

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงาน
เครื่องสำอางตราแม่คในกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน

นางสาวพรชนก ตูจันดา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเครื่องสำอางตราแม่คในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คือลูกค้าที่มาใช้บริการที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอางตราแม่ค จำนวน 420 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท แปรนัยของเครื่องสำอางที่ใช้ในปัจจุบันคือเครื่องสำอางตราแม่ค (M.A.C) ปัจจัยสูงสุดที่ทำให้เลือกใช้เครื่องสำอางคือ คุณภาพและสีสันทนของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยสูงสุดที่ทำให้เปลี่ยนตราที่ถือในการเลือกซื้อเครื่องสำอางคือ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องสำอางโดยเฉลี่ยต่อเดือน 2,001 - 3,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการรับบริการของลูกค้าเครื่องสำอางตราแม่ค พบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางตราแม่คโดยเฉลี่ยต่อเดือน คือ 1,001 - 2,000 บาท ประเภทผลิตภัณฑ์ของเครื่องสำอางตราแม่คที่ซื้อคือ เมคอัพ เช่น แป้ง รองพื้น บีบีหรือเมคอัพเบส อายแชโดว์ ลิปสติก แปรงแต่งหน้า ฯลฯ ห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและใช้บริการเครื่องสำอางตราแม่คมากที่สุดคือห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เหตุผลเลือกซื้อและรับบริการจากเครื่องสำอางตราแม่คคือ คุณภาพและสีสันทนของผลิตภัณฑ์ การเลือกซื้อหรือใช้บริการใดของเครื่องสำอางตราแม่คคือ ซื้อเครื่องสำอาง ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางตราแม่ค คือ 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางตราแม่คคือ ตัดสินใจเอง แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อเครื่องสำอาง

ตราแม็คคือ การบอกต่อของบุคคลอื่น และโอกาสในการซื้อเครื่องสำอางตราแม็คคือ เมื่อเครื่องสำอางหมด

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของพนักงานเครื่องสำอางตราแม็คในกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านความสามารถในการโต้ตอบและการรับฟัง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการได้อย่างชัดเจนเข้าใจได้ ด้านการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ พนักงานมีทักษะในการแต่งหน้าที่เหมาะสมกับลักษณะใบหน้าของลูกค้า ด้านความรู้ความสามารถในการแนะนำสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือพนักงานมีความรู้และความสามารถในการแต่งหน้า ด้านการต้อนรับลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือพนักงานมีการต้อนรับที่ยิ้มแย้มและเต็มใจต่อการให้บริการ

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Service of M.A.C Brand
Cosmetic Staff in Bangkok

Author Miss Pornchanok Toochinda

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study aimed at examining customer satisfaction towards service of M.A.C brand cosmetic staff in Bangkok. Samples of this study were identified to 420 customers of M.A.C brand cosmetic. Questionnaire was used as a tool to collect data and the data analysis was completed by using descriptive statistics, including frequency, percentage and mean.

According to the study, the majority of respondents were 21-30 years old single female with Bachelor's degree. They worked as an employee of private company and earned monthly income at the amount of 20,001-30,000 Baht. The cosmetic brand that they currently applied was M.A.C and the highest influencing factors towards their selection of the mentioned brand were its quality and available colors. The highest factors influencing them to change the previous cosmetic brand to the studied brand was service quality of its staff. In a month, they averagely spent 2,001-3,000 Baht for cosmetic products.

The findings on service receiving of those M.A.C customers presented that most of them spent about 1,001-2,000 Baht per month for M.A.C cosmetics. Type of M.A.C product that they purchased was makeup such as powder, foundation, BB or based-makeup, eye shadow, lipstick, brush, and etc. The department store where they mostly purchased M.A.C products and received its services from was Zen Department Store. Reason in purchasing and receiving service of M.A.C products was referred to its quality and colors. They mostly purchased or received service of M.A.C brand cosmetic in makeup category. The frequency in purchasing M.A.C

products was once in the twice months. Person involving in purchasing decision was the customers themselves and source of information where they learned about M.A.C products was from the word-of-mouth from others. Opportunity to purchase M.A.C products was occurred when their cosmetics run out.

The study results on customer satisfaction towards service of M.A.C brand cosmetic staff in Bangkok showed that in terms of reaction and admission, the respondents ranked their satisfaction at high level to the clear and understandable answers for inquiries on products and services. In terms of service, the respondents ranked their satisfaction at the highest level to the staff proficiency in applying makeup suitably with customer facial shape. In terms of competence in introducing products and services, the respondents ranked their satisfaction at high level to the knowledge and competence of staff in offering makeup service. In terms of customer reception, the respondents ranked their satisfaction at high level to the cheerfulness and service-mind of staff.