

แผนธุรกิจ: สถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” Business Plan Hairstyle Design Saloon for men "Prince by I'm".

มัชฌิมา เปรมพูลสวัสดิ์.

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานสำหรับสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ รวมทั้ง การวิเคราะห์การแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาดโดยสำรวจผู้บริโภคชายจำนวน 400 คนโดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์พบว่า จุดแข็งของร้านคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และชื่อเสียงของช่าง จุดอ่อน คือ ต้นทุนในการดำเนินงานสูง โอกาส คือ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสวย และอุปสรรค คือ การแข่งขัน เมื่อพิจารณาความเป็นได้ของการลงทุนในโครงการนี้ พบว่า เงินลงทุนโครงการเริ่มต้น 3,225,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 6,897,398.48 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 38.55% และระยะเวลาในการคืนทุน 2.034 ปี

คำสำคัญ ร้านออกแบบทรงผม, แผนธุรกิจ

Abstract

The purpose of this business plan is to develop business guideline for “Prince by I’m”. In preparing this business plan, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business, including competition analysis. In addition, a survey research was conducted with 400 male consumers. Questionnaires were used as a research instrument. Statistics used in analysis including frequency percentage mean and standard deviation. The analysis showed that the most strength of “Prince by I’m” is product quality and reputation of staff while its weakness is high operating expense. The opportunity is new related beauty technology and a threat is competition. When considered in the feasibility of investment in this project under the initial budget of 3,225,000 Baht. NPV value was 6,897,398.48 Baht. IRR value was 38.55% and payback period was 2.034 years.

Key words: Hairstyle Design Saloon, Business Plan

1. บทนำ

ปัจจุบันแฟชั่นและความสวยงามไม่ใช่สิ่งที่ไม่จำเป็นสำหรับสุภาพสตรีเท่านั้น สุภาพบุรุษก็เริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ หน้าตา ผิวพรรณมากพอสมควร แต่ผู้ชายบางส่วนไม่กล้ารับบริการร่วมกับร้านเดียวกับผู้บริโภคนหญิง เนื่องจากกลัวเสียภาพลักษณ์ความเป็นชาย โดยเฉพาะบริการด้านการตัดแต่งทรงผม เนื่องจากร้านเสริมสวยทั่วไปมีการตกแต่งร้านและมีบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการของสุภาพสตรีมากกว่า และช่างทำผมส่วนใหญ่จะมีความเชี่ยวชาญในการตัดแต่งทรงผมของสุภาพสตรี

ร้านตัดผมของสุภาพบุรุษส่วนใหญ่จะเป็นร้านทำผมที่ตัดผมแบบเดิมตั้งแต่อดีต มีการตกแต่งร้านที่ไม่ทันสมัยและมีแบบทรงผมให้เลือกน้อย ดังนั้น การเริ่มต้นธุรกิจสถานบริการด้านนอกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” จึงถือว่าเป็นการเติมช่องว่างของธุรกิจที่มีโอกาสความเป็นไปได้สูงเพราะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพศชายที่ต้องการร้านตัดแต่งทรงผมสำหรับผู้ชาย ที่มีแบบให้เลือกมากมาย สามารถตัดผมได้ทันสมัย ตามแฟชั่นในแบบผู้ชาย ในสถานที่ที่หรูหรา ทันสมัย ในบรรยากาศผ่อนคลาย นอกจากนี้ยังมีสถานบริการตัดผมที่เฉพาะเจาะจงสำหรับผู้ชาย ยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ชายในการตัดสินใจเลือกร้านและลดการขัดเงินหรือประหม่าในการใช้บริการร้านตัดผมร่วมกับสุภาพสตรี

ธุรกิจสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ชั้น 1 เป็นสถานบริการออกแบบทรงผมที่ทันสมัย จากช่างทำผมมืออาชีพที่มีความเชี่ยวชาญผ่านการรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ จุดเด่นของทางร้าน คือ มีรูปแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษมากกว่า 300 แบบ มีทั้งแบบที่ทันสมัย แบบตามแฟชั่น แบบสำหรับสุภาพบุรุษวัยทำงาน นักศึกษา เด็กนักเรียน ฯลฯ รวมถึงสามารถออกแบบทรงผมให้ลูกค้าได้ชมก่อน โดยการนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกต่าง ๆ มาลองตัดแต่งทรงผมในคอมพิวเตอร์ให้ลูกค้าได้ชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังสถานบริการตั้งอยู่ในย่านการค้า ย่านทำงาน และสถานศึกษาที่สำคัญ สะดวกต่อการเดินทาง ลักษณะการให้บริการ (Type of Service)

จุดเด่นของร้าน “Prince by I’m” คือพนักงานที่ให้บริการต้องผ่านการจบหลักสูตรด้านการออกแบบทรงผมจากสถาบันที่มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือในระดับสากลพนักงานบริการต้องผ่านประสบการณ์เกี่ยวกับการออกแบบทรงผม และตัดแต่งทรงผม อย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป สามารถให้บริการ ให้คำแนะนำ ให้ความรู้กับลูกค้าได้อย่างมั่นใจ และเป็นທີ່ปรึกษาด้านเส้นผมและหนังศีรษะ ให้ความสำคัญกับลูกค้าแต่ละราย โดยการดูแลพิเศษแบบเป็นส่วนตัวกับลูกค้าการตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน มีการดีไซน์ที่ทันสมัย สวยงาม เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายเมื่อเข้ามาใช้บริการ

2. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจนี้ คือ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานสำหรับสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m”

3 การดำเนินการวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ได้มีการทำวิจัยการตลาดแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจ ทั้งนี้ ได้ใช้แนวคิดคุณภาพการให้บริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) และส่วนประสมการตลาดของ

Kotler and Armstrong (2003) เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม ประชากรในการวิจัย คือผู้บริโภคนเพศชาย จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตามสะดวก (Convenient sampling) โดยจะทำการรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ในพื้นที่ 4 เขต ได้แก่ เขตสุขุมวิท เขตพญาไท เขตสุนครและเขตสีลม พื้นที่ละ 100 ตัวอย่าง นอกจากนี้ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ยังใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เช่น จากรายงานวิจัย วารสารทางธุรกิจ เอกสารราชการ เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันของร้าน ฯ

4. อุปกรณ์และวิธีการ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ(Close-ended question) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ เช่น เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน เป็นต้น คำถามเป็นลักษณะแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ จำนวน 31 ข้อ ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ คำถามใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ (จาก 1 หมายถึง สำคัญในการตัดสินใจน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง สำคัญในการตัดสินใจมากที่สุด) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ผลการวิเคราะห์และอภิปรายผล

5.1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 357 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.3 มีอายุ 21 - 30 ปี มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 180 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 248 ราย คิดเป็นร้อยละ 62 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 174 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 มาใช้บริการสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ เพราะชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของช่างตัดผม มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 310 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา คือ สถานที่ตั้งร้าน มีจำนวนเท่ากับ 288 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 รูปแบบการตกแต่งร้าน มีจำนวนเท่ากับ 310 ราย มาใช้บริการสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ เพราะบุคคลใกล้ชิดแนะนำ มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับความมีชื่อเสียงของร้านมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ4.39) ราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31) การลดราคาสำหรับลูกค้าประจำหรือสมาชิก(ค่าเฉลี่ย เท่ากับ4.56) ที่ตั้งของสถานบริการสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ3.99) ลักษณะการตกแต่งสถานที่บริการดูดี มีรสนิยม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.10)รองลงมาคือ สถานบริการมีความสงบ มีความเป็นส่วนตัว ทำให้รู้สึกปลอดภัย และรูปแบบของพนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.64) พนักงานสามารถแจ้งเวลาที่ใช้ในการบริการที่แน่นอนแก่ผู้มาใช้บริการ(ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20)

5.2 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคของธุรกิจ

“Prince by I’m” มีจุดแข็ง คือ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายและให้บริการต่อลูกค้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองในระดับสากล มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคม ทำให้ง่ายต่อการแนะนำสินค้าและผลิตภัณฑ์เพราะลูกค้าได้ทราบถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และสินค้า นอกจากนี้ สถานที่บริการออกแบบทรงผมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความสะดวกในการเดินทาง และอยู่ในย่านการค้าและแฟชั่นที่สำคัญ ในด้านการตกแต่งสถานที่ที่จะตกแต่งสถานบริการให้ทันสมัย หรูหราแต่ให้ความรู้สึกโปร่งสบาย แตกต่างจากร้านตัดผมชายทั่วไป จุดอ่อนของร้านคือ ต้นทุนค่าเช่าและการตกแต่งสถานที่สูง เป็นกิจการเปิดใหม่เจ้าของกิจการยังไม่มีประสบการณ์ โอกาสทางธุรกิจ คือ การแข่งขันที่ไม่สูง อีกทั้งสถานบริการออกแบบทรงผมที่เป็นคู่แข่งยังจำกัดเฉพาะในกลุ่มลูกค้าระดับกลางและระดับล่าง ปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสะดวก หลากหลายและสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร สำหรับอุปสรรค คือ การลอกเลียนรูปแบบและการให้บริการเกิดขึ้นได้ง่าย รวมถึงสถานบริการออกแบบทรงผมที่เป็นคู่แข่งอาจทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อมาแข่งขันได้ง่าย

5.3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

ธุรกิจบริการนับเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจหลักที่สำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งในประเทศไทยธุรกิจบริการถือว่ามีความสำคัญในการขับเคลื่อนของประเทศและการสร้างงานให้กับประชากรในประเทศมากกว่า 50% ซึ่งหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีความสำคัญและสามารถสร้างงานรวมถึงตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ดี คือ ธุรกิจบริการเกี่ยวกับร้านเสริมสวย จากสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 พบว่ามีเงินหมุนเวียนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการร้านเสริมสวยมากกว่า 2,000 กว่าล้าน และคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับจำนวนของสถานบันเทิงที่เปิดสอนเกี่ยวกับการศึกษาและอบรมช่างเสริมสวย ที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักเรียนทุกปี ซึ่งในปี 2556 พบจำนวนสถาบันที่สอนเกี่ยวกับร้านเสริมสวย จำนวน 535 แห่ง และมีสถิตินักเรียนประจำปีการศึกษา 2556 จำนวน 10,065 คน และจำนวนครู 521 คน นอกจากนี้ ยังมีการอบรมฝีมือช่างเสริมสวยภายใต้กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม และการอบรมการบริหารจัดการธุรกิจเสริมสวยภายใต้กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จากการเก็บรวบรวมสถิติร้านเสริมสวยในประเทศไทยนั้น พบว่าในพื้นที่กรุงเทพฯ พ.ศ. 2555 มีร้านเสริมสวยทั้งสิ้น 959 แห่ง และคาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันสภาพการแข่งขันในธุรกิจบริการตัดผมชายมีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ยังมีช่องทางการขยายธุรกิจ อันเนื่องมาจากส่วนใหญ่จะเป็นการแข่งขันของร้านตัดผมชายในรูปแบบเดิม ที่เน้นตัดผมทรงปกติทั่วไป ไม่มีการตกแต่งร้านและเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไป ดังนั้นร้านตัดผมชายที่เน้นตัดผมตามแฟชั่นจะมีช่องทางธุรกิจที่สามารถแข่งขันได้ในธุรกิจนี้ เพราะสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” ซึ่งเป็นร้านตัดผมที่เน้นสร้างความแตกต่างจากร้านตัดผมชายทั่วไป ด้วยการเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญในด้านการตัดผมชาย และสถานที่ตั้งร้านอยู่ในย่านแฟชั่น ถือว่าเป็นจุดที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบกับมีการรายงานว่าผู้ชายส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านตัดผมเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง และการร้อยละ 60 จะเลือกใช้บริการในร้านประจำ ดังนั้นในการเริ่มต้นธุรกิจสถานบริการออกแบบทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” จึงต้องแข่งขันกับคู่แข่งโดยเน้นกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าเกิดการทดลองใช้บริการ ซึ่งจะนำมาสู่การเป็นลูกค้าประจำต่อไป

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ธุรกิจสถานบริการด้านทรงผมสำหรับสุภาพบุรุษ “Prince by I’m” จะมีจุดเด่นในด้านของสถานที่ที่แตกต่างจากคู่แข่งและเลือกใช้บุคลากรที่มีคุณภาพ และให้บริการที่แตกต่างอย่างการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงระดับสากล และมีแบบทรงผมให้เลือกหลากหลาย ทันสมัย ตามแฟชั่น แต่จุดอ่อนคือ ต้นทุนในการดำเนินงานค่อนข้างสูง ทั้งการเลือกทำเลที่ตั้งร้าน การตกแต่งสถานที่ และการจ่ายค่าตอบแทนของบุคลากร ลงทุนในร้าน นี้ ต้องใช้เงินลงทุนโครงการเริ่มต้น 3,225,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยคาดการณ์ว่าจะมีรายรับในปีแรก 3,570,000.00 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 6,897,398.48 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 38.55% โดยใช้ระยะเวลาในการคืนทุน 2.034 ปี

สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับทางร้าน ๆ มีดังนี้

1. ควรนำเทคโนโลยีเกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิคต่าง ๆ มาลองตัดแต่งทรงผมในคอมพิวเตอร์ ให้ลูกค้าได้ชมเพื่อประกอบการตัดสินใจ และใช้ช่างตัดผมที่มีความเชี่ยวชาญ มีชื่อเสียง และมีเอกสารการรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือและได้มาตรฐานรองรับระดับสากล

2. ตกแต่งสถานที่บริการให้ทันสมัย หุหราแต่ให้ความรู้สึกโปร่งสบาย แตกต่างจากร้านตัดผมชายทั่วไป

3. ควรจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความรู้สึกในตราสินค้า (Brand Awareness) และทำให้เกิดการตลาดที่ใช้ซึ่งเป็นปัจจัยในการประสบความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจ เพราะหากลูกค้าได้รับความประทับใจในการใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการอีกและจะแนะนำ ต่อให้กับคนรู้จักโดยจะต้องมีการกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง

4. การจัดงานเปิดตัว (Grand Opening) จะจัดขึ้นหลังจากมีการเปิดให้บริการแล้ว 2 เดือน เพื่อให้มีฐานลูกค้าพอสมควรก่อน โดยจะเชิญกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วมาร่วมงานในพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ และมีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกโดยใช้บริเวณสถานที่ของร้าน นอกจากนั้นจะมีการจัดงานเลี้ยงเชิญนักข่าว สื่อมวลชน นิตยสารต่างๆ มาร่วมงานเพื่อทำ การประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

5. สำหรับลูกค้าที่ต้องการมาใช้บริการเป็นประจำ สามารถสมัครเป็นโปรแกรมการใช้บริการ 10 ครั้ง โดยจะได้รับส่วนลดเป็นบริการเพิ่มอีก 2 ครั้ง เพื่อสร้างกลุ่มฐานลูกค้าที่จะมาใช้บริการเป็นประจำให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่แนะนำ เพื่อนมาใช้บริการ (Member get Member) โดยผู้แนะนำจะได้รับบัตรส่วนลดมูลค่า 100 บาท สำหรับการใช้บริการต่างๆ จำนวน 5 ครั้ง ผลจากการทำแบบสอบถามจะเห็นได้ว่าลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการจะได้รับอิทธิพลมาจากคนรู้จักแนะนำ เป็นอย่างมาก การให้รางวัลแก่ผู้แนะนำ จึงเป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้าและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าเดิม

6. การให้ค่าตอบแทนพิเศษแก่ทีมพนักงาน โดยการตั้งเป้าหมายการขายโปรแกรมต่างๆ เพื่อให้พนักงานร่วมมือในการสร้างยอดขายเพิ่ม เนื่องจากขณะที่ลูกค้าเข้ารับบริการ พนักงานที่ให้บริการจะสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าควบคู่กันไปด้วย รวมถึงการแนะนำ สินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละท่าน เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย แต่เพื่อเป็นการสร้างการทำงานร่วมกันเป็นทีม นอกจากนี้ยังต้องทำ การอบรมเทคนิคการขายที่ถูกต้องให้แก่พนักงาน โดยพนักงานต้องมีความเชื่อร่วมกันว่าการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกและจะแนะนำ คนรู้จักให้มาใช้บริการด้วยกัน เตรียมงบประมาณสำหรับค่าตอบแทนพิเศษแก่ทีมงานจำนวน 50,000 บาท

7. ออกบัตรสมาชิก ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ โดยจะเป็นการคัดเลือกอย่างมีเงื่อนไขลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการแต่งทรงผมได้ฟรีตลอดทุกครั้งที่มาใช้บริการที่ร้าน เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นคนที่สำคัญให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ

7. เอกสารอ้างอิง

Kotler and Armstrong. (2003). *Consumer Behavior*. New York: Holt Rinehart and. Winston.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.

