี

6) ผมเส้นหนากับการทำสปาผม

เป็นผมที่มีน้ำหนักดูนุ่มสลวย เวลาสระผมจะดูพลิ้วไหว มีชีวิตชีวา ไม่липแบน ติดหนังศีรษะ ลักษณะของผมหนา เวลาสระผมต้องล้างให้สะอาด เพราะถ้าล้างไม่สะอาดอาจมีสารเคมีตกค้างที่เส้นผมได้ อย่างไรก็ตามอย่าขาดการบำรุงผมจะดูยุ่ง ฟู และขาดน้ำหนักได้

7) ผมข้อม ดัด กัด โกรก หรือผมเสียกับการทำสปาผม

ในปัจจุบันนิยมที่จะข้อม ดัด กัด โกรกเส้นผมกันมากขึ้นเพื่อให้เข้ากับบุคลิก เนื่องจาก การกระทำกับผมแบบนี้ อาจส่งผลทำให้ผมแห้งเสียได้ เราจึงต้องใส่ใจดูแลบำรุงมากกว่าผมแบบอื่นเป็นพิเศษ ฉะนั้นการอบไอน้ำก็จะช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับเส้นผม ทำให้ผมนุ่มมากขึ้น และการหมักผมอาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง ก็จะช่วยให้ดีขึ้นได้ ดังนั้นควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนโยน

8) ผมตรงยาวกับการทำสปาผม

เป็นผมที่ดูแลค่อนข้างง่าย แต่ก็ไม่สามารถจะละเลยในการดูแลได้เพราะผมตรงที่ยาวมาก ๆ ปลายผมก็จะต้องได้รับการดูแลด้วย เพื่อป้องกันไม่ให้ปลายผมแห้งแตกปลาย ดังนั้นเวลาสระผมจึงต้องล้างผมให้สะอาด และบำรุงด้วยครีมนวดผม เวลานวดควรนวดบริเวณปลายผมเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้น เพราะน้ำมันธรรมชาติไม่สามารถมาถึงปลายผมได้ เพราะฉะนั้นอย่าขาดการดูแลไม่อย่างนั้นแล้วผมแห้งแตกปลายแน่

สูตรครีมดีท็อกซ์ผม สำหรับการทำ “ สปาผม ด้วยสารธรรมชาติ ”

สูตรที่ 1 ใช้โยเกิร์ตผสมกับน้ำมันมะกอก หมักผมทิ้งไว้อย่างน้อยครึ่ง ชม. ก่อนสระผม หรือถ้ามีเวลาให้หมักไว้นานกว่านั้น

สูตรที่ 2 ใช้หัวกะทิคั้นสด ๆ ผสมกับน้ำมันมะกูด หมักไว้ รับรองผมจะเงา ดำ มัน นุ่มแบบธรรมชาติ

สูตรที่ 3 ใช้มายองเนสหรือน้ำมันมะพร้าว จะทำให้เส้นผมนุ่มตามธรรมชาติ

สูตรที่ 4 ใช้โยเกิร์ต ผสมน้ำมันมะกอก ผสมไข่แดง ผสมน้ำผึ้ง

สูตรที่ 5 สูตรหมักผมด้วยเบียร์ สูดยอดในการทำให้เส้นผมนี้มมาก เป็นเงางามสะท้อนแสง มีน้ำหนักและหยุ่นตัว ซึ่งเบียร์ผลิตจากพวกธัญพืช สารอาหารเหล่านี้จะซึมเข้าสู่เส้นผมได้ง่ายและปลอดภัย โดยสามารถใช้เบียร์ยี่ห้อไหนก็ได้ ใช้ปริมาณตามความยาวของเส้นผมและความหนาของเส้นผม ปกติใช้ไม่เกิน 1/3 ของกระป๋อง นำมาผสมกับไข่แดง ทาลงบนเส้นผมที่แห้งให้ทั่วผม ไม่ต้องทาหนังศีรษะ จากนั้นเอาผ้าหนาโปกหัว เพราะเบียร์จะมีกลิ่นเหม็น จนเส้นผมพอแห้งหรือหมาด ๆ ก็สระผมตามปกติ อาจจะต้องสระผมหลาย ๆ รอบจนกว่ากลิ่นเบียร์จะหมดไป (Yesspathailand, ม.ป.ป.)

2.3.5 การอบไอน้ำผม (Hair Sauna)

ไม่ว่าผมของคุณจะแห้งเสียจากสารเคมี แสงแดด การทำสีผม คัดผม ไดรผม หรือแม้แต่การสระผมทุกวัน ก็อาจทำให้เส้นผมของคุณแห้งเสียไร้น้ำหนักได้ วิธีแก้ไขที่ดีที่สุด และเห็นผลได้ในเวลาอันรวดเร็ว คือ การอบไอน้ำผม อุปกรณ์ในการอบผมได้แก่

- เครื่องอบไอน้ำ หรือหมวกอบไอน้ำ (ถ้าไม่มีอุปกรณ์เหล่านี้ ให้ใช้ผ้าขนหนูนุ่ม ๆ ชุบน้ำบิดพอหมาด และนำไปนั่งให้ร้อน)
- ทรีทเมนต์ที่มีส่วนผสมของมอยซ์เจอไรเซอร์เข้มข้น หรือครีมหมักผมสำหรับอบไอน้ำ โดยเลือกให้เหมาะกับสภาพของเส้นผมเรา

ขั้นตอนการอบไอน้ำผม

1. สระผมให้สะอาด โดยไม่ต้องใช้ครีมนวดผม จากนั้นซับผมให้พอหมาด
2. แบ่งผมออกเป็นข้อ ๆ ใส่ครีมหมักผมตามข้อที่แบ่งไว้ นวดเบา ๆ เพื่อให้เนื้อครีมซึมเข้าไปในเส้นผม ในขณะที่นวดผมนั้น หากคุณรู้สึกว่ามันแห้งจนเกินไป ก็สามารถใส่น้ำลงไปที่ผมเล็กน้อย แล้วจึงนวดต่อ เมื่อใส่ครีมหมักผมและนวดผมครบทุกข้อแล้ว ใช้ผ้าขนหนูนุ่ม ๆ พับเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาว ๆ แล้วนำมาพันรอบศีรษะ โดยปิดช่วงหน้าผากและหูไว้
3. อบผมด้วยเครื่องอบไอน้ำหรือหมวกอบไอน้ำ ทิ้งไว้ประมาณ 15 – 20 นาที
4. เมื่อครบเวลาแล้วล้างออกด้วยน้ำสะอาด โดยไม่ต้องสระผม (Kapook, ม.ป.ป.)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มยุรี ตระการกุลธร (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามในห้างสรรพสินค้าของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา” โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามในห้างสรรพสินค้าของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามของลูกค้า โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 348 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ f-test (one-way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าเลือกใช้บริการตกแต่งทรงผมมากที่สุด เพื่อเสริมบุคลิกภาพ ตัดสินใจใช้สถานบริการด้วยตนเอง ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ด้วยราคา 101-200 บาทต่อครั้ง ใช้เวลาครั้งละ 30-60 นาที ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันอาทิตย์ ไปใช้บริการคนเดียว มีร้านประจำ ประมาณ 2 แห่ง และชอบอ่านหนังสือระหว่างรอรับบริการและขณะรับบริการ โดยลูกค้าโดยรวมเห็นว่าปัจจัยโดยรวมแบ่งเป็น 7 ด้าน คือ ด้านการบริการด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม และด้านจิตวิทยา มีความสำคัญในระดับมาก ส่วนปัจจัยอีก 3 ด้าน คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการตลาด และด้านราคา มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าที่มีความแตกต่างกันในเรื่องอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และเพศ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยโดยรวมทุกด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน ยกเว้นลูกค้าเพศหญิงที่เห็นว่าด้านสังคม และด้านจิตวิทยามีความสำคัญมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า

วิลาวัลย์ พงษ์สุนทร (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาให้ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการดังกล่าวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการสปาในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS/FW โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และ f-test ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุ 31-40 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด และนิยมใช้บริการสปาในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงกลางวัน (12.01-16.00) มากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน โดยส่วนใหญ่จะใช้บริการสปาในการดูแลรักษาผิวหน้า ซึ่งมักจะมาใช้บริการเพียงลำพัง ตนเอง เป็นผู้ตัดสินใจและคิดไว้ก่อนมาใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการผ่อนคลายและพักผ่อน และนิยมใช้บริการสปาในอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้าที่เน้นเรื่องความสะดวกสบาย ในการเลือกใช้บริการสปาให้ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์นั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการผลิตและคุณภาพที่สม่ำเสมอ ราคาและค่าใช้จ่าย สถานที่และเวลา การส่งเสริมการตลาด พนักงานผู้ให้บริการลูกค้า หลักฐานที่เป็นทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการโดยภาพรวมมาก

สุธารัตน์ เรืองปราชญ์ (2553 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในเขตรังสิต” เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในเขตรังสิต กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการร้านเสริมสวย ในเขตรังสิต จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ได้แก่ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด การทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบค่าที (Independent t-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่าเอฟ

(One-way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่าง LSD (Least Significant Difference) ใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Chi-Square) และ (Pearson Correlation) ผลการวิจัย พบว่าจาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาทใช้บริการร้านเสริมสวยต่อครั้งด้วยจำนวนเงินน้อยที่สุดเท่ากับ 40 บาท และใช้บริการด้วยจำนวนเงินมากที่สุดเท่ากับ 1,800 บาท ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน เวลาที่ใช้บริการมากที่สุด คือ 17.00-20.00 น. วันที่ใช้บริการมากที่สุด ไม่ระบุแน่นอนสาเหตุสำคัญที่สุดในการเข้าใช้บริการ คือ โกลัที่พอกอาศัย บริการที่ใช้มากที่สุด คือ ตัด/ซอย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเข้ารับบริการร้านเสริมสวย คือ ตัวท่านเอง บริเวณร้านที่เข้ารับบริการมากที่สุด คือ บริเวณอื่นๆรอบๆเขตรังสิต ผู้บริโภคส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการร้านเสริมสวยโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านเสริมสวยในเขตรังสิต ด้านจำนวนเงินที่ซื้อหรือใช้บริการต่อครั้ง แตกต่างกัน

วัลลภา เทพจันทร์ (2555 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรีในเขตเทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าเพศหญิงที่ใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี ในเขตเทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง จำนวน 220 ตัวอย่าง โดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 20 ตัวอย่าง และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 200 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ การหาค่าร้อยละ และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์ จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1. ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี และด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี 4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี 5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ

พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผู้ให้บริการ (ช่างเสริมสวย) มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี 7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี 8. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี 9. ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการร้านเสริมสวยสตรีเฉลี่ยต่อเดือน 10. ปัจจัยภายนอกด้านกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรี ในด้านประเภทการใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี และด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสตรี