

พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่  
ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม



กนกณัฐ เกรียงชุตินา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ธันวาคม 2557

พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่  
ต่อการทำสัลยกรรมเสริมความงาม



กนกณัฐ เกรียงชุตติมา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยบริหารธุรกิจเชียงใหม่  
สาขาวิชาการตลาด

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ธันวาคม 2557

พุดติกรรมของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่  
ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

กนกณัฐ เกรียงชุติมา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
.....

(อาจารย์จรรย์นุช จุฑารัตนพร)

.....  
.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา)

.....  
.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา)

.....  
.....

(อาจารย์ ดร.วรัท วิณีจ)

8 สิงหาคม 2557

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี ต้องกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษา คำชี้แนะในการทำการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ รวมไปถึงได้สละเวลาอันมีค่าในการตรวจทานเนื้อหา ข้อมูล และข้อบกพร่องต่างๆ ของการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ใจรัตน์ จุตรภัทรพร ประธานกรรมการสอบ และ อาจารย์ ดร.วรัท วินิจ กรรมการสอบค้นคว้าแบบอิสระ ในความกรุณาแนะนำแก้ไข และช่วยชี้แนะข้อบกพร่องต่างๆ ในการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจข้อมูลไม่มากก็น้อย หากเกิดความผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้เขียนขออภัยมา ณ ที่นี้เป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขออน้อมรับผิดไว้แต่เพียงผู้เดียว

กนกณัฐ เกรียงชุตติมา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พุทธิกรรมของผู้หญิงวัยทำงาน ใน อำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ผู้เขียน นางสาวกนกณัฐ เกรียงชุติมา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานใน อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงามภายใน ระยะเวลา 1 ปี และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล จำนวน 200 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความ งามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัดเสริมจมูก/แต่งปีกจมูกมากที่สุด โดยเข้า รับบริการทำศัลยกรรมหลัก จำนวน 1 ครั้งต่อปี ใช้เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 30 นาที – 1 ชั่วโมง เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรม 2 ครั้ง โดยใช้เวลาเฉลี่ย 15 – 30 นาที ผู้ตอบ แบบสอบถามใช้บริการทำศัลยกรรมวันเสาร์หรืออาทิตย์มากที่สุด เวลาที่เลือกใช้บริการ ไม่นานนอน แล้วแต่การนัดของแพทย์ ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อปี ชำระค่าบริการทำศัลยกรรมด้วย เงินสด โดยมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 – 15,000 บาท สิ่งที่จูงประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุดคือ สร้างความมั่นใจและเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง บุคคลที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจทำศัลยกรรมคือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจก่อนการ ทำศัลยกรรมครั้งแรกคือ 1 – 2 เดือน เกณฑ์ในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมคือ คำแนะนำของ

คนรู้จัก โดยเลือกลักษณะคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม และจะเลือกใช้บริการที่เดิมในการ ทำศัลยกรรมครั้งต่อไป โดยจะเลือกทำแก้มและกรามมากที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Behavior of Working –Aged Women in Mueang Chiang  
Mai District Towards Cosmetic Plastic Surgery

**Author** Miss Kanoknat Kriangchutima

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Advisor** Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

### **ABSTRACT**

The objective of this independent study is to study behaviors of working women in Mueang Chiang Mai District towards cosmetic plastic surgery. The samples of this study are working women who live in Mueang Chiang Mai district and had experience to the cosmetic plastic surgery within 1 year. Two hundred questionnaires are used for collecting information. Descriptive statistic was used for data analysis consisting frequency, percentage and mean.

From the study, it was found that most of the respondents were 26-35 years old, single, graduated with bachelor degree, private company employees and had income of 10,001-20,000 Baht per month. It was found that the respondents had rhinoplasty the most, by having main surgeon 1 time per year. The average time was 30 minutes – 1 hour. They went to follow up with the surgeon twice by spending time 15-30 minutes. The respondents went to have service on Saturday or Sunday the most. The time they chose to have service was depending on their surgeon's appointment. The frequency of having service was 1-2 times per year. They paid the service by cash and the average expense was 5,001 – 15,000 Baht per one time. The inspiration of the respondents was to increase their confident and opportunities. The influential persons were acquaintances who used to have surgery. They spent 1-2 months for making decision before having the surgery. The criterion of selecting the surgery clinic was acquaintance's recommendation. They selected the clinic that was owned by a surgeon. The most of respondents satisfied their cosmetic plastic surgeries and they will return to the previous clinic for the next surgery by having cheeks and jaws surgery the most.

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	6
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	17
3.1 ขอบเขตการศึกษา	17
3.2 วิธีการศึกษา	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	19
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ	19



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>20</b>
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำศัลยกรรมเสริม ความงาม	26
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	47
4.4 ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามช่วงอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและวิธีการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	55
4.5 ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม ของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ	134
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	<b>178</b>
5.1 สรุปผลการศึกษา	178
5.2 อภิปรายผล	191
5.3 ข้อค้นพบ	195
5.4 ข้อเสนอแนะ	198
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>205</b>
ภาคผนวก	207
แบบสอบถาม	208
ประวัติผู้เขียน	220

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	21
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	21
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	22
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	23
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงานที่ใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงาน	23
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยทำศัลยกรรมหลัก	25
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	26
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด	27
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลเลอร์	28
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์	28
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการดึงหน้าด้วยการร้อยไหมและอื่น ๆ	29
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามต่อปี	30

## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	30
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม	31
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม	31
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่เข้าไปใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	32
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลา que เลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	33
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ตั้งที่เลือกใช้บริการของสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	33
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนแห่งของสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามในระยะเวลา 1 ปี	34
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	35
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระค่าบริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	35
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามในแต่ละครั้ง	36
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในสิ่งที่จุดประกายให้ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด	37
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม	38

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	39
ตารางที่ 4.27	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	40
ตารางที่ 4.28	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจทำศัลยกรรมในครั้งแรก	41
ตารางที่ 4.29	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนแห่งของการหาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม	41
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	42
ตารางที่ 4.31	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	43
ตารางที่ 4.32	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจภายหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงามที่ผ่านมา	43
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามในครั้งต่อไป	44
ตารางที่ 4.34	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำให้กับผู้อื่นภายหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	44
ตารางที่ 4.35	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามในอนาคต	45
ตารางที่ 4.36	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดที่ต้องการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพิ่มเติมในอนาคต	46
ตารางที่ 4.37	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.38	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	48
ตารางที่ 4.39	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	49
ตารางที่ 4.40	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	50
ตารางที่ 4.41	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	52
ตารางที่ 4.42	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่	53
ตารางที่ 4.43	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	54
ตารางที่ 4.44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามช่วงอายุ	55
ตารางที่ 4.45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด จำแนกตามช่วงอายุ	56
ตารางที่ 4.46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเติมเต็ม เช่น ฟิแลเลอร์จำแนกตามช่วงอายุ	58

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์ จำแนกตามช่วงอายุ	59
ตารางที่ 4.48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการดึงหน้าด้วยการร้อยไหมจำแนกตามช่วงอายุ	60
ตารางที่ 4.49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนครั้งต่อปีที่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามช่วงอายุ	60
ตารางที่ 4.50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกวันที่ใช้บริการทำศัลยกรรมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	61
ตารางที่ 4.51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	62
ตารางที่ 4.52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อที่ตั้งสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	64
ตารางที่ 4.53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวิธีการชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	65
ตารางที่ 4.54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	66
ตารางที่ 4.55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	67
ตารางที่ 4.56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	69
ตารางที่ 4.57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	70

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนแหล่งข้อมูลในการสอบถามเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	71
ตารางที่ 4.59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	73
ตารางที่ 4.60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่ใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุ	74
ตารางที่ 4.61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะความพึงพอใจหลังการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	75
ตารางที่ 4.62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานทำศัลยกรรมเสริมความงาม ในครั้งต่อไป จำแนกตามช่วงอายุ	76
ตารางที่ 4.63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวิธีการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
ตารางที่ 4.64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
ตารางที่ 4.65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลเลอร์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
ตารางที่ 4.66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
ตารางที่ 4.67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
ตารางที่ 4.68	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนครั้งต่อปีที่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกวันที่ใช้บริการทำศัลยกรรมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
ตารางที่ 4.70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
ตารางที่ 4.71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อที่ตั้งสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
ตารางที่ 4.72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวิธีการชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
ตารางที่ 4.73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
ตารางที่ 4.74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	93
ตารางที่ 4.75	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95
ตารางที่ 4.76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	96
ตารางที่ 4.77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนแหล่งข้อมูลในการสอบถามเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	98
ตารางที่ 4.78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
ตารางที่ 4.79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.80	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะความพึงพอใจหลังการศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102
ตารางที่ 4.81	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานทำศัลยกรรมเสริมความงามในครั้งต่อไป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
ตารางที่ 4.82	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนครั้งต่อปีที่เข้ารับบริการ หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงาน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	104
ตารางที่ 4.83	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเวลาโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	106
ตารางที่ 4.84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตาม ผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	107
ตารางที่ 4.85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	110
ตารางที่ 4.86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวันที่เข้าไปใช้บริการสถาน ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนก ตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	112

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามตามช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานที่สัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	114
ตารางที่ 4.88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อที่ตั้งสถานที่สัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	116
ตารางที่ 4.89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนสถานที่สัลยกรรมที่ใช้บริการต่อปีของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	118
ตารางที่ 4.90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความถี่ในการใช้บริการสถานที่สัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	119
ตารางที่ 4.91	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อวิธีการชำระค่าบริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	121
ตารางที่ 4.92	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	123

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.93	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งทีจุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำสัลดยกรรมมากที่สุดของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการสัลดยกรรมเสริมความงาม	125
ตารางที่ 4.94	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำสัลดยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการสัลดยกรรมเสริมความงาม	127
ตารางที่ 4.95	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนแห่งของการหาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจทำสัลดยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลดยกรรมเสริมความงาม	129
ตารางที่ 4.96	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะของสถานที่สัลดยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการสัลดยกรรมเสริมความงาม	131
ตารางที่ 4.97	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความพึงพอใจภายหลังจากการทำสัลดยกรรมเสริมความงามที่ผ่านมาของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการสัลดยกรรมเสริมความงาม	133
ตารางที่ 4.98	แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลดยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	134
ตารางที่ 4.99	แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลดยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	136

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.100	แสดงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	137
ตารางที่ 4.101	แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	139
ตารางที่ 4.102	แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรม เสริมความงาม ของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ	141
ตารางที่ 4.103	แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	142
ตารางที่ 4.104	แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	144
ตารางที่ 4.105	แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	146
ตารางที่ 4.106	แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรม เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	148
ตารางที่ 4.107	แสดงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริม ความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	149
ตารางที่ 4.108	แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	151

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.109	แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	153
ตารางที่ 4.110	แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	155
ตารางที่ 4.111	แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	157
ตารางที่ 4.112	แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์ หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	159
ตารางที่ 4.113	แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม ของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	162
ตารางที่ 4.114	แสดงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	164
ตารางที่ 4.115	แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	166
ตารางที่ 4.116	แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	170

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.117	แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความ งาม	173
ตารางที่ 4.118	แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใ้ บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรม เสริมความงาม	175
ตารางที่ 5.1	แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H	178
ตารางที่ 5.2	แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H	179
ตารางที่ 5.3	สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริม ความงาม ของผู้หญิงวัยทำงาน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มี ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด	182
ตารางที่ 5.4	พฤติกรรมของหญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการ ทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ	184
ตารางที่ 5.5	พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการ ทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	186
ตารางที่ 5.6	พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการ ทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการ ทำศัลยกรรมเสริมความงาม	188
ตารางที่ 5.7	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริม ความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนก ตามช่วงอายุ	189

## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 5.8	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	190
ตารางที่ 5.9	แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก	197



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ความสวยความงามเป็นเรื่องจำเป็น โดยเฉพาะกับผู้หญิงซึ่งเป็นเพศที่รักสวยรักงามเป็นพิเศษตามธรรมชาติอยู่แล้ว แน่แน่นอนว่าหากมีรูปร่างหน้าตาที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็นได้ ความมั่นใจก็ย่อมเกิดขึ้นและสิ่งที่ดีนั้นก็ย่อมส่งผลดีไปด้วย อย่างน้อยที่สุดก็เป็นการเสริมสร้างกำลังใจตามหลักจิตวิทยาต่างๆ ไป ความประทับใจครั้งแรกย่อมทำให้ผู้พบเห็นเข้ามาอย่างเป็นมิตร มีความคิดด้านบวกกับเราได้ดีกว่า เรื่องรูปร่างหน้าตาเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการมองหรือตัดสินคนของปวงชนอยู่บ้างไม่มากก็น้อย (วิชาการ.คอม, 2555: ออนไลน์)

ดังนั้น ในปัจจุบันจะพบว่าผู้หญิงนิยมทำศัลยกรรมมากขึ้น เนื่องด้วยเทคโนโลยีทางการแพทย์ในปัจจุบันที่ทันสมัย สามารถที่จะทำให้ดูดีขึ้นได้จากการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมความงาม ซึ่งการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้กลายเป็นเรื่องปกติที่ใครๆ ก็ทำกัน ยิ่งในประเทศเกาหลีที่ถูกจัดให้เป็นเมืองแห่งศัลยกรรมด้วยแล้ว การทำศัลยกรรมแทบจะกลายเป็นเรื่องที่ต้องกระทำ ความสวยความดีสามารถทำได้ภายในพริบตา ในยุคที่กระแสวัฒนธรรมจากเกาหลีที่กระจายไปทั่ว โดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชียที่พากันเจริญรอยตาม ประเทศไทยเองก็เช่นกัน ที่กระแสศัลยกรรมเป็นที่นิยมมาก ทั้งในกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงและบรรดาหนุ่มสาว ทั้งหลายที่ต่างมีเป้าหมายที่จะทำให้ตัวเองดูดีขึ้น โดยการอาศัยการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งในปัจจุบันค่านิยมในการทำศัลยกรรมเริ่มแพร่หลายในกลุ่มคนทั่วไป ทั้งในพนักงานบริษัทและกลุ่มนิสิตนักศึกษา โดยอวัยวะที่นิยมในการทำศัลยกรรมความงามในปัจจุบันนั้น มุ่งเน้นไปที่การลบรอยแผลเป็น รักษาผิวจากรอยสิว ทำหน้าใส กรีดตาสองชั้น เสริมจมูก เสริมคางตัดกรามทำหน้าเรียว เสริมหน้าอก ฉีดปากอวบอímหรือผ่าตัดปากบาง (วิชาการ.คอม, 2555: ออนไลน์)

นพ.สมชัย ภิญ โภษพรพาณิชย์ อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) กล่าวว่าผู้ที่นิยมทำศัลยกรรมส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการเสริมความงามเพื่อ ลดปมด้อย ลดความผิดปกติ หรือเสริมสัดส่วนร่างกาย เสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้น สวยงามขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเสริมจมูก เสริมคาง เสริมทรวงอก ทำตา ดูดไขมันหน้าท้อง หรือการลบรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า เป็นต้น ดังนั้นการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้หญิงในวัยทำงาน ซึ่งใส่ใจในรูปร่างตัวเองมากเป็นพิเศษ (มาร์เกตเธียร์, 2552) ดังนั้น นักการตลาดในประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจ



คล้ายกรรมเสริมความงามมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2555 มีมูลค่า การตลาดถึง 20,000 ล้านบาทขยายตัวจากปี 2554 ที่มีตัวเลขอยู่ 15,000 ล้านบาท (สยามธุรกิจ, 2555: ออนไลน์) นับได้ว่าธุรกิจ การทำคล้ายกรรมเสริมความงาม โดยเฉพาะความงามในกลุ่มผู้หญิงมีการขยายตัวมากขึ้นและเป็นธุรกิจ ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

สำหรับการทำคล้ายกรรมมีสองความหมาย ดังนี้ 1) การคล้ายกรรมตกแต่งที่เสริมสร้างคน ที่มีความพิการแต่กำเนิด หรือ กลุ่มที่ติดเชื้อจากอุบัติเหตุ หรือผ่าตัดเนื้องอก ทำให้ร่างกายพิการจึงต้อง ตกแต่งเสริมสร้างให้สามารถใช้ชีวิตในสังคมอย่างปกติ 2) การคล้ายกรรมตกแต่งเพื่อความสวยงาม คือสวย หล่อ ในปกติทำให้สวย หล่อดูดีมากยิ่งขึ้น โดยความหมายที่สองนี้จะมุ่งเน้นไปในส่วนเรื่อง ของความงามสอดคล้องกับการผ่าตัดตกแต่งเสริมสวยที่ได้รับการนิยมนับในปัจจุบัน (สมาคม ศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย: 2553) ขณะที่ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของคนไทยต่อการ คล้ายกรรมจากกลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 10-25 ปี จำนวน 5,000 คน พบว่า ร้อยละ 57.7 สนใจอยาก ทำคล้ายกรรมกลุ่มที่สนใจมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 18-22 ปี มากถึงร้อยละ 68.88 และเชื่อมั่นในความ ปลอดภัยต่อการทำคล้ายกรรมร้อยละ 59.82 ข้อมูลข้างต้นนี้ ชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่นิยมทำคล้ายกรรม ความงามมีอายุน้อยลง และเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ (สำนักงานกองทุนสนับสนุน การเสริมสร้าง สุขภาพ, 2555: ออนไลน์) สำหรับช่วงอายุที่นิยมทำคล้ายกรรมมากที่สุดนั้น นายแพทย์วิวัฒน์ อังคทะ วานิช แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านคล้ายกรรมตกแต่ง กล่าวว่าเมื่อทุกอายุโดยจะเริ่มจากผู้หญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งก็แล้วแต่ความกังวลในเรื่องของสรีระที่มีแตกต่างกันออกไป และการทำคล้ายกรรมประเภทที่ ก่อนข้างได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน โดยจะแบ่งตามช่วงอายุ มีดังนี้ อายุประมาณ 20-30 ปีส่วน ใหญ่จะนิยมทำคล้ายกรรมประเภทเสริมจมูกกับทำคางสองชั้นมากที่สุด แต่ถ้าหากผู้หญิงที่มีอายุมากกว่า 30 ปีการทำคล้ายกรรมเสริมหน้าอกนั้นค่อนข้างได้รับความนิยม ส่วนผู้หญิงที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปนั้น นิยมการทำคล้ายกรรมประเภทการดึงหน้าหรือคิงคอปเพราะบริเวณส่วนดังกล่าวนี้เริ่มที่จะย่นคล้อย หรือเหี่ยวย่นลง (ไทยโพสต์, 2553: ออนไลน์)

การแข่งขันของธุรกิจสถานบริการเสริมความงามมีการแข่งขันสูงขึ้นเนื่องจากมี ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้นและการแข่งขันจากผู้ประกอบการประเภท โรงพยาบาล โดยผู้ประกอบการแต่ละราย มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นมีการนำวิธีการดูแลรักษาปัญหาต่างๆ ด้วยวิธี ใหม่ๆ มาให้บริการ มีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยและการนำกลยุทธ์ด้านการตลาดและการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มาใช้เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (บริษัทวุฒิศักดิ์คลินิกเวชกรรมจำกัด (มหาชน), 2555: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นเมืองใหญ่และเป็นศูนย์กลางความเจริญทางด้านเศรษฐกิจของ ภาคเหนือ รวมถึงเป็นจังหวัดที่มีความเจริญด้านการศึกษา เทคโนโลยี ด้านศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม และคลินิกคล้ายกรรม และยังเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางด้านสุขภาพของรัฐบาลและเอกชน ส่งผล

ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการใส่ใจในสุขภาพความงามของผู้หญิงวัยทำงานเป็นอย่างมาก ประกอบกับผู้หญิงวัยทำงานมีรายได้และอำนาจการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการตามรูปแบบการดำเนินชีวิตและสิ่งที่ตนเองสนใจ นายแพทย์ชาติพรหมโชติ ผู้เชี่ยวชาญศัลยกรรมตกแต่งเจ้าของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ กล่าวว่า เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางปั้นดาราดาราเข้าสู่วงการนักแสดง นักร้อง ศิลปินบันเทิงเมื่อปี 4-5 ปีก่อน มีผู้ทำศัลยกรรมตกแต่งจำนวนไม่มาก แต่หลังมีดารานักร้องที่เป็นชาวเชียงใหม่ ทำให้มีผู้ทำศัลยกรรมเพิ่มเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่อายุ 18-25 ปี มาทำจมูก ตา คาง เสริมหน้าอกมาก โดยเฉพาะหน้าตาสไตล์เกาหลี บางรายนำรูปศิลปินดังมาให้ทำศัลยกรรมตามแบบดารานักร้องดังกล่าว และบางรายมีผู้ปกครองสนับสนุน ผู้ทำศัลยกรรมตกแต่งส่วนมากเป็นผู้เข้าประกวดนางสาวเชียงใหม่ เทพีสงกรานต์ เทพียี่เป็ง (ลอยกระทง) บางรายประกวดนายแบบนางแบบ หรือพริตตี้สินค้า ทำให้ธุรกิจศัลยกรรมตกแต่งเติบโตแบบก้าวกระโดด และแข่งขันสูงขึ้น(แหล่งรวมศัลยกรรม, 2554: ออนไลน์) จากสภาวการณ์แข่งขันของคลินิกเสริมความงามในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้รับบริการศัลยกรรมนิยมไปใช้คลินิกต่างๆ ดังนี้ สมเพชรคลินิกเวชกรรม 35% คลินิกหมอวิมล 30% เชียงใหม่ศัลยกรรมคลินิก 15% ศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม เช่น นิติพลคลินิกราชเทวีคลินิกกฤษณ์ศักดิ์คลินิก จอยแอนด์แอนด์คลินิก 15% และอื่นๆ 5% (แหล่งข้อมูลศัลยกรรม, 2553)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงาน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยประชากรเพศหญิงในเขตอำเภอเมืองมีจำนวนมากถึง 75,325 คนในปี 2554 (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2554) เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมลักษณะทั่วไปของผู้หญิงวัยทำงาน ว่ามีความต้องการทำศัลยกรรมอะไร รับบริการศัลยกรรมเมื่อใด เหตุผลหลักในการเข้ารับศัลยกรรม ใช้บริการศัลยกรรมจากแหล่งไหนและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลมาเพิ่มโอกาสทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้ประกอบการด้านศัลยกรรมความงามสำหรับผู้หญิงต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

2. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เพื่อนำไปเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดเพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 1.4 นิยามศัพท์

**ผู้หญิงวัยทำงาน** หมายถึง ผู้หญิงอายุระหว่าง 18-60 ปีที่พักอาศัย หรือที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และเคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลในบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขาโดยการใช้คำถามเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร)

**คลินิกศัลยกรรม** หมายถึง ผู้ให้บริการด้านศัลยกรรมโดยตรงเป็นคลินิกขนาดเล็กที่ให้บริการศัลยกรรมเฉพาะที่ โดยแพทย์ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้ให้บริการมีความชำนาญเท่านั้น

**การศัลยกรรมเสริมความงาม** หมายถึงการปรับปรุงหรือตัดแปลงอวัยวะของร่างกายเพื่อให้เกิดความสวยงาม โดยวิธีการผ่าตัดและวิธีการฉีดสารต่างๆ จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยมีบริเวณการทำศัลยกรรม ดังนี้

- การทำศัลยกรรมบริเวณตา เช่น การทำตา 2 ชั้น เป็นต้น
- การทำศัลยกรรมบริเวณคาง เช่น การเสริมคาง ตัดกราม เป็นต้น
- การทำศัลยกรรมบริเวณจมูก เช่น การเสริมจมูก การแต่งปีกจมูก ฉีดจมูก เป็นต้น
- การทำศัลยกรรมบริเวณใบหน้าและลำคอ เช่น ดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอ เสริมขมับ และตกแต่งริมฝีปากให้บางลง เสริม-ลด โหนกแก้ม ทำลัดขี้ม เป็นต้น
- การทำศัลยกรรมบริเวณหน้าอก เช่น เสริมหน้าอก ลดขนาดเต้านม แก้ไขหัวนมบอด และตกแต่งหัวนมหรือปานให้เล็กลง เป็นต้น
- การทำศัลยกรรมบริเวณหน้าท้อง เช่น แก้ไขท้องลาย ดูดไขมันหน้าท้อง และตกแต่งสะดือ เป็นต้น
- การทำศัลยกรรมบริเวณร่างกาย เช่น การดูดไขมันแขนและขา เป็นต้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม มีแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย (2553) ศัลยกรรมตกแต่งหรือศัลยศาสตร์ตกแต่ง เป็นสาขาวิชาหนึ่งของศัลยศาสตร์ คือวิชาที่เกี่ยวกับการผ่าตัด โดยเน้นเฉพาะการผ่าตัดที่เกี่ยวข้องกับรูปร่างที่จะปรากฏให้เห็นภายนอกร่างกายให้ดูปกติ (Form) และมีการทำงานที่ดี (Function) โดยจะสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์นี้ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ศัลยศาสตร์เสริมสร้าง (Reconstructive Plastic Surgery) เป็นการผ่าตัดแก้ไขความผิดปกติของรูปร่างหรือความพิการที่มีมาแต่กำเนิด หรือเกิดขึ้นภายหลังจากอุบัติเหตุ เช่น การผ่าตัด แก้ไข ปากแหว่งเพดานโหว่ การผ่าตัด เนื้ออกบริเวณศีรษะและคอ ศัลยกรรมอุบัติเหตุ บริเวณใบหน้า ศัลยกรรมทางมือ อุบัติเหตุจากความร้อน (Burns) รวมทั้งความพิการที่ตามมา
2. ศัลยศาสตร์ตกแต่งเสริมสวย (Cosmetic Plastic Surgery) คือการผ่าตัด เพื่อความสวยงามในคนที่ปกติให้ดูดีขึ้น เช่นการผ่าตัดเสริมจมูก ตา 2 ชั้น ดึงหน้า เสริมหน้าอก การผ่าตัดด้วยเลเซอร์ เป็นต้น

รูปแบบธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย (2553) ผู้ให้บริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามในประเทศไทยประกอบไปด้วยสถานพยาบาลประเภทต่างๆ ได้แก่คลินิกศัลยกรรมศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆคลินิกเวชกรรมและแผนกศัลยกรรมในโรงพยาบาลต่างๆ ทั้งนี้สถานประกอบการเหล่านี้ต้องขออนุญาตประกอบการกิจการกับกองประกอบโรคศิลป์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุขก่อน โดยบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามทั้งหมด ถูกจำแนกอยู่ในกลุ่มเดียวกับคลินิกเวชกรรม แต่เมื่อพิจารณาตามลักษณะการดำเนินธุรกิจสามารถแจกแจงลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามได้ดังนี้

1. **คลินิกศัลยกรรม** เป็นผู้ให้บริการด้านศัลยกรรมโดยตรง ได้แก่การทำศัลยกรรมบริเวณใบหน้า เช่นการเสริมจมูก กริดตา ดึงหน้า เป็นต้น การลด/เพิ่มขนาดหน้าอก การแปลงเพศ เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นคลินิกขนาดเล็ก ที่ให้บริการศัลยกรรมเฉพาะอย่างที่แพทย์ซึ่งเป็นเจ้าของ และผู้ให้บริการมีความชำนาญเท่านั้น

2. **ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆ** เน้นการให้บริการด้านความงามเกี่ยวกับเรือนร่าง ผิวพรรณร่วมกับบริการศัลยกรรมความงามที่ไม่ยุ่งยากนัก เช่นการใช้เลเซอร์ คอลลาเจนและเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อการดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆเหล่านี้มักอยู่ในกลุ่มกิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีหลายสาขาและมักเปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า ยกตัวอย่างเช่น นิติพลคลินิก ราชเทวีคลินิก มาริฟรานซ์ บอดีไลน์ ศูนย์ลดน้ำหนักมายด์แอนด์แคร์ เป็นต้น

3. **คลินิกเวชกรรม** เน้นให้การรักษาทั่วไปเป็นหลัก เช่นฉีดยาตรวจเลือดรักษาโรคทั่วไปโดยอาจมีบริการศัลยกรรมง่ายๆ ที่เกี่ยวข้องกับผิวพรรณ เช่นการผลัดเซลล์ผิวการฉีดสารต่างๆ เข้าสู่ร่างกายเพื่อการเสริมสวย เป็นต้น ซึ่งการให้บริการศัลยกรรมไม่ใช่กิจกรรมหลัก แต่เป็นการให้บริการเสริมตามกระแสความนิยมของตลาดเท่านั้น

4. **แผนกศัลยกรรมในโรงพยาบาลต่างๆ** ตั้งแผนกขึ้นมาเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้ใช้บริการเท่านั้น ไม่ใช่กิจกรรมหลักในการให้บริการ โดยโรงพยาบาลบางแห่งได้เน้นการให้บริการด้านการผ่าตัดและศัลยกรรมเป็นหลัก โดยการเน้นการทางการตลาดอย่างมากเช่นโรงพยาบาลยันฮี โรงพยาบาลผิวหนังอโศก เป็นต้น

## **แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค**

### **1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546:192) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสพการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ

### **2. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546:193) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) ว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสพการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้จะ

ช่วยให้พนักงานการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ที่สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, Who?, When?, Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่ง ประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations คำถาม 7 คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้ง การกำหนดกลยุทธ์ การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และรูปแสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของ กลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1Hs) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์

กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความ พึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และ ภาพลักษณ์

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้อง ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อคือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัย ทางสังคม และวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล

กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) (2) กลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน

ขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ (3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) (4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) บทบาทของกลุ่มต่าง (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้

กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) ช่องทาง หรือ แหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ

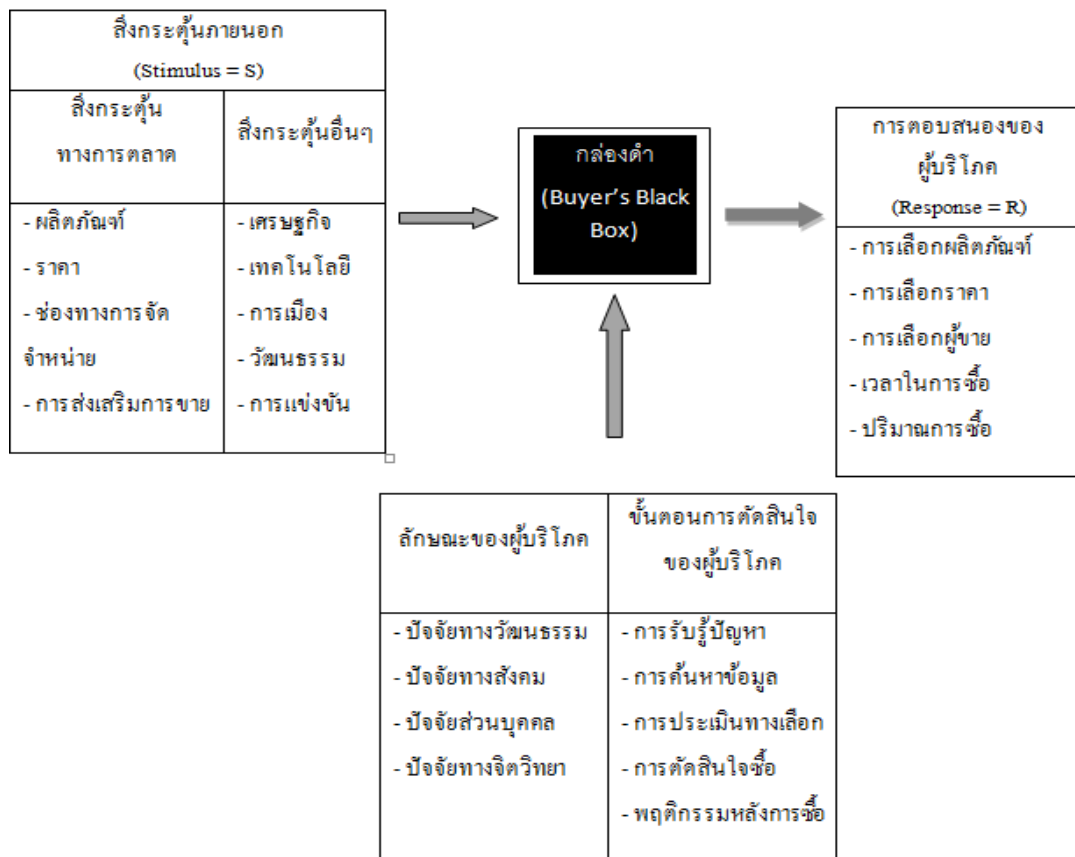
กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

Kotler and Armstrong (1998: 135-146) ได้อธิบายถึงมูลเหตุจูงใจที่ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการว่าเกิดจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ก่อให้เกิดความต้องการสิ่งที่มี กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคนั้น มีทั้งสิ่งกระตุ้นจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอกในร่างกาย (Outside Stimulus) ซึ่งจะก่อให้เกิดความต้องการโดยผ่านเข้าไปในความรู้สึกนึกคิดของผู้ที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) โดยพื้นที่ภายในกล่องดำนี้เป็น ส่วนที่ผู้ให้บริการไม่สามารถจะคาดคะเนได้ จากความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่ง

กระตุ้นต่างๆ จะก่อให้เกิดการประมวลผลภายในตามลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's Characteristics) และตามกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น (Buyer's Response) ออกมาในลักษณะของการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) แสดงแบบพฤติกรรมผู้บริโภคหรือเรียกว่า S-R Theory (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 แสดงแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory

ที่มา : Kotler, Phillip and Armstrong, Gary. *Principle of Marketing*. Eighth Edition, Prentice Hall, U.S.A, 1999.

จากภาพที่ 1 แสดงแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory สามารถอธิบายได้ดังนี้



สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของนักการตลาดหรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดจัดให้มีและสามารถควบคุมได้ นั่นคือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ซึ่งประกอบด้วย

1.1 สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ในด้านบริการ เช่นคุณภาพในการให้บริการ

1.2 สิ่งกระตุ้นทางด้านราคา เช่นการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.3 สิ่งกระตุ้นทางด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่นการหาทำเลและสถานที่ที่สะดวกให้แก่ผู้บริโภค

1.4 สิ่งกระตุ้นทางด้านส่งเสริมการขาย เช่นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายต่างๆ

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งที่เกิดจากปัจจัยภายนอกองค์กร และไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

2.1 สิ่งกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้ของผู้บริโภค

2.2 สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี เช่นการใช้แถบบาร์โค้ดมาใช้ในการรับชำระเงิน การมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย

2.3 สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง เช่น นโยบายการลดหรือเพิ่มภาษีมูลค่าเพิ่ม การเปลี่ยนแปลงรัฐบาล การออกกฎหมายพระราชกำหนดเกี่ยวกับสุขภาพต่างๆ

2.4 สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่นการมีงานเทศกาลต่างๆ

2.5 สิ่งกระตุ้นทางการแข่งขัน เช่นการแข่งขันกันลดราคาสินค้าหรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น

ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือกล่องดำ (Buyer's Black Box) หมายถึง สิ่งที่สามารถตอบปัญหาพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1. คุณลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's Characteristic) แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ (ภาพที่ 2) ซึ่งประกอบด้วย

ปัจจัยทางวัฒนธรรม	ปัจจัยทางสังคม	ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยทางจิตวิทยา
- วัฒนธรรม - ประเพณี - ชั้นทางสังคม	- กลุ่มที่มีอิทธิพล - ครอบครัว - บทบาทและสถานะ ผู้บริโภค	- อายุ - รายได้ - การศึกษา - รสนิยม - แนวความคิดส่วนบุคคล	- ความต้องการ - การจูงใจ - บุคลิกภาพ - การรับรู้ข้อมูล - ความเชื่อ

ภาพที่ 2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler, Phillip and Armstrong, Gary. *Principle of Marketing*. Eighth Edition, Prentice-Hall, U.S.A, 1999.

1.1 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล และแสดงออกมาในลักษณะของค่านิยม มัสนคติ ความชอบ การรับรู้ เป็นต้น

1.2 ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factor) สังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย ครอบครัว เพื่อน บทบาทและสถานะของผู้บริโภค

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา รสนิยมแนวคิดส่วนบุคคล เป็นต้น

1.4 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการ การจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ข้อมูล การเรียนรู้ ความเชื่อ เป็นต้น

2. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) สามารถจำแนกบทบาทที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ 5 บทบาทดังนี้

- 2.1 ผู้ริเริ่ม คือบุคคลแรกที่เสนอความคิดเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการ
- 2.2 ผู้มีอิทธิพลคือ บุคคลที่เป็นเจ้าของความคิดหรือข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการตัดสินใจ
- 2.3 ผู้ตัดสินใจ คือบุคคลที่ตัดสินใจส่วนใดส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ
- 2.4 ผู้ซื้อ คือผู้ที่กระทำการซื้อ
- 2.5 ผู้ใช้ คือบุคคลที่เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่ม 1 : Kotler, Phillip and Armstrong, Gary. *Principle of Marketing*. Eighth Edition, Prentice-Hall, U.S.A, 1999.

จากภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ สามารถอธิบายขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. การรับรู้ถึงปัญหา เป็นการตระหนักถึงปัญหา โดยที่ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างภาวะความต้องการที่แท้จริงและพึงปรารถนา
2. การค้นหาข้อมูลข่าวสารเมื่อถูกกระตุ้น ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ
3. การประเมินข่าวสาร เป็นการประมวลข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าต่างๆ และทำการตัดสินใจมูลค่าตราสินค้าต่างๆ
4. การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้าต่างๆ ที่มีในทางเลือกเดียวกัน แต่อาจมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ 2 ปัจจัย คือทัศนคติของผู้อื่น และสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้า
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ภายหลังจากการตัดสินใจซื้อออกมาในระดับความพึงพอใจต่างๆ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจหลังการซื้อ จะส่งผลให้มีการกลับมาซื้อซ้ำ และหากไม่พอใจ ก็จะมีการละทิ้งหรือส่งคืนสินค้า

#### 6.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กชกมล วิบูลย์จันทร์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์สัลยกรรมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยด้านการเสริมบุคลิกภาพผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก เรื่องเสริมสร้างความมั่นใจ รองลงมาได้แก่ ต้องการเสริมสิ่งดีๆ ในชีวิต ปัจจัยด้านบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก เรื่องการแนะนำจากเพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน คนรู้จัก รองลงมาได้แก่ การแนะนำจากบุคลากรของศูนย์สัลยกรรม ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับ

มาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมาก เรื่องสถานที่ให้บริการมีความสะอาด ปลอดภัย รองลงมาได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เรื่องสัณยแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน รองลงมาได้แก่ สัณยแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ (ในการทำศัลยกรรมและการดูแลรักษา) การทดสอบ สมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่อายุต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ศัลยกรรมความงาม แตกต่างกัน

**พนิดา หอมบุญยงค์ (2552)** ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดในกรุงเทพมหานคร” โดยแบ่งเก็บข้อมูลกับผู้หญิงวัยทำงาน 4 กลุ่ม คือ อายุ 30-34 ปี 35-39 ปี 40-44 ปี และ 45-49 ปี กลุ่มละ 100 ราย เท่ากัน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้อยู่ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท พักอาศัยอยู่กับครอบครัวต้น (พ่อแม่) สถานภาพที่พักเป็นของครอบครัว ประเภทที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว มีจำนวนบัตรเครดิต 1-2 ใบ อัตราการเก็บออมเงินต่อเดือน 11-20% จากข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถจับกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ซึ่งมีลักษณะเด่นของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ดังนี้ 1) กลุ่มสาวโสดนักคิด มีลักษณะ รอบรู้เรื่องการเมืองและวัฒนธรรม ชอบการบริโภคและท่องเที่ยว ชอบงานอดิเรกและใช้เวลาว่าง 2) กลุ่มสาวโสดรักครอบครัว มีลักษณะรักครอบครัวและปรับตัวเพื่อความสำเร็จ ชอบงานอดิเรกและใช้เวลาว่าง รักตัวเองและสังคม มองโลกบนความจริง ชอบงานและกิจกรรมสังคม 3) กลุ่มสาวโสดผู้สนใจตนเอง มีลักษณะชอบงานอดิเรกและใช้เวลาว่าง มองโลกบนความจริง ชอบแฟชั่นและกำนิยม 4) กลุ่มสาวโสดนักเดินทางช่างเลือก มีลักษณะชอบการบริโภคและท่องเที่ยว เป็นนักวิเคราะห์ มองโลกบนความเป็นจริง เป็นนักธุรกิจมุ่งแข่งขัน ชอบกีฬาและความบันเทิง รักตัวเองและสังคม รวมทั้งรักครอบครัวและปรับตัวเพื่อความสำเร็จ

**ศศิภา เดือนสว่าง (2553)** ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชาย ในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่” จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 25 ปีสถานภาพโสดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาอยู่ มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคลินิกเสริมความงามที่ใช้เป็นประจำ โดยเข้ารับบริการคลินิกเสริมความงาม เพราะต้องการรักษาสิ่วฝ้ากระจุดต่างดำ หรือปัญหาโรคผิวหนังอื่นๆ โดยเฉลี่ยเข้ารับบริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงิน โดยเฉลี่ยในการเข้ารับบริการต่อครั้ง 251- 500 บาท ช่วงเวลาที่เข้ารับบริการไม่แน่นอน วันที่เข้ารับบริการมากที่สุดคือ วันเสาร์-อาทิตย์ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูล

คลินิกเสริมความงามคือ การถามเพื่อน/คนรู้จัก ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการเป็นเงินสด และชำระค่าบริการแบบจ่ายเป็นครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ หากต้องใช้บริการในครั้งต่อไป

**วารภรณ์ คงรอด (2554)** ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือหญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามภายในระยะเวลา 1 ปีและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการคลินิกเสริมความงามพบว่า คลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและเคยใช้บริการมากที่สุดคือ วุฒิ-ศักดิ์คลินิก สาเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการคลินิก คือ คลินิกมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับบริการที่ใช้ในคลินิกเสริมความงาม คือ รักษาสิวและฝ้า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม สถานที่ตั้งของคลินิกเสริมความงามที่เลือกใช้บริการ คือ คลินิกที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้บริการคลินิกเสริมความงามมากที่สุดคือตนเอง โดยมีความถี่ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน วันที่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามบ่อยที่สุด คือ เสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามบ่อยที่สุด 12.01-15.00 น. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง คือ 1,001-1,500 บาท รูปแบบการชำระค่าบริการคลินิกเสริมความงาม คือ เป็นรายครั้ง วิธีชำระค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ คือ ชำระด้วยเงินสด การหาข้อมูลเพื่อใช้บริการคลินิกเสริมความงามมากที่สุด คือ ทางอินเทอร์เน็ต การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในครั้งต่อไป คือ เลือกใช้บริการเดิมที่เคยใช้

**พิรพัฒน์ คำปึก (2555)** ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการทำสัลยกรรมเสริมหล่อของผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือเพศชายวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20 ปีขึ้นไปมีที่พักอาศัย หรือที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และเคยทำสัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในอดีตเคยทำสัลยกรรมหลักทั้งหมด 1 ครั้งมีวัตถุประสงค์ในการทำสัลยกรรมเสริมความงามเพื่อเสริมบุคลิกภาพเสริมความมั่นใจ ผู้ที่มีอิทธิพลในตัดสินใจทำสัลยกรรมเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือเพื่อน/คนรู้จัก รองลงมาได้แก่ ผู้ผ่านการทำสัลยกรรมมาก่อน ส่วนใหญ่ทำสัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปีโดยทำสัลยกรรมวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ใช้เวลาทำสัลยกรรม 30 นาที- 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ช่วงเวลาที่เข้ารับบริการไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์ และความถี่ในการใช้บริการสถานที่สัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้ง ต่อปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งสถานที่

ศัลยกรรมเสริมความงาม ที่เป็นคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมือง โดยลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ จุดมุ่งหมายผลลัพธ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยใช้เวลาสั้น รวดเร็ว แพทย์ทำศัลยกรรมเสร็จเห็นผลทันทีแหล่งข้อมูลในเลือกสถานที่ทำศัลยกรรมจาก คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรม เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม คือ แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 – 15,000 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่เปรียบเทียบแหล่งข้อมูล 2 แห่ง ก่อนทำศัลยกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หลังจากทำการศัลยกรรม มีความพึงพอใจในอนาคต อาจจะมีการทำศัลยกรรมเพิ่มเติม และอวัยวะที่จะทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคต คือ ใบหน้าและลำคอ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ให้ความสำคัญสูงสุดในแต่ละปัจจัยมีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ปัจจัยด้านราคา คือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก และที่จอดรถสะดวก ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด คือ การสื่อสารผ่าน Blog/social media เช่น บทความต่างๆบนเว็บไซต์, การโฆษณาหรือการเข้าร่วมกิจกรรมบน Face book, Twitter, E-coupon ปัจจัยด้านบุคคล คือ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรมปัจจัยด้านกระบวนการ คือ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย

**Marsidi และคณะ (2556)** จากสมาคมศัลยแพทย์พลาสติกอเมริกา (American Society of Plastic Surgeons (ASPS)) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยใดที่มีผลกับการเลือกทำศัลยกรรม” จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของศัลยแพทย์และคำแนะนำจากศัลยแพทย์ หรือ เพื่อน คือปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดยใช้เทคนิคการวิจัยตลาดที่เรียกว่า Conjoint Analysis ได้ประเมินค่าของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิธีการศัลยกรรมในกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ 150 คนที่ให้ความสนใจในการผ่าตัดทำศัลยกรรมพลาสติก โดยผู้ทำศัลยกรรมส่วนใหญ่อายุ 18 ปี มีระดับความพึงพอใจที่ต่างกันในเรื่องของราคา เวลาในการเดินทาง ประสิทธิภาพของศัลยแพทย์ ขนาดของคลินิกศัลยกรรม เครื่องมือและการนำเสนอสื่อออนไลน์บนเว็บไซต์

จากการศึกษา Marsidi และคณะพบว่า คลินิกที่ผู้ทำศัลยกรรมต้องการมากที่สุดคือ คลินิกที่มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ค่าเฉลี่ยร้อยละ 36 แพทย์ทั่วไปที่ให้คำแนะนำ คือผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยร้อยละ 22 เวลาในการเดินทางอยู่ที่ระหว่าง 0-30 นาที ค่าเฉลี่ยร้อยละ 14 ผู้ทำศัลยกรรมต้องการค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า ค่าเฉลี่ยร้อยละ 13 โดยเลือกคลินิกในท้องถิ่น และมีการนำเสนอแบบออนไลน์อย่างทั่วถึง ค่าเฉลี่ยร้อยละ 9 ขนาดของคลินิกศัลยกรรมมีความสำคัญน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 6 ซึ่งผู้ทำศัลยกรรมเลือกคลินิกท้องถิ่นมากกว่าคลินิกใหญ่ระดับประเทศ ดังนั้น

ศัลยแพทย์ควรจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับแพทย์ชำนาญการทั่วไปมากกว่าการทำโฆษณาทางโทรทัศน์หรือสื่ออื่นๆ

ศัลยแพทย์พลาสติกในสถานบริการศัลยกรรมเพื่อความงาม จำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การตลาดในเชิงรุก ถึงแม้ว่า จำนวนผู้ทำศัลยกรรมพลาสติกเพื่อความงามลดต่ำลงอย่างมาก หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี 2008 อย่างไรก็ตาม จำนวนตัวเลขก็พุ่งสูงขึ้นอีกครั้ง ในตลาดที่ผันผวนนี้ การได้รู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน และจากข้อมูลสถิติพบว่า ผู้ที่ทำศัลยกรรมเสริมความงามกลับมาใช้บริการซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 51.0 และมีผู้ทำศัลยกรรมมากกว่าหนึ่งอย่างในครั้งเดียว คิดเป็นร้อยละ 46.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานต่อการใช้บริการศัลยกรรมในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานต่อการใช้บริการศัลยกรรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะ พฤติกรรมผู้บริโภคได้แก่ Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไม ผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร)

##### ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มเพศหญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่พักอาศัย หรือที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และเคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม ภายในระยะเวลา 1 ปี

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่าง โดยใช้ตารางของการกำหนดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กฤษณี รื่นรัมย์, 2551:187) โดยใช้วิธีการกำหนด กลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) และเลือก ตัวอย่างโดยใช้วิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) ขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยจะแบ่งลูกค้ำออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี อายุ 26-35 ปี อายุ 36-45 ปี อายุ 46 ปีขึ้นไป เก็บข้อมูลกลุ่มละ 50 ราย เท่ากัน



### 3.2 วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) สอบถามผู้หญิงวัยทำงานที่เคยผ่านการทำศัลยกรรม อายุระหว่าง 18 – 60 ปี จากคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 4 แห่ง คือ 1. เชียงใหม่ศัลยกรรมคลินิก 2. สมเพชรคลินิก 3. เวชกรรมคลินิกหมอมวิมล 4. คลินิกหมออัจฉรา และจากศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม ได้แก่ วุฒิสักดิ์คลินิก ราชเทวีคลินิก จอยแอนด์แคร์คลินิก ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลภาคสวนแก้ว ในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต โดยเก็บตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 11.00 น. ถึง 21.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่ศูนย์การค้าเปิดและปิด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากรรณกรรม เอกสาร ตำรา พจนานุกรม สารานุกรม งานเขียน วิทยานิพนธ์ ซึ่งได้มีการผสมผสานบูรณาการหลายๆ รรณกรรมเข้าด้วยกัน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแบบสอบถามด้านพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงาน เช่น ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน นิยมศัลยกรรมอะไร วัตถุประสงค์หลักในการเข้ารับศัลยกรรม ใช้บริการศัลยกรรมจากแหล่งไหน เข้ารับศัลยกรรมเสริมความงามเมื่อใด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

### 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล

1. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการที่ คลินิกศัลยกรรม เช่น เชียงใหม่ศัลยกรรมคลินิก สมเพชรคลินิก เวชกรรม คลินิกหมอวิมล คลินิกหมออัจฉรา ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามเช่น นิติพลคลินิกราชเทวีคลินิกภูมิศักดิ์คลินิก จอยแอนด์แคร์คลินิก ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้ากาดสวนแก้ว และศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่

### 3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานต่อการใช้บริการศัลยกรรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 ถึง เดือนพฤษภาคม 2557 โดยมีการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2557

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานต่อการทำสัลยกรรมเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คนซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของของผู้หญิงวัยทำงานต่อการทำสัลยกรรมเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำสัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและวิธีการทำสัลยกรรมเสริมความงาม

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### 4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ 18 -25 ปี	42	21.0
อายุ 26-35 ปี	106	53.0
อายุ 36-45 ปี	52	26.0
รวม	200	100.0

\*หมายเหตุ อายุ 46-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 26 – 35 ปีคิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ 18 – 25 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อายุ 36 –60 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	130	65.0
สมรส/แต่งงาน	50	25.0
หย่าร้าง	15	7.5
หม้าย	3	1.5
แยกกันอยู่	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสดจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือสมรส/แต่งงานจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 หย่าร้างจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 หม้าย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และแยกกันอยู่ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	3	1.5
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	0	0.0
อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	30	15.0
ปริญญาตรี	124	62.0
ปริญญาโท	34	17.0
สูงกว่าปริญญาโท	9	4.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือปริญญาตรีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 17 อนุปริญญา ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 สูงกว่าปริญญาโทจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	23	11.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	8.5
พนักงานบริษัทเอกชน	83	41.5
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	43	21.5
ค้าขาย	13	6.5
รับจ้าง	19	9.5
อื่น ๆ	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รับราชการจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 รับจ้างจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ค้าขายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะงานที่ใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงาน

ลักษณะงานที่ใช้บุคลิกภาพ หน้าตาในการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	112	56.0
ไม่ใช่	88	44.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ลักษณะงานที่ใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากับ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 ที่เหลือ 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ไม่ใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงาน

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	24	12.0
10,001 - 20,000 บาท	85	42.5
20,001-30,000 บาท	46	23.0
30,001- 40,000 บาท	18	9.0
40,001 – 50,000 บาท	14	7.0
50,001 – 60,000 บาท	3	1.5
60,000 บาทขึ้นไป	3	1.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เท่ากับ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาเท่ากับ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 คน รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 รายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้ 50,001 – 60,000 บาท และรายได้ 60,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยทำ  
 ศัลยกรรมหลัก

จำนวนครั้งที่เคยทำศัลยกรรมหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	1	0.5
1	61	30.5
2	52	26.0
3	32	16.0
4	18	9.0
5	11	5.5
6	12	6.0
7	13	6.5
รวม	200	100.0
ค่าเฉลี่ย = 3 ครั้ง		

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในอดีตเคยทำศัลยกรรมหลัก 1 ครั้ง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา 2 ครั้ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 3 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 ครั้ง



#### 4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำสัลยกรรมเสริมความงาม

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำสัลยกรรมเสริมความงาม

วิธีการทำสัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การผ่าตัด	142	71.0
การฉีดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลาเลอร์	85	42.5
การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์	72	36.0
การดึงหน้าด้วยการร้อยไหม	17	8.5
อื่นๆ	3	1.5

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน  
อื่นๆ ได้แก่ ฉีดวิตามินซี 3 (ไม่ใช่การทำสัลยกรรม)

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยทำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาได้แก่ การฉีดสารเติมเต็ม จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ การดึงหน้าด้วยการร้อยไหม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำสัลดกรรม  
เสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด

สัลดกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตา	54	27.0
การเสริมจมูกแต่งปีกจมูก	90	45.0
ดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอ	15	7.5
ตกแต่งริมฝีปาก	20	10.0
การเสริมคาง ตัดกราม	10	5.0
เสริมหน้าอก/ลดขนาดเต้านม	12	6.0
เสริม-ลดโหนกแก้ม	3	1.5
ลดไขมันหน้าท้อง/แก้ท้องถาย	10	5.0
การทำลัถยืม	10	5.0
การดูดไขมันแขนและขา	4	2.0
ปลูกผม	1	0.5
อื่นๆ	2	1.0

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน  
อื่นๆ ได้แก่ปลูกคิ้ว (2)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำการสัลดกรรมด้วยการผ่าตัดเสริมจมูกแต่งปีกจมูกจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือการทำตา 2 ชั้น/ตัดถุงใต้ตา 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 การตกแต่งริมฝีปาก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 การดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 การเสริมหน้าอก/ลดขนาดเต้านมจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 การเสริมคาง/ตัดกรามจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ลดไขมันหน้าท้อง/แก้ท้องถายจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 การทำลัถยืมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 การดูดไขมันแขนและขาจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 การเสริม/ลดโหนกแก้มจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 การสัลดกรรมอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และการปลูกผมจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลเลอร์

ศัลยกรรมด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลเลอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฉีดจุมุก	65	32.5
ฉีดคาง	19	9.5
ฉีดริมฝีปากให้ดูอวบอิม	2	1.0
ฉีดหน้าอก	0	0.0
ฉีดเสริมสะโพก	3	1.5
ฉีดลดรอยแผลเป็นให้ตื้น	12	6.0
อื่น ๆ	0	0.0

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำการศัลยกรรมด้วยการนวดสารเติมเต็มบริเวณจุมุกจำนวน 65 คนคิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือฉีดคางจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ฉีดลดริ้วรอยแผลเป็นให้ตื้นจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ ฉีดเสริมสะโพกจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดฉีดหน้าอกและอื่นๆ

**ตารางที่ 4.11** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์

ศัลยกรรมด้วยวิธีการนวดสารเพื่อลดริ้วรอย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลดริ้วรอยบนใบหน้า	20	10.0
ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก	25	12.5
ลดรอยตีนกา	22	11.0
ลดถุงใต้ตา	4	2.0
อื่น ๆ	17	8.5

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

อื่นๆ ได้แก่ ทำ V Shape (หน้าเรียว) (17)

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำการคัดสรรด้วยการคิดสารเพื่อลครีว รอย เช่น โบท็อกซ์เพื่อลครอย่นบริเวณหน้าผากเป็นจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 12.5 รองลงมาคือ ลครอยตีนกาจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ลครีวรอยบนใบหน้าเป็นจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อย ละ 10.0 อื่นๆ เป็นจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และ ลดถุงใต้ตาเป็นจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำคัดสรรเสริม ความงามด้วยวิธีการดัดหน้าด้วยการร้อยไหมและอื่น ๆ

คัดสรรด้วยวิธีการดัดหน้าร้อยไหม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไหม		
ร้อยไหม	17	8.5
อื่น ๆ	3	1.5

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน  
อื่น ๆ ได้แก่ ฉีดวิตามินซี 3 (ไม่ใช่การทำคัดสรร)

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำคัดสรรด้วยการดัดหน้าร้อยไหม จำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 8.5 และอื่น ๆ จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการเข้ารับบริการหลักในการทำคัดสรรเสริมความงามต่อปี

จำนวนการเข้ารับบริการหลักในการทำคัดสรรเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	95	47.5
2 ครั้ง	58	29.0
3 ครั้ง	31	15.5
มากกว่า 3 ครั้ง	16	8.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักต่อปีในการเสริมความงามมากที่สุด 1 ครั้ง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ 2 ครั้งจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 จำนวน 3 ครั้ง 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.14** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับ บริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	28	14.0
30 นาที – 1 ชั่วโมง	81	40.5
1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	52	26.0
2 ชั่วโมง – 3 ชั่วโมง	27	13.5
มากกว่า 3 ชั่วโมง	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรม 30 นาที – 1 ชั่วโมง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ครั้งละ 2 – 3 ชั่วโมงจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมงจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการเข้าพบแพทย์ เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม

จำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตาม ผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	50	25.0
2 ครั้ง	72	36.0
3 ครั้ง	48	24.0
มากกว่า 3 ครั้ง	30	15.0
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า จำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 2 ครั้งจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ 1 ครั้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 จำนวน 3 ครั้ง 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมากกว่า 3 ครั้งจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรม เสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	47	23.5
15 นาที - 30 นาที	100	50.0
31 นาที - 1 ชั่วโมง	41	20.5
มากกว่า 1 ชั่วโมง	12	6.0
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่าระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ 15 - 30 นาทีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ระยะเวลา 31 นาที - 1 ชั่วโมงจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมากกว่า 1 ชั่วโมง 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่เข้าไปใช้บริการ  
สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา

วันที่เข้าไปใช้บริการสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์ถึงวันศุกร์	51	25.5
วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	113	56.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	11	5.5
อื่น ๆ	25	12.5
รวม	200	100.00

อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์ (25)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าไปใช้บริการสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา  
มากที่สุดคือวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือวันจันทร์ถึงวันศุกร์  
จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 วันอื่นๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และวันหยุดนักขัตฤกษ์  
จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.18** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้  
บริการสถานที่ที่คัดสรรเสริมความงาม

ช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานที่ คัดสรรเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเช้า	22	11.0
ช่วงเที่ยง	22	11.0
ช่วงบ่าย	39	19.5
ช่วงเย็น	44	22.0
ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์	73	36.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกช่วงเวลาในการใช้บริการสถานที่ที่คัดสรรเสริมความงามมากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือช่วงเย็น จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ช่วงบ่ายจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ช่วงเช้าจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และช่วงเที่ยงจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.19** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ตั้งที่ใช้บริการ  
ของสถานที่ที่คัดสรรเสริมความงาม

ที่ตั้งของสถานที่คัดสรรเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
แผนกคัดสรรเสริมความงามในโรงพยาบาล	28	14.0
คลินิกคัดสรรเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป	121	60.5
คลินิกคัดสรรเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า เช่น โรบินสัน เซ็นทรัล เป็นต้น	34	17.0
คลินิกคัดสรรเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น	17	8.5
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>



จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง  
ทั่วไปมากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามใน  
โรงพยาบาล จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งใน  
ห้างสรรพสินค้า เช่น โรบินสัน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

**ตารางที่ 4.20** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนแห่งของสถานที่  
ศัลยกรรมเสริมความงามในระยะเวลา 1 ปี

จำนวนสถานที่ศัลยกรรมที่ใช้บริการต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอด	129	64.5
เคยใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 2-3 แห่ง	55	27.5
เคยใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน มากกว่า 3 แห่ง	16	8.0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริม  
ความงามที่เดิมตลอดมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ 2-3 แห่ง จำนวน 55  
คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มากกว่า 3 แห่งจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละของผู้แบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสถานที่  
 ศัลยกรรมเสริมความงาม

ความถี่ในการใช้บริการสถานที่ศัลยกรรม เสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	64	32.0
1-2 ครั้งต่อปี	104	52.0
3-4 ครั้งต่อปี	30	15.0
มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	2	1.0
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้งต่อปีมากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 3-4 ครั้งต่อปีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระค่าบริการ  
 ทำศัลยกรรมเสริมความงาม

วิธีการชำระค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเป็นเงินสด	108	54.0
ชำระด้วยบัตรเครดิต	71	35.5
ชำระด้วยบัตรเดบิต	21	10.5
อื่นๆ	0	0
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าบริการเป็นเงินสดมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ชำระด้วยบัตรเครดิตจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และชำระด้วยบัตรเดบิต 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการตัดยกรรมเสริมความงามในแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	49	24.5
5,001 – 15,000 บาท	81	40.5
15,001 – 30,000 บาท	48	24.0
30,001 – 45,000 บาท	13	6.5
45,001 – 60,000 บาท	9	4.5
60,001 – 85,000 บาท	0	0
85,001 – 100,000 บาท	0	0
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งจำนวน 5,000 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 จำนวน 15,000 – 30,000 บาท 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 จำนวน 30,000 – 45,000 บาท 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และจำนวน 45,000 – 60,000 บาท 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในสิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบ  
แบบสอบถามต้องการทำกิจกรรมมากที่สุด

สิ่งที่จุดประกายให้ทำกิจกรรมเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง	95	47.5
ความจำเป็นในอาชีพ	48	24.0
สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง	144	72.0
แก้ไขหรือรักษาความผิดปกติของร่างกาย	42	21.0
โดนล้อจนเกิดปมด้อย	26	13.0
รู้สึกว่าคุณเองแปลก แตกต่างจากคนในครอบครัว	17	8.5
อกหักแฟน หึงไปหาคนที่สวยกว่า	20	10.0
แต่งหน้ายากถ่ายรูปไม่สวย	37	18.5
หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่	42	21.0
อื่นๆ (อยากสวยกว่าคนอื่นๆ ในที่ทำงาน)	1	0.5

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.24 พบว่า สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ  
ทำกิจกรรมมากที่สุดคือ สร้างความมั่นใจและโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ  
72.0 รองลงมาคือ พบผู้ที่สวยแล้วอยากทำบ้าง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ความจำเป็นใน  
อาชีพ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่ และแก้ไขหรือรักษาความ  
ผิดปกติของร่างกาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	123	61.5
แฟน/คนรัก	47	23.5
เพื่อน/คนรู้จัก	122	61.0
ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง	45	22.5
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	72	36.0
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก	23	11.5
ไม่มี	20	10.0
อื่นๆ	4	2.0

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน  
อื่นๆ ได้แก่ บิดา/มารดา (3) บุตร (1)

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ เพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 แฟน/คนรัก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการ  
ทำกิจกรรมเสริมความงาม

วัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ	130	65.0
เสริมดวงชะตา	15	7.5
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	13	6.5
เลียนแบบดารานักร้อง/บุคคลที่ชื่นชอบ	12	6.0
แก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย	16	8.0
แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย	14	7.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เสริมบุคลิกภาพความมั่นใจมากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ แก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 เสริมดวงชะตา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และเลียนแบบดารานักร้องบุคคลที่ชื่นชอบจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของแหล่งข้อมูล  
ข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว	148	74.0
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	85	42.5
วิทยุ	25	12.5
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	26	13.0
ใบปลิว/โปสเตอร์	22	11.0
อินเทอร์เน็ต	87	43.5
โทรทัศน์	34	17.0
นิตยสาร	30	15.0
อื่นๆ	0	0

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.27 พบว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
สถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรม  
มาแล้ว จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ  
43.5 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 โทรทัศน์จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0  
และ นิตยสารจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.28** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการพิจารณา  
ก่อนการตัดสินใจทำศัลยกรรมในครั้งแรก

ระยะเวลาในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจ ทำศัลยกรรมในครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 วัน	35	17.5
16 วัน – 1 เดือน	43	21.5
1-2 เดือน	45	22.5
3-4 เดือน	34	17.0
5-6 เดือน	15	7.5
มากกว่า 6 เดือน	28	14.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาพิจารณาในการตัดสินใจทำศัลยกรรมในครั้งแรก 1-2 เดือน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาคือ 16 วัน – 1 เดือน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 น้อยกว่า 15 วันจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 3-4 เดือนจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มากกว่า 6 เดือนจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 5-6 เดือนจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.29** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนแห่งของการหาข้อมูล  
เปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม

จำนวนแห่งของ การหาข้อมูลเปรียบเทียบ	จำนวน	ร้อยละ
1 แห่ง	36	18.0
2 แห่ง	46	23.0
3 แห่ง	61	30.5
4 แห่ง	57	28.5
รวม	200	100.0



จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ ทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 แห่ง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ 4 แห่ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 2 แห่งจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ 1 แห่ง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.30** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการ สถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม

เกณฑ์ในการเลือกใช้บริการ สถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ	120	60.0
คำแนะนำของคนรู้จัก	138	69.0
ที่ตั้งของคลินิก/โรงพยาบาลเดินทางสะดวก	69	34.5
การมีบริการผ่อนชำระ	40	20.0
การให้คำแนะนำ บริการของเจ้าหน้าที่	51	25.5
ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล	123	61.5
รับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม	131	65.5
อัตราค่าบริการ	93	46.5
อื่นๆ	0	0

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม โดยใช้เกณฑ์ คำแนะนำของคนรู้จักจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือรับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และอัตราค่าบริการ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.31** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของสถานที่  
 ศัลยกรรมเสริมความงาม

ลักษณะของสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล	43	21.5
คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก	107	53.5
คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่ และแพทย์ คอยให้บริการเช่น วุฒิสักดิ์คลินิก	50	25.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็น  
 เจ้าของมากที่สุดจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ คลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบ  
 สาขา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และแผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลจำนวน  
 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.32** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจภายหลังจาก  
 การทำศัลยกรรมเสริมความงามที่ผ่านมา

ความพึงพอใจภายหลังจาก จากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจ	178	89.0
ไม่พึงพอใจ	22	11.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

\* หมายเหตุ ไม่พึงพอใจ  
 สาเหตุเพราะ ผลของการทำศัลยกรรมไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ (9) ทำออกมาแล้วไม่สวย (13)  
 วิธีการแก้ไข ได้แก่ ให้สถานที่ทำศัลยกรรมที่เดิมแก้ไขใหม่ (ไม่ได้เปลี่ยนไปทำที่ใหม่ ให้ที่เดิมแก้)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ภายหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ผู้ตอบแบบสอบถามพึง  
 พอใจจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 และไม่พึงพอใจจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการสถานที่  
 ศัลยกรรมเสริมความงามในครั้งต่อไป

การเลือกใช้บริการ สถานที่ศัลยกรรมในครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
เลือกใช้บริการที่เดิมที่เคยใช้บริการ	162	81.0
เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ	33	16.5
อื่นๆ	5	2.5
รวม	200	100.0

อื่นๆ ได้แก่ ไม่ทำเพิ่มแล้ว (5)

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการสถานที่เดิมที่เคยใช้บริการมากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ เลือกใช้บริการที่ยังไม่เคยใช้ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำให้กับผู้อื่นภาย  
 หลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

การแนะนำให้ผู้อื่นหลังจากการทำศัลยกรรม เสริมความงาม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แนะนำแน่นอน	39	19.5
อาจจะไม่แนะนำ	36	18.0
ไม่แน่ใจ	19	9.5
อาจจะแนะนำ	41	20.5
แนะนำแน่นอน	65	32.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้กับผู้อื่นภายหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยแนะนำแน่นอนจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา อาจจะแนะนำจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ไม่แนะนำแน่นอนจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อาจจะไม่แนะนำจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และไม่แน่ใจจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจทำสัลดยกรรมเสริม  
ความงามในอนาคต

การตัดสินใจทำสัลดยกรรมเสริมความงาม ในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทำเพิ่มเติมแน่นอน	37	18.5
อาจจะไม่ทำเพิ่ม	32	16.0
ไม่แน่ใจ	41	20.5
อาจจะทำเพิ่ม	51	25.5
ทำเพิ่มเติมแน่นอน	39	19.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะทำเพิ่ม จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาไม่แน่ใจจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ทำเพิ่มเติมแน่นอน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ไม่ทำเพิ่มเติมแน่นอนจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และอาจจะไม่ทำเพิ่ม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดที่ต้องการทำศัลยกรรม เสริมความงามเพิ่มเติมในอนาคต

จุดที่ต้องการทำศัลยกรรม เสริมความงามเพิ่มเติมในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ศีรษะ (ปลูกผม)	13	6.5
ตา	43	21.5
จมูก	36	18.0
ใบหน้าและลำคอ	51	25.5
แก้มและกราม	58	29.0
ปาก	33	16.5
หน้าอก	32	16.0
หน้าท้อง/เอว	32	16.0
อวัยวะเพศ	18	9.0
สะโพก	32	16.0
ต้นขา/ขา	35	17.5
อื่น ๆ	0	0

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 163 คน

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำศัลยกรรมเพิ่มในอนาคต บริเวณแก้มและกรามมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ ใบหน้าและลำคอ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ตา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 จมูก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และ หน้าอก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง	1 (0.5)	0 (0.0)	27 (13.5)	50 (25.0)	122 (61.0)	200 (100.0)	4.46 มาก
คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ	21 (10.5)	18 (9.0)	59 (29.5)	57 (28.5)	45 (22.5)	200 (100.0)	3.44 ปานกลาง
คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย	0 (0.0)	0 (0.0)	22 (11.0)	57 (28.5)	121 (60.5)	200 (100.0)	4.49 มาก
ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	1 (0.5)	0 (0.0)	22 (11.0)	62 (31.0)	115 (57.5)	200 (100.0)	4.45 มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	20 (10.0)	57 (28.5)	123 (61.5)	200 (100.0)	4.52 มากที่สุด
มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (11.5)	50 (25.0)	127 (63.5)	200 (100.0)	4.52 มากที่สุด
มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ	1 (0.5)	6 (3.0)	50 (25.0)	45 (22.5)	98 (49.0)	200 (100.0)	4.17 มาก
เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	28 (14.0)	63 (31.5)	109 (54.5)	200 (100.0)	4.41 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆและมีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.52 ขณะที่ปัจจัยด้านคลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยรวมทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และ 4.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ	27 (13.5)	10 (5.0)	72 (36.0)	51 (25.5)	40 (20.0)	200 (100.0)	3.34 ปานกลาง
ค่าบริการแพงกว่าที่อื่นๆ	23 (11.5)	24 (12.0)	77 (38.5)	49 (24.5)	27 (13.5)	200 (100.0)	3.17 ปานกลาง
มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า	1 (0.5)	2 (1.0)	45 (22.5)	82 (41.0)	70 (35.0)	200 (100.0)	4.09 มาก
สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	19 (9.5)	15 (7.5)	58 (29.0)	49 (24.5)	59 (29.5)	200 (100.0)	3.57 มาก
การให้ผ่อนชำระค่าบริการ	18 (9.0)	14 (7.0)	74 (37.0)	36 (18.0)	58 (29.0)	200 (100.0)	3.51 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.09 รวมทั้งปัจจัยด้านการสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และปัจจัยด้านการได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.57 และ 3.51 ตามลำดับ ขณะที่ปัจจัยด้านค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ และค่าบริการแพงกว่าที่อื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.34 และ 3.17

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด  
เชียงใหม่

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก	7 (3.5)	18 (9.0)	78 (39.0)	50 (25.0)	47 (23.5)	200 (100.0)	3.56 มาก
ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก	3 (1.5)	10 (5.0)	68 (34.0)	68 (34.0)	51 (25.5)	200 (100.0)	3.77 มาก
สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	29 (14.5)	21 (10.5)	72 (36.0)	44 (22.0)	34 (17.0)	200 (100.0)	3.17 ปานกลาง
มีหลายสาขาให้เลือกตามความ สะดวกของลูกค้า	28 (14.0)	15 (7.5)	72 (36.0)	53 (26.5)	32 (16.0)	200 (100.0)	3.23 ปานกลาง
ที่จอดรถสะดวก	13 (6.5)	7 (3.5)	58 (29.0)	76 (38.0)	46 (23.0)	200 (100.0)	3.68 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง  
สามารถเดินทางได้สะดวกอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 รวมทั้งที่จอดรถสะดวกและสถานที่ตั้งอยู่  
ใกล้ที่พักในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.56 ตามลำดับรองลงมาคือ ปัจจัยด้านมีหลายสาขาให้  
เลือกตามความสะดวกของลูกค้า และสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.23  
และ 3.17

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์	22 (11.0)	18 (9.0)	59 (29.5)	56 (28.0)	45 (22.5)	200 (100.0)	3.42 ปานกลาง
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น	14 (7.0)	15 (7.5)	68 (34.0)	60 (30.0)	43 (21.5)	200 (100.0)	3.52 มาก
มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น facebook และ twitter เป็นต้น	15 (7.5)	15 (7.5)	62 (31.0)	62 (31.0)	46 (23.0)	200 (100.0)	3.54 มาก
การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ	8 (4.0)	8 (4.0)	50 (25.0)	75 (37.5)	59 (29.5)	200 (100.0)	3.85 มาก
มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นวดสปา เฮอร์รี่ 1 ครั้ง หรือ แคมคอร์สวดหน้าฟรี เป็นต้น	5 (2.5)	6 (3.0)	42 (21.0)	67 (33.5)	80 (40.0)	200 (100.0)	4.05 มาก
การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ฟรีสำหรับสมาชิก	17 (8.5)	19 (9.5)	49 (24.5)	72 (36.0)	43 (21.5)	200 (100.0)	3.52 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก	2 (1.0)	3 (1.5)	52 (26.0)	70 (35.0)	73 (36.5)	200 (100.0)	4.04 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อนำลูกค้าใหม่	5 (2.5)	4 (2.0)	52 (26.0)	72 (36.0)	67 (33.5)	200 (100.0)	3.96 มาก
การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต	13 (6.5)	10 (5.0)	54 (27.0)	65 (32.5)	58 (29.0)	200 (100.0)	3.73 มาก
มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน	2 (1.0)	6 (3.0)	41 (20.5)	89 (44.5)	62 (31.0)	200 (100.0)	4.02 มาก

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัถยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คำแนะนำจากคนรู้จัก	0 (0.0)	6 (3.0)	34 (17.0)	73 (36.5)	90 (45.0)	200 (100.0)	4.25 มาก
คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ	0 (0.0)	1 (0.5)	36 (18.0)	61 (30.5)	102 (51.0)	200 (100.0)	4.32 มาก
พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี	0 (0.0)	1 (0.5)	24 (12.0)	62 (31.0)	113 (56.5)	200 (100.0)	4.43 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกข้อคำถาม โดยให้ความสำคัญกับการพบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือคำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 และคำแนะนำจากคนรู้จัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.25 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์ ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.42

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบ โรคศัลป์สาขาศัลยกรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	24 (12.0)	48 (24.0)	128 (64.0)	200 (100.0)	4.52 มากที่สุด
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่าง เพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และ แก้ไขปัญหาได้	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (9.5)	55 (27.5)	126 (63.0)	200 (100.0)	4.54 มากที่สุด
แพทย์มีชื่อเสียงในการ ทำศัลยกรรม	0 (0.0)	1 (0.5)	20 (10.0)	55 (27.5)	124 (62.0)	200 (100.0)	4.51 มากที่สุด
ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ	6 (3.0)	5 (2.5)	50 (25.0)	59 (29.5)	80 (40.0)	200 (100.0)	4.01 มาก
หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอ และพนักงานในคลินิกดูดี	0 (0.0)	6 (3.0)	38 (19.0)	79 (39.5)	77 (38.5)	200 (100.0)	4.41 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัย และ เป็นมิตร	0 (0.0)	3 (1.5)	28 (14.0)	88 (44.0)	81 (40.5)	200 (100.0)	4.23 มาก
พนักงานมีความชำนาญและ สามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ ลูกค้าได้	0 (0.0)	3 (1.5)	31 (15.5)	69 (34.5)	97 (48.5)	200 (100.0)	4.30 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลในเรื่องของการที่แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ รวมทั้งการเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบ โรคศัลป์สาขาศัลยกรรม และแพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 4.52 และ 4.51 ตามลำดับ ซึ่งในข้อคำถามอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นในด้านหน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานในคลินิกดูดี ที่ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือพนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.30 และพนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ที่ค่าเฉลี่ย 4.23

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัด  
เชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการรับประกันผลของการทำ ศัลยกรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	27 (13.5)	47 (23.5)	126 (63.0)	200 (100.0)	4.49 มาก
ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด	0 (0.0)	1 (0.5)	28 (14.0)	58 (29.0)	113 (56.5)	200 (100.0)	4.41 มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ	0 (0.0)	1 (0.5)	29 (14.5)	61 (30.5)	109 (54.5)	200 (100.0)	4.39 มาก
การใช้ระบบบัตรคิวในการ ให้บริการ	2 (1.0)	4 (2.0)	46 (23.0)	65 (32.5)	83 (41.5)	200 (100.0)	4.12 มาก
นัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ตได้	1 (0.5)	1 (0.5)	40 (20.0)	72 (36.0)	86 (43.0)	200 (100.0)	4.21 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน  
กระบวนการส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกข้อคำถาม โดยให้ความสำคัญกับการรับประกันผลของ  
การทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมาคือการให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนดที่ค่าเฉลี่ย 4.41  
ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.39 การนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์  
และอินเทอร์เน็ตได้ ที่ค่าเฉลี่ย 4.21 และการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.12  
ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.43** แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (9.0)	53 (26.5)	129 (64.5)	200 (100.0)	3.44 ปานกลาง
บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (16.5)	78 (39.0)	89 (44.5)	200 (100.0)	4.28 มาก
มีหลักฐานรับรองความรู้ความ ชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์	0 (0.0)	0 (0.0)	25 (12.5)	51 (25.5)	124 (62.0)	200 (100.0)	4.49 มาก
มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึง บริการที่มีคุณภาพ	0 (0.0)	0 (0.0)	29 (14.5)	53 (26.5)	118 (59.0)	200 (100.0)	4.44 มาก
ความสะอาดของสถานที่และ เครื่องมืออุปกรณ์	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (7.0)	47 (23.5)	139 (69.5)	200 (100.0)	4.62 มากที่สุด
มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะ รอรับบริการ เช่น มีนิตยสาร โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตไว้บริการ	6 (3.0)	3 (1.5)	49 (24.5)	81 (40.5)	61 (30.5)	200 (100.0)	3.94 มาก
มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย	1 (0.5)	13 (6.5)	57 (28.5)	64 (32.0)	65 (32.5)	200 (100.0)	3.89 มาก
ไม่มีกลิ่นคูลินของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือน ในโรงพยาบาล	3 (1.5)	7 (3.5)	41 (20.5)	89 (44.5)	60 (30.0)	200 (100.0)	3.98 มาก
สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการ เพียงพอ	0 (0.0)	2 (1.0)	35 (17.5)	89 (44.5)	74 (37.0)	200 (100.0)	4.17 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในด้านความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือมีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ รวมทั้งมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และ 4.44 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านอุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย อยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.44

4.4 ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามช่วงอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและวิธีการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามช่วงอายุ

วิธีการทำศัลยกรรม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การผ่าตัด	28 (66.7)	74 (69.8)	40 (76.9)
การฉีดสารเติมเต็ม	21 (50.0)	44 (41.5)	20 (38.5)
การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย	11 (26.2)	38 (35.8)	23 (44.2)
การดึงหน้าด้วยการร้อยไหม	3 (7.1)	8 (7.5)	6 (11.5)
อื่นๆ	1 (2.4)	2 (1.9)	0 (0.0)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปีส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาได้แก่ การฉีดสารเติมเต็มคิดเป็นร้อยละ 50.0 และการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอยคิดเป็นร้อยละ 26.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปีส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมด้วยการผ่าตัดคิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมาได้แก่การฉีดสารเติมเต็มคิดเป็นร้อยละ 41.5 และการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอยคิดเป็นร้อยละ 35.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปีส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัดคิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาได้แก่การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย คิดเป็นร้อยละ 44.2 และการฉีดสารเติมเต็ม คิดเป็นร้อยละ 38.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม  
ด้วยวิธีการผ่าตัด จำแนกตามช่วงอายุ

ศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การทำตา 2 ชั้น / ตัดถุงใต้ตา	10 (23.8)	22 (20.8)	22 (42.3)
การเสริมจมูกแต่งปีกจมูก	16 (38.1)	55 (51.9)	21 (40.4)
ดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอ	1 (2.4)	5 (4.7)	9 (17.3)
ตกแต่งริมฝีปาก	2 (4.8)	12 (11.3)	6 (11.5)
การเสริมคาง ตัดกราม	6 (14.3)	2 (1.9)	2 (3.8)
เสริมหน้าอก/ลดขนาดเต้านม	3 (7.1)	7 (6.6)	2 (3.8)
เสริม-ลด โหนกแก้ม	2 (4.8)	1 (0.9)	0 (0.0)
ลดไขมันหน้าท้อง/แก้มท้องลาย	3 (7.1)	3 (2.8)	4 (7.7)
การทำลัถยืม	5 (11.9)	4 (3.8)	1 (1.9)
การดูดไขมันแขนและขา	1 (2.4)	2 (1.9)	1 (1.9)
ปลูกผม	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (3.8)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปีส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรกคือ การเสริมจมูกแต่งปีกจมูกคิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาได้แก่การทำตา 2 ชั้น/ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 23.8 และการเสริมคาง ตัดกรามคิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปีส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรกคือ การเสริมจมูกแต่งปีกจมูกคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาได้แก่การทำตา 2 ชั้น / ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 20.8 และการตกแต่งริมฝีปากคิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปีส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรกคือ การทำตา 2 ชั้น / ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาได้แก่การเสริมจมูกแต่งปีกจมูก คิดเป็นร้อยละ 40.4 และการดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอ และ คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำกิจกรรมเสริมความงาม  
ด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลาเลอร์จำแนกตามช่วงอายุ

ศัลยกรรมด้วยวิธี การนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลาเลอร์	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
นวดจมูก	18 (42.9)	32 (30.2)	15 (28.8)
นวดคาง	1 (2.4)	13 (12.3)	5 (9.6)
นวดริมฝีปากให้ดูอวบอิม	0 (0.0)	2 (1.9)	0 (0.0)
นวดหน้าอก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
นวดเสริมสะโพก	0 (0.0)	3 (2.8)	0 (0.0)
นวดลดรอยแผลเป็นให้ตื้น	6 (14.3)	4 (3.8)	2 (3.8)
อื่น ๆ	1 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลาเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ 42.9 นวดลดรอยแผลเป็นให้ตื้นคิดเป็นร้อยละ 14.3 และนวดคาง คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลาเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ 30.2 นวดคาง คิดเป็นร้อยละ 12.3 และนวดลดรอยแผลเป็นให้ตื้นคิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลาเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ 28.8 นวดคาง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และนวดลดรอยแผลเป็นให้ตื้น คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์ จำแนกตามช่วงอายุ

ศัลยกรรมด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ลดริ้วรอยบนใบหน้า	3 (7.1)	10 (9.4)	7 (13.5)
ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก	2 (4.8)	11 (10.4)	12 (23.1)
ลดรอยตีนกา	1 (2.4)	9 (8.5)	12 (23.1)
ลดถุงใต้ตา	2 (4.8)	1 (0.9)	1 (1.9)
อื่นๆ	3 (7.1)	9 (8.5)	5 (9.6)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอยเช่น ลดริ้วรอยบนใบหน้า และอื่นๆ ได้แก่ ทำ V-Shape บนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 7.1 เท่ากัน ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก และลดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 4.8 เท่ากัน และลดรอยตีนกา คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก คิดเป็นร้อยละ 10.4 ลดริ้วรอยบนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 9.4 ลดรอยตีนกาและอื่นๆ ได้แก่ ทำ V-Shape คิดเป็นร้อยละ 8.5 เท่ากัน และลดถุงใต้ตา คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดรอยย่นบริเวณหน้าผากและ ลดรอยตีนกา คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ลดริ้วรอยบนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 13.5 และอื่นๆ ได้แก่ การทำ V-shape คิดเป็นร้อยละ 9.6ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำสัลยกรรมเสริมความงาม ด้วยวิธีการดัดหน้าด้วยกรรไกรร้อยไหมจำแนกตามช่วงอายุ

สัลยกรรมด้วยวิธีการดัดหน้าร้อยไหม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้อยไหม	3 (7.1)	8 (7.5)	6 (11.5)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัลยกรรมด้วยวิธีการดัดหน้าร้อยไหมส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 36-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.5 และในช่วงอายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนครั้งต่อปีที่เข้ารับบริการหลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามช่วงอายุ

จำนวนการทำสัลยกรรมหลัก	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 ครั้ง	20 (47.6)	54 (50.9)	21 (40.4)
2 ครั้ง	15 (35.7)	30 (28.3)	13 (25.0)
3 ครั้ง	6 (14.3)	14 (13.2)	11 (21.2)
มากกว่า 3 ครั้ง	1 (2.4)	8 (7.5)	7 (13.5)
รวม	42 (100.0)	106 (100.0)	52 (100.0)

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.7 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ จำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.2 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.5ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.2 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.5ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.50** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกวันที่ใช้บริการ  
ทำศัลยกรรมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

วันที่ใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์ถึงวันศุกร์	8 (19.0)	27 (25.5)	16 (30.8)
วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	31 (73.8)	55 (51.9)	27 (51.9)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	0 (0.0)	10 (9.4)	1 (1.9)
อื่น ๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์	3 (7.1)	14 (13.2)	8 (15.4)
<b>รวม</b>	<b>42 (100.0)</b>	<b>106 (100.0)</b>	<b>52 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปีส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 73.8 วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 19.0 และอื่น ๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 25.5 อื่น ๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์คิดเป็นร้อยละ 13.2 และวันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 30.8 อื่น ๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์คิดเป็นร้อยละ 15.4 และวันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.51** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกช่วงเวลาให้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงเวลาที่ใช้ศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ช่วงเช้า	1 (2.4)	11 (10.4)	10 (19.2)
ช่วงเที่ยง	5 (11.9)	8 (7.5)	9 (17.3)
ช่วงบ่าย	8 (19.0)	17 (16.0)	14 (26.9)
ช่วงเย็น	10 (23.8)	26 (24.5)	8 (15.4)
ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์	18 (42.9)	44 (41.5)	11 (21.2)
<b>รวม</b>	<b>42</b> <b>(100.0)</b>	<b>106</b> <b>(100.0)</b>	<b>52</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาได้แก่ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 23.8 ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 19.0 ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 11.9 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาได้แก่ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 24.5 ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 10.4 และช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามช่วงบ่ายคิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 19.2 ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 17.3 และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อที่ตั้งสถานที่ตั้งสถานศึกษาที่ศึกษาระดับมัธยมศึกษา  
 งาม จำแนกตามช่วงอายุ

ที่ตั้งของสถานศึกษาที่ ศึกษาระดับมัธยมศึกษา งาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผนกศึกษาระดับมัธยมศึกษาในโรงพยาบาล	9 (21.4)	13 (12.3)	6 (11.5)
คลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งในตัวเมือง ทั่วไป	27 (64.3)	73 (68.9)	21 (40.4)
คลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งใน ห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล เป็นต้น	4 (9.5)	14 (13.2)	16 (30.8)
คลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งในร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น	2 (4.8)	6 (5.7)	9 (17.3)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>42 (100.0)</b>	<b>106 (100.0)</b>	<b>52 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิก  
 ศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา ได้แก่ แผนกศึกษาระดับ  
 ศึกษาระดับมัธยมศึกษาในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 21.4 คลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งใน  
 ห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 9.5 และคลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งใน  
 ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษา  
 ที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมา ได้แก่ คลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งใน  
 ห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 13.2 แผนกศึกษาระดับมัธยมศึกษาใน  
 โรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 12.3 และคลินิกศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่  
 เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 30.8 คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 17.3 และแผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวิธีการชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

วิธีการชำระค่าบริการ ศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชำระเป็นเงินสด	27 (64.3)	56 (52.8)	25 (48.1)
ชำระด้วยบัตรเครดิต	10 (23.8)	44 (41.5)	17 (32.7)
ชำระด้วยบัตรเดบิต	5 (11.9)	6 (5.7)	10 (19.2)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	42 (100.0)	106 (100.0)	52 (100.0)

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 23.8 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 41.5 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปีส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 32.7 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.54** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 5,000 บาท	9 (21.4)	20 (18.9)	20 (38.5)
5,001 – 15,000 บาท	15 (35.7)	50 (47.2)	16 (30.8)
15,001 - 30,000 บาท	13 (31.0)	25 (23.6)	10 (19.2)
30,001 – 45,000 บาท	3 (7.1)	7 (6.6)	3 (5.8)
45,001 – 60,000 บาท	2 (4.8)	4 (3.8)	3 (5.8)
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>42 (100.0)</b>	<b>106 (100.0)</b>	<b>52 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปีมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ จำนวน 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.7รองลงมา ได้แก่ จำนวน 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ31.0และไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ จำนวน 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.2

รองลงมา ได้แก่ จำนวน 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.6 และไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 5,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.2 และตามลำดับ

**ตารางที่ 4.55** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	24 (57.1)	76 (71.7)	23 (44.2)
แฟน/คนรัก	9 (21.4)	25 (23.6)	13 (25.0)
เพื่อน/คนรู้จัก	25 (59.5)	65 (61.3)	31 (59.6)
ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง	10 (23.8)	23 (21.9)	12 (23.1)
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	16 (38.1)	43 (40.6)	13 (25.0)
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก	2 (4.8)	11 (10.4)	10 (19.2)
ไม่มี	5 (11.9)	7 (6.6)	8 (15.4)
อื่นๆ	1 (2.4)	2 (1.9)	1 (1.9)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา ได้แก่ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 57.1 และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 38.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมา เพื่อน/คนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 61.3 และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 40.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ เพื่อน/คนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา ได้แก่ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 44.2 แฟน/คนรักและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากันตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวัตถุประสงค์หลักในการ  
ทำกิจกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

วัตถุประสงค์หลักการทำกิจกรรม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ	33 (78.6)	70 (66.7)	26 (50.0)
เสริมดวงชะตา	3 (7.1)	7 (6.7)	5 (9.6)
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	2 (4.8)	6 (5.7)	5 (9.6)
เลียนแบบดารานักร้อง/บุคคล ที่ชื่นชอบ	2 (4.8)	5 (4.8)	5 (9.6)
แก้ไขและรักษาความผิดปกติของ ร่างกาย	0 (0.0)	9 (8.6)	7 (13.5)
แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย	2 (4.8)	8 (7.6)	4 (7.7)
<b>รวม</b>	<b>42</b> <b>(100.0)</b>	<b>106</b> <b>(100.0)</b>	<b>52</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25ปีส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมคือ เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจคิดเป็นร้อยละ 78.6รองลงมาได้แก่ เสริมดวงชะตาคิดเป็นร้อยละ 7.1 เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน แก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกายและเลียนแบบดารานักร้อง/บุคคลที่ชื่นชอบคิดเป็นร้อยละ 4.8 เท่ากันตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมคือเสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา ได้แก่ แก้ไขความผิดปกติของร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 8.6 และแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรม คือเสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ แก้ไขความผิดปกติของร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 13.5 เสริมดวงชะตา เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และ เลียนแบบดารานักร้อง/บุคคลที่ชื่นชอบ คิดเป็นร้อยละ 9.6 เท่ากัน ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.57** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพล	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว	31 (73.8)	84 (79.2)	33 (63.5)
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	22 (52.4)	45 (42.5)	18 (34.6)
วิทยุ	5 (11.9)	10 (9.4)	10 (19.2)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	7 (16.7)	10 (9.4)	9 (17.3)
โบปลิว/โปสเตอร์	6 (14.3)	12 (11.3)	4 (7.7)
อินเทอร์เน็ต	20 (47.6)	46 (43.4)	22 (42.3)
โทรทัศน์	3 (7.1)	18 (17.0)	13 (25.0)
นิตยสาร	8 (19.0)	11 (10.4)	11 (21.2)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปีส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่

เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 52.4 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 47.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 79.2 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 43.4 และ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 42.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาได้แก่อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 42.3 และ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 34.6 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.58** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนแหล่งข้อมูลในการสอบถามเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

จำนวนแหล่งข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบก่อน ศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แห่งเดียว	5 (11.9)	22 (20.8)	9 (17.3)
2 แห่ง	12 (28.6)	26 (24.5)	8 (15.4)
3 แห่ง	14 (33.3)	24 (22.6)	23 (44.2)
มากกว่า 3 แห่ง	11 (26.2)	34 (32.1)	12 (23.1)
<b>รวม</b>	<b>42 (100.0)</b>	<b>106 (100.0)</b>	<b>52 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.3

รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 28.6 จำนวนมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.2 และ จำนวนหนึ่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อ เปรียบเทียบก่อนสมัครเสริมความงามจำนวนมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.5 จำนวน 3 แห่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 22.6 และจำนวนหนึ่งเดียว คิด เป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อ เปรียบเทียบก่อนสมัครเสริมความงามจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.2รองลงมา ได้แก่ จำนวน มากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.1 จำนวนหนึ่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ จำนวน 2 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ15.4 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการ  
สถานศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือก ใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ	25 (59.5)	67 (63.2)	28 (53.8)
คำแนะนำของคนรู้จัก	30 (71.4)	77 (72.6)	31 (59.6)
ที่ตั้งของคลินิก/โรงพยาบาลเดินทางสะดวก	15 (35.7)	37 (34.9)	17 (32.7)
การมีบริการผ่อนชำระ	10 (23.8)	18 (17.0)	12 (23.1)
การให้คำแนะนำ บริการของเจ้าหน้าที่	10 (23.8)	32 (30.2)	9 (17.3)
ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล	24 (57.1)	68 (64.2)	31 (59.6)
รับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม	30 (71.4)	70 (66.0)	31 (59.6)
อัตราค่าบริการ	22 (52.4)	54 (50.9)	17 (32.7)
อื่นๆ	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่มีเกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรกคือคำแนะนำของคนรู้จัก และ มีการรับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 71.4 เท่ากันรองลงมา ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญเฉพาะคิดเป็นร้อยละ 59.5 และชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 57.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำของคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 72.6 รองลงมา



ได้แก่ รับประทานผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 66.0 และ ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 64.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการ สถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำของคนรู้จักชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล และ รับประทานผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 59.6 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ แพทย์มีความชำนาญเฉพาะคิดเป็นร้อยละ 53.8 ที่ตั้งของคลินิก/โรงพยาบาลเดินทางสะดวก และ อัตราค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 32.7 เท่ากัน ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.60** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่ใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุ

ลักษณะของสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี รพ.บางมด	11 (26.2)	24 (22.6)	8 (15.4)
คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คลินิกหมอวิมล	18 (42.9)	68 (64.2)	21 (40.4)
คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการเช่นราชเทวีคลินิก เมดิแคร์คลินิก วุฒิสถิต์คลินิก นิติพลคลินิก บางกอกคลินิก	13 (31.0)	14 (13.2)	23 (44.2)
<b>รวม</b>	<b>42 (100.0)</b>	<b>106 (100.0)</b>	<b>52 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ สถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คิดเป็นร้อยละ 42.9รองลงมา ได้แก่ คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการ เช่นราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 31.1และแผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 26.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมา ได้แก่ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการ เช่น ราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการ เช่น ราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมา ได้แก่ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะความพึงพอใจหลังการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

ความพึงพอใจหลังการทำ ศัลยกรรมเสริมความงาม	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60 ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พึงพอใจ	40 (95.2)	95 (89.6)	43 (82.7)
ไม่พึงพอใจ	2 (4.8)	11 (10.4)	9 (17.3)
รวม	42 (100.0)	106 (100.0)	52 (100.0)

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 95.2 และ ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 89.6 และ ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 82.7 และ ไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน  
ทำศัลยกรรมเสริมความงามในครั้งต่อไป จำแนกตามช่วงอายุ

การตัดสินใจเลือกสถานศัลยกรรม เสริมความงามในครั้งต่อไป	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เลือกใช้บริการที่เดิมที่เคยใช้บริการ	36 (85.7)	84 (79.2)	42 (80.8)
เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ	4 (9.5)	19 (17.9)	10 (19.2)
อื่นๆ	2 (4.8)	3 (2.8)	0 (0.0)
รวม	42 (100.0)	106 (100.0)	52 (100.0)

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 18-25 ปี ส่วนใหญ่เลือกสถาน  
ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมที่เคยใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 85.7 เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยัง  
ไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ และอื่นๆ ได้แก่ ไม่ทำเพิ่มแล้ว คิดเป็นร้อยละ 4.8  
ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่เลือกสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่  
เดิมที่เคยใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 79.2 เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ คิดเป็น  
ร้อยละ 17.9 และอื่นๆ ได้แก่ ไม่ทำเพิ่มแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

แบบสอบถามช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่เลือกสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมที่เคย  
ใช้บริการในครั้งต่อไปคิดเป็นร้อยละ 80.8 และเลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อย  
ละ 19.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวิธีการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการทำศัลยกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การผ่าตัด	15 (62.5)	63 (74.1)	27 (58.7)	37 (82.2)
การฉีดสารเติมเต็ม	11 (45.8)	36 (42.4)	22 (47.8)	16 (35.6)
การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย	7 (29.2)	26 (30.6)	16 (34.8)	23 (51.1)
การดึงหน้าด้วยการร้อยไหม	4 (16.7)	7 (8.2)	3 (6.5)	3 (6.7)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	2 (4.4)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

\*\* หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ การฉีดวิตามินซี (1) และฉีดสารกลูต้า (2) ซึ่งไม่ใช่การทำศัลยกรรม

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัดคิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาได้แก่ การฉีดสารเติมเต็ม คิดเป็นร้อยละ 45.8 การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย คิดเป็นร้อยละ 29.2 และการดึงหน้าด้วยการร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่เคยทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 74.1 รองลงมาได้แก่ การฉีดสารเติมเต็ม คิดเป็นร้อยละ 42.4 และวิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย คิดเป็นร้อยละ 30.6 และ การดึงหน้าด้วยการร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมวิธีการการผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาได้แก่ การฉีดสารเติมเต็ม คิดเป็นร้อยละ 47.8 วิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย คิดเป็นร้อยละ 34.8 การดึงหน้าด้วยการร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่  
ทำสัลยกรรมวิธีการผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 82.2 รองลงมาได้แก่ การฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย คิดเป็น  
ร้อยละ 51.1 การฉีดสารเติมเต็ม คิดเป็นร้อยละ 35.6 และวิธีการดึงหน้าด้วยการร้อยไหม คิดเป็นร้อย  
ละ 6.7 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำกิจกรรมเสริมความงาม ด้วยวิธีการผ่าตัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กิจกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตา	10 (41.7)	23 (27.1)	13 (28.3)	8 (17.8)
การเสริมจมูกแต่งปีกจมูก	11 (45.8)	41 (48.2)	13 (28.3)	27 (60.0)
ดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอ	1 (4.2)	7 (8.2)	1 (2.2)	6 (13.3)
ตกแต่งริมฝีปาก	1 (4.2)	10 (11.8)	7 (15.2)	2 (4.4)
การเสริมคาง ตัดกราม	2 (8.3)	2 (2.4)	3 (6.5)	3 (6.7)
เสริมหน้าอก/ลดขนาดเต้านม	0 (0.0)	6 (7.1)	4 (8.7)	2 (4.4)
เสริม-ลดโหนกแก้ม	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (6.7)
ลดไขมันหน้าท้อง/แก้มท้อง ลาย	0 (0.0)	4 (4.7)	3 (6.5)	3 (6.7)
การทำลักริ้ว	2 (8.3)	5 (5.9)	0 (0.0)	3 (6.7)
การดูดไขมันแขนและขา	0 (0.0)	1 (1.2)	2 (4.3)	1 (2.2)
ปลูกผม	0 (0.0)	1 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
อื่นๆ	0 (0.0)	1 (1.2)	0 (0.0)	1 (2.2)%

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200คน

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาททำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรก คือเสริมจมูก/ตัดปีกจมูกคิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาได้แก่ การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 41.7 การทำลั๊กยิ้ม และการเสริมคาง ตัดกรามคิดเป็นร้อยละ 8.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาททำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรก คือเสริมจมูก/ตัดปีกจมูกคิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาได้แก่ การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 27.1 และการตกแต่งริมฝีปากคิดเป็นร้อยละ 11.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาททำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรก คือเสริมจมูก/ตัดปีกจมูก และ การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 28.3 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ ตกแต่งริมฝีปากคิดเป็นร้อยละ 15.2 และเสริมหน้าอก/ลดขนาดเต้านมคิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปทำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด 3 อันดับแรก คือเสริมจมูก/ตัดปีกจมูกคิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาได้แก่ การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 17.8 และดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอคิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำกิจกรรมเสริมความงาม  
ด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิเลเลอร์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กิจกรรมด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิเลเลอร์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท )			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ฉีดจมูก	10 (41.7)	28 (32.9)	17 (37.0)	10 (22.2)
ฉีดคาง	0 (0.0)	6 (7.1)	6 (13.0)	7 (15.6)
ฉีดริมฝีปากให้ดูอวบอิม	0 (0.0)	2 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)
ฉีดหน้าอก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ฉีดเสริมสะโพก	0 (0.0)	2 (2.4)	1 (2.2)	0 (0.0)
ฉีดลดรอยแผลเป็นให้ตื้น	2 (8.3)	6 (7.1)	2 (4.3)	2 (4.4)
อื่น ๆ	0 (0.0)	1 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิเลเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ 41.7 และ ฉีดลดรอยแผลเป็นให้ตื้นคิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ทำกิจกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิเลเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ 32.9 ฉีดคางและฉีดลดรอยแผลเป็นให้ตื้นคิดเป็นร้อยละ 7.1 เท่ากัน ฉีดริมฝีปากให้ดูอวบอิม และฉีดเสริมสะโพกคิดเป็นร้อยละ 2.4 เท่ากันตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ37.0นวดคาง คิดเป็นร้อยละ13.0และนวดคอรอยแผลเป็นให้ตื้นคิดเป็นร้อยละ4.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเติมเต็ม เช่น ฟิเลอร์ที่บริเวณจมูก คิดเป็นร้อยละ22.2นวดคาง คิดเป็นร้อยละ 15.6และนวดคอรอยแผลเป็นให้ตื้นคิดเป็นร้อยละ4.4 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.66** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ศัลยกรรมด้วยวิธีการนวดสารเพื่อลดริ้วรอย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ลดริ้วรอยบนใบหน้า	2 (8.3)	4 (4.7)	3 (6.5)	11 (24.4)
ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก	1 (4.2)	8 (9.4)	3 (6.5)	13 (28.9)
ลดรอยตีนกา	0 (0.0)	5 (5.9)	6 (13.0)	11 (24.4)
ลดถุงใต้ตา	1 (4.2)	0 (0.0)	1 (2.2)	2 (4.4)
อื่นๆ	1 (4.2)	8 (9.4)	4 (8.7)	4 (8.9)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการนวดสารเพื่อลดริ้วรอยเช่น ลดริ้วรอยบนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 8.3 ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก ลดถุงใต้ตา และ อื่นๆ ได้แก่ ทำ V-Shape บนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 4.2 เท่ากันตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดรอย่นบริเวณหน้าผาก และอื่นๆ ได้แก่ ทำ V-Shape คิดเป็นร้อยละ 9.4 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ ลดรอยตีนกาคิดเป็นร้อยละ 5.9 และลดริ้วรอยบนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดรอยตีนกาคิดเป็นร้อยละ 13.0 รองลงมาได้แก่อื่นๆ ได้แก่ ทำ V-Shape คิดเป็นร้อยละ 8.7 ลดริ้วรอยบนใบหน้า และลดรอย่นบริเวณหน้าผาก คิดเป็นร้อยละ 6.5 เท่ากันและลดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการฉีดสารเพื่อลดรอย่นบริเวณหน้าผากคิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมาได้แก่ ลดริ้วรอยบนใบหน้า และ ลดรอยตีนกาคิดเป็นร้อยละ 24.4 เท่ากันอื่นๆ ได้แก่ ทำ V-Shape บนใบหน้า คิดเป็นร้อยละ 8.9 และลดถุงใต้ตาคิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การทำศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วิธีการดึงหน้าร้อยไหม	4 (16.7)	7 (8.2)	3 (6.5)	3 (6.7)
วิธีอื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	2 (4.4)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

\*\*หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ฉีดวิตามินซี (1) ฉีดกลูต้า (2) ซึ่งไม่ใช่การทำศัลยกรรม

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการดึงหน้าร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 16.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการดึงหน้าร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 8.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่ทำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการดัดหน้าร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 6.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ทำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการดัดหน้าร้อยไหม คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนครั้งที่ปีที่เข้ารับบริการหลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนการทำสัลยกรรมหลัก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท )			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 ครั้ง	11 (45.8)	39 (45.9)	25 (54.3)	20 (44.4)
2 ครั้ง	5 (20.8)	26 (30.6)	11 (23.9)	16 (35.6)
3 ครั้ง	5 (20.8)	12 (14.1)	7 (15.2)	7 (15.6)
มากกว่า 3 ครั้ง	3 (12.5)	8 (9.4)	3 (6.5)	2 (4.4)
<b>รวม</b>	<b>24 (100.0)</b>	<b>85 (100.0)</b>	<b>46 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง และ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.8 เท่ากัน และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.6 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.1 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.2 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.6 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.6 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกวันที่ใช้บริการทำศัลยกรรมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วันที่ใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์ถึงวันศุกร์	5 (20.8)	24 (28.2)	15 (32.6)	7 (15.6)
วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	15 (62.5)	44 (51.8)	25 (54.3)	29 (64.4)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	1 (4.2)	6 (7.1)	0 (0.0)	4 (8.9)
อื่น ๆ ได้แก่ แล้วยแต่การนัดของแพทย์	3 (12.5)	11 (12.9)	6 (13.0)	5 (11.1)
<b>รวม</b>	<b>24 (100.0)</b>	<b>85 (100.0)</b>	<b>46 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา ได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 20.8 อื่น ๆ ได้แก่ แล้วยแต่การนัดของแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ วันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 28.2 อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์คิดเป็นร้อยละ 12.9 และวันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 32.6 และอื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในวันเสาร์หรืออาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 15.7 อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่การนัดของแพทย์คิดเป็นร้อยละ 11.1 และวันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกช่วงเวลาใช้บริการ  
ทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาที่ใช้ ศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ช่วงเช้า	3 (12.5)	10 (11.8)	4 (8.7)	5 (11.1)
ช่วงเที่ยง	0 (0.0)	11 (12.9)	8 (17.4)	3 (6.7)
ช่วงบ่าย	8 (33.3)	13 (15.3)	9 (19.6)	9 (20.0)
ช่วงเย็น	3 (12.5)	24 (28.2)	9 (19.6)	8 (17.8)
ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของ แพทย์	10 (41.7)	27 (31.8)	16 (34.8)	20 (44.4)
<b>รวม</b>	<b>24 (100.0)</b>	<b>85 (100.0)</b>	<b>46 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาได้แก่ ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ช่วงเย็นและช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากันตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาได้แก่ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 28.2 ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 15.3 ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 12.9 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา

ได้แก่ช่วงเย็นและช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 19.6 เท่ากัน ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 17.4 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาได้แก่ช่วงเย็นและช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 19.6 เท่ากัน ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 17.4 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อที่ตั้งสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ที่ตั้งของสถาน ศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผนกศัลยกรรมเสริมความงามใน โรงพยาบาล	5 (20.8)	11 (12.9)	9 (19.6)	3 (6.7)
คลินิกศัลยกรรมเสริมความงาม ที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป	11 (45.8)	52 (61.2)	30 (65.2)	28 (62.2)
คลินิกศัลยกรรมเสริมความงาม ที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบิน สัน เซ็นทรัล เป็นต้น	5 (20.8)	14 (16.5)	3 (6.5)	12 (26.7)
คลินิกศัลยกรรมเสริมความงาม ที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น	3 (12.5)	8 (9.4)	4 (8.7)	2 (4.4)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>24 (100.0)</b>	<b>85 (100.0)</b>	<b>46 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามในแผนกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล และในโรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 20.8 เท่ากัน และคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส 12.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 16.5 แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 12.9 และคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาได้แก่ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 19.6 ที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 26.7 แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 6.7 และ ที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวิธีการชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการชำระค่าบริการ ศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชำระเป็นเงินสด	13 (54.2)	48 (56.5)	25 (54.3)	22 (48.9)
ชำระด้วยบัตรเครดิต	8 (33.3)	27 (31.8)	15 (32.6)	21 (46.7)
ชำระด้วยบัตรเดบิต	3 (12.5)	10 (11.7)	6 (13.0)	2 (4.4)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	24 (100.0)	85 (100.0)	46 (100.0)	45 (100.0)

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 33.3 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 31.8 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 32.6 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 46.7 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 5,000 บาท	11 (45.8)	17 (20.0)	16 (34.8)	5 (11.1)
5,001 – 15,000 บาท	6 (25.0)	41 (48.2)	16 (34.8)	18 (40.0)
15,001 - 30,000 บาท	4 (16.7)	18 (21.2)	8 (17.4)	18 (40.0)
30,001 – 45,000 บาท	1 (4.2)	4 (4.7)	4 (8.7)	4 (8.9)
45,001 – 60,000 บาท	2 (8.3)	5 (5.9)	2 (4.3)	0 (0.0)
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>24 (100.0)</b>	<b>85 (100.0)</b>	<b>46 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ไม่เกิน 5,000 บาทคิดเป็น ร้อยละ 45.8 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 5,001 – 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.2 และ ไม่เกิน 5,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,001 –

15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ จำนวน 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.4 และ 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.1 และ 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	16 (66.7)	52 (61.2)	29 (63.0)	26 (57.8)
แฟน/คนรัก	10 (41.7)	19 (22.4)	6 (13.0)	12 (26.7)
เพื่อน/คนรู้จัก	16 (66.7)	47 (55.3)	29 (63.0)	30 (66.7)
ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง	7 (29.2)	20 (23.8)	9 (19.6)	9 (20.0)
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	9 (37.5)	26 (30.6)	16 (34.8)	21 (46.7)
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก	2 (8.3)	14 (16.5)	5 (10.9)	2 (4.4)
ไม่มี	6 (25.0)	10 (11.8)	4 (8.7)	0 (0.0)
อื่นๆ	2 (8.3)	1 (1.2)	0 (0.0)	1 (2.2)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ เพื่อนคนรู้จัก และผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 66.7 เท่ากันรองลงมา ได้แก่ แฟน/คนรักคิดเป็นร้อยละ 41.7 และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน

คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา ได้แก่ เพื่อน/คนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 55.3 และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 30.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ เพื่อนคนรู้จัก และ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 63.0 เท่ากันรองลงมา ได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญและคิดเป็นร้อยละ 34.8 และ ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง คิดเป็นร้อยละ 19.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ เพื่อน/คนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา ได้แก่ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 57.8 และ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 46.7 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อวัตถุประสงค์หลักในการ  
ทำกิจกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์หลักการ ทำกิจกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสริมบุคลิกภาพ เสริมความ มั่นใจ	14 (58.3)	54 (63.5)	25 (55.6)	36 (80.0)
เสริมดวงชะตา	3 (12.5)	7 (8.2)	3 (6.7)	2 (4.4)
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน	2 (8.3)	3 (3.5)	6 (13.3)	2 (4.4)
เลียนแบบดารานักร้อง/บุคคล ที่ชื่นชอบ	3 (12.5)	4 (4.7)	5 (11.1)	0 (0.0)
แก้ไขและรักษาความผิดปกติ ของร่างกาย	1 (4.2)	8 (9.4)	3 (6.7)	4 (8.9)
แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย	1 (4.2)	9 (10.6)	3 (6.7)	1 (2.2)
<b>รวม</b>	<b>24</b> <b>(100.0)</b>	<b>85</b> <b>(100.0)</b>	<b>46</b> <b>(100.0)</b>	<b>45</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมคือ เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจคิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาได้แก่ เสริมดวงชะตา และ เลียนแบบดารานักร้อง/บุคคลที่ชื่นชอบคิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน และเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมคือเสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา ได้แก่ แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 10.6 และ แก้ไขความผิดปกติของร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมคือเสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมา เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ เลียนแบบดารานักร้อง/บุคคลที่ชื่นชอบคิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมคือเสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา ได้แก่ แก้ไขความผิดปกติของร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.76** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว	14 (58.3)	59 (69.4)	35 (76.1)	40 (88.9)
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	9 (37.5)	36 (42.4)	19 (41.3)	21 (46.7)
วิทยุ	5 (20.8)	12 (14.1)	6 (13.0)	2 (4.4)
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	2 (8.3)	13 (15.3)	7 (15.2)	4 (8.9)
ใบปลิว/โปสเตอร์	5 (20.8)	8 (9.4)	4 (8.7)	5 (11.1)
อินเทอร์เน็ต	10 (41.7)	35 (41.2)	19 (41.3)	24 (53.3)
โทรทัศน์	3 (12.5)	18 (21.2)	8 (17.4)	5 (11.1)
นิตยสาร	5 (20.8)	12 (14.1)	8 (17.4)	5 (11.1)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 41.7 และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 37.5ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 42.4 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 41.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมาได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 41.3 เท่ากัน โทรทัศน์ และนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 17.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 53.3 และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 46.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนแหล่งข้อมูลในการสอบถาม เพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนแหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แห่งเดียว	4 (16.7)	23 (27.1)	6 (13.0)	3 (6.7)
2 แห่ง	5 (20.8)	21 (24.7)	11 (23.9)	9 (20.0)
3 แห่ง	10 (41.7)	16 (18.8)	14 (30.4)	21 (46.7)
มากกว่า 3 แห่ง	5 (20.8)	25 (29.4)	15 (32.6)	12 (26.7)
รวม	24 (100.0)	85 (100.0)	46 (100.0)	45 (100.0)

จากตารางที่ 4.77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ 2 แห่ง และมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.8 เท่ากัน และ จำนวนแห่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงามจำนวนมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมา ได้แก่ จำนวนแห่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 27.1 จำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.7 และจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงามจำนวนมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 3 แห่งคิดเป็นร้อยละ 30.4 จำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.9 และจำนวนแห่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการสอบถามแหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 3 แห่งคิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา

ได้แก่ จำนวนมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.7 จำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และจำนวนแห่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.78** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสถาน  
ศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสถาน ศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท )			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ	9 (37.5)	51 (60.0)	28 (60.9)	32 (71.1)
คำแนะนำของคนรู้จัก	16 (66.7)	57 (67.1)	33 (71.7)	32 (71.1)
ที่ตั้งของคลินิก/โรงพยาบาลเดินทางสะดวก	13 (54.2)	32 (37.6)	12 (26.1)	12 (26.7)
การมีบริการผ่อนชำระ	3 (12.5)	15 (17.6)	12 (26.1)	10 (22.2)
การให้คำแนะนำ บริการของเจ้าหน้าที่	8 (33.3)	21 (24.7)	11 (23.9)	11 (24.4)
ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล	16 (66.7)	46 (54.1)	30 (65.2)	31 (68.9)
รับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม	14 (58.3)	53 (62.4)	32 (69.6)	32 (71.1)
อัตราค่าบริการ	14 (58.3)	41 (48.2)	22 (47.8)	16 (35.6)
อื่นๆ	0 (0.0)	1 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>24 (100.0)</b>	<b>85 (100.0)</b>	<b>46 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่มิมีเกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับ

แรกคือคำแนะนำของคนรู้จักและชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 66.7 เท่ากันรองลงมา ได้แก่ รับประทานผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม และอัตราค่าบริการคิดเป็นร้อยละ 58.3 เท่ากันและที่ตั้งของคลินิก/โรงพยาบาลเดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 54.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำของคนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมา ได้แก่ รับประทานผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 62.4 และแพทย์มีความชำนาญเฉพาะคิดเป็นร้อยละ 60.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำของคนรู้จักคิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมา ได้แก่ รับประทานผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 69.6 และแพทย์มีความชำนาญเฉพาะคิดเป็นร้อยละ 60.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์สำคัญในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ คำแนะนำของคนรู้จัก แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ และ รับประทานผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 71.1 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาลคิดเป็นร้อยละ 68.9 และอัตราค่าบริการคิดเป็นร้อยละ 35.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะของสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาทขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี รพ.บางมด	6 (25.0)	21 (24.7)	9 (19.6)	7 (15.6)
คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คลินิกหมอมวิมล	13 (54.2)	44 (51.8)	27 (58.7)	23 (51.1)
คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการเช่นราชเทวีคลินิก เมดิแคร์คลินิก วุฒิสักดิ์คลินิก นิตพลคลินิก บางกอกคลินิก	5 (20.8)	20 (23.5)	10 (21.7)	15 (33.3)
รวม	24 (100.0)	85 (100.0)	46 (100.0)	45 (100.0)

จากตารางที่ 4.79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ได้แก่ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 25.0 และคลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขามีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการ เช่นราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมา ได้แก่ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 24.7 และ คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการ เช่นราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000บาทส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมา ได้แก่ คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่

และแพทย์ คอยให้บริการ เช่นราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 21.7 และ แผนกศัลยกรรมเสริมความงาม ในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 19.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ สถานศัลยกรรมเสริมความงามที่มีลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชร คลินิก คิดเป็นร้อยละ 51.1รองลงมา ได้แก่ คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และ แพทย์ คอยให้บริการ เช่นราชเทวีคลินิก คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามใน โรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.80** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อลักษณะความพึงพอใจหลังการ ศัลยกรรมเสริมความงามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจหลังการทำ ศัลยกรรมเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พึงพอใจ	20 (83.3)	77 (90.6)	41 (89.1)	40 (88.9)
ไม่พึงพอใจ	4 (16.7)	8 (9.4)	5 (10.9)	5 (11.1)
<b>รวม</b>	<b>24</b> <b>(100.0)</b>	<b>85</b> <b>(100.0)</b>	<b>46</b> <b>(100.0)</b>	<b>45</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 4.80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่พึงพอใจ คิด เป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทส่วนใหญ่มีความพึง พื่อใจหลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 90.6 และไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทส่วนใหญ่มีความพึง พื่อใจหลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 89.1 และไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ หลังการทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 88.9 และไม่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน  
ทำศัลยกรรมเสริมความงามในครั้งต่อไป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจเลือกสถานศัลยกรรม เสริมความงามในครั้งต่อไป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เลือกใช้บริการที่เดิมที่เคยใช้บริการ	21 (87.5)	66 (77.6)	35 (76.1)	40 (88.9)
เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้ บริการ	3 (12.5)	17 (20.0)	11 (23.9)	2 (4.4)
อื่นๆ	0 (0.0)	2 (2.4)	0 (0.0)	3 (6.7)
รวม	24 (100.0)	85 (100.0)	46 (100.0)	45 (100.0)

จากตารางที่ 4.81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทส่วนใหญ่เลือกสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมที่เคยใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 87.5 และเลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมที่เคยใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 77.6 เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอื่นๆ ได้แก่ไม่ทำเพิ่มแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมที่เคยใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 76.1 และเลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 23.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกสถานศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมที่เคยใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 88.9 อื่นๆ ได้แก่ไม่ทำเพิ่มแล้ว คิดเป็นร้อยละ 6.7 และเลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนครั้งที่ปีที่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

จำนวนการทำศัลยกรรมหลัก	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	เลียนแบบดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 ครั้ง	67 (51.5)	8 (53.4)	5 (38.5)	7 (58.3)	3 (10.7)	5 (35.7)
2 ครั้ง	42 (32.4)	3 (20.0)	3 (23.0)	2 (16.7)	4 (27.0)	4 (28.6)
3 ครั้ง	16 (12.3)	2 (13.3)	4 (30.8)	1 (8.3)	5 (35.3)	3 (21.4)
มากกว่า 3 ครั้ง	5 (3.8)	2 (13.3)	1 (7.7)	2 (16.7)	4 (27.0)	2 (14.3)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.82 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.4 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.3 และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 จำนวน 3 ครั้ง และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.8 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.0 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบคารานักร้องส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน และ จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.0 เท่ากัน และ จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.6 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.4 และจำนวนมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเวลาโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	เลียนแบบดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 30 นาที	17 (13.1)	1 (6.7)	2 (15.4)	2 (16.7)	4 (25.0)	2 (14.3)
30 นาที – 1 ชั่วโมง	58 (44.6)	8 (53.3)	3 (23.0)	4 (33.3)	5 (31.2)	3 (21.4)
1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	39 (30.0)	6 (40.0)	1 (7.7)	2 (16.7)	1 (6.3)	3 (21.4)
2 ชั่วโมง – 3 ชั่วโมง	13 (10.0)	0 (0.0)	2 (15.4)	3 (25.0)	5 (31.2)	4 (28.6)
มากกว่า 3 ชั่วโมง	3 (2.3)	0 (0.0)	5 (38.5)	1 (8.3)	1 (6.3)	2 (14.3)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.83 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการศัลยกรรม 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 30.0 น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.1 ครั้งละ 2 – 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.0 และครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการศัลยกรรม 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการศัลยกรรม มากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.0 น้อยกว่า 30 นาที และ 2 – 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ 1 – 2 ชั่วโมง 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักเรื่อง ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการศัลยกรรม 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ครั้งละ 2 – 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ครั้งละ น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง และ 1 – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.7 และครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการศัลยกรรม 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ ครั้งละ 2 – 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ ครั้งละ น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง และ ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง และ มากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้ารับบริการหลักในการศัลยกรรม ครั้งละ 2 – 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ 30 นาที – 1 ชั่วโมง และ ครั้งละ 1 – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 21.4 เท่ากัน และ ครั้งละ น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง และ มากกว่า 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

จำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในที่การทำงาน	เลียนแบบดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 ครั้ง	32 (24.6)	4 (26.7)	5 (38.5)	2 (16.7)	5 (31.3)	2 (14.3)
2 ครั้ง	51 (39.2)	7 (46.7)	2 (15.4)	3 (25.0)	4 (25.0)	5 (35.7)
3 ครั้ง	28 (21.5)	3 (20.0)	5 (38.5)	5 (41.7)	3 (18.8)	4 (28.6)
มากกว่า 3 ครั้ง	19 (14.6)	1 (6.7)	1 (7.7)	2 (16.7)	4 (25.0)	3 (21.4)
รวม	130 (100.0)	15 (100.0)	13 (100.0)	12 (100.0)	16 (100.0)	14 (100.0)

จากตารางที่ 4.84 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.6 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.5 และ มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.7 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้ง และ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.5 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบคารา  
นักร้อง ส่วนใหญ่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม 3 ครั้ง คิดเป็น  
ร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 จำนวน 1 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง คิด  
เป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความ  
ผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม 1  
ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 2 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.0  
เท่ากัน และจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตาม  
ร่างกาย ส่วนใหญ่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์ในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม 2 ครั้ง คิดเป็น  
ร้อยละ 35.7 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.6 มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.4  
และจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ย ต่อครั้ง เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้งเพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	เลียนแบบดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 15 นาที	28 (21.5)	6 (40.0)	2 (15.4)	2 (16.7)	5 (31.3)	4 (28.6)
15 นาที - 30 นาที	80 (61.5)	2 (13.3)	6 (46.2)	3 (25.0)	3 (18.7)	6 (42.8)
31 นาที - 1 ชั่วโมง	19 (14.6)	7 (46.7)	3 (23.0)	6 (50.0)	4 (25.0)	2 (14.3)
มากกว่า 1 ชั่วโมง	3 (2.4)	0 (0.0)	2 (15.4)	1 (8.3)	4 (25.0)	2 (14.3)
รวม	130 (100.0)	15 (100.0)	13 (100.0)	12 (100.0)	16 (100.0)	14 (100.0)

จากตารางที่ 4.85 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 21.5 ระยะเวลา 31 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.6 และมากกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลา 31 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบ

แบบสอบถาม 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลา 31 นาที - 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.0 น้อยกว่า 15 นาที และมากกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้องส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลา 31 นาที - 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 25.0 น้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 16.7 และมากกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม น้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ ระยะเวลา 31 นาที - 1 ชั่วโมง และ มากกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน และ 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม 15 - 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 28.6 ระยะเวลา 31 นาที - 1 ชั่วโมง และ มากกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.86 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวันที่เข้าไปใช้บริการสถาน  
 ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนก  
 ตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

วันที่เข้าไปใช้บริการสถาน ศัลยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าว หน้าใน หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติ ของร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์ถึงวันศุกร์	30 (23.0)	7 (46.7)	6 (46.2)	3 (25.0)	2 (12.5)	3 (21.4)
วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	86 (66.2)	3 (20.0)	3 (23.1)	7 (58.3)	9 (56.2)	5 (35.7)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	3 (2.3)	3 (20.0)	1 (7.6)	0 (0.0)	2 (12.5)	2 (14.3)
อื่น ๆ	11 (8.5)	2 (13.3)	3 (23.1)	2 (16.7)	3 (18.8)	4 (28.6)
รวม	130 (100.0)	15 (100.0)	13 (100.0)	12 (100.0)	16 (100.0)	14 (100.0)

\*หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่แพทย์นัด

จากตารางที่ 4.86 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรม  
 เพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุดคือวัน  
 เสาร์หรืออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาคือวันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 23.0 วันอื่นๆ คิด  
 เป็นร้อยละ 8.5 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วน  
 ใหญ่ไปใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุดคือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 46.7  
 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์หรืออาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากัน และ  
 วันอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าใน  
 หน้าที่การงาน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุดคือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์

คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์หรืออาทิตย์ และ วันอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสถานสัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุดคือ วันเสาร์หรืออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ วันอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสถานสัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุดคือ วันเสาร์หรืออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาได้แก่ วันอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 18.8 วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสถานสัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุดคือ วันเสาร์หรืออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาได้แก่ วันอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 28.6 วันจันทร์ถึงวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 21.4 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามตามช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ สถานที่สัถยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเสริมความงาม

ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการสถานที่ สัถยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าว หน้าใน หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติของ ร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ช่วงเช้า	13 (10.0)	0 (0.0)	5 (38.5)	2 (16.7)	0 (0.0)	2 (14.3)
ช่วงเที่ยง	4 (3.1)	5 (33.3)	2 (15.4)	2 (16.7)	6 (37.4)	3 (21.5)
ช่วงบ่าย	30 (23.1)	4 (26.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (25.0)	1 (7.1)
ช่วงเย็น	31 (23.8)	3 (20.0)	2 (15.4)	4 (33.3)	3 (18.8)	1 (7.1)
ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของ แพทย์	52 (40.0)	3 (20.0)	4 (30.7)	4 (33.3)	3 (18.8)	7 (50.0)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.87 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาที่ใช้บริการทำสัถยกรรมเสริมความงามไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดแพทย์คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 23.8 ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 23.1 ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาที่ใช้บริการทำสัถยกรรมเสริมความงาม ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์ และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากันตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาที่ใช้บริการทำสัถยกรรมเสริมความงาม ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ

38.5 รองลงมาได้แก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์คิดเป็นร้อยละ 30.7 ช่วงเที่ยง และ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 15.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์และ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ ช่วงเที่ยง และ ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาได้แก่ ช่วงเย็น และ ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์และ คิดเป็นร้อยละ 18.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาใช้บริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์และ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ ช่วงเที่ยง คิดเป็นร้อยละ 21.5 ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 14.3 ช่วงบ่าย และช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 7.1 เท่ากัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.88 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อที่ตั้งสถานที่สัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม

ที่ตั้งของสถานที่สัลยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	เลียนแบบดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผนกสัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล	20 (15.5)	0 (0.0)	1 (7.7)	3 (25.0)	1 (6.2)	3 (21.4)
คลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป	93 (71.5)	8 (53.3)	5 (38.5)	3 (25.0)	6 (37.5)	6 (42.9)
คลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล เป็นต้น	15 (11.5)	6 (40.0)	4 (30.8)	3 (25.0)	5 (31.3)	1 (7.1)
คลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น	2 (1.5)	1 (6.7)	3 (23.0)	3 (25.0)	4 (25.0)	4 (28.6)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.88 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมา ได้แก่ แผนกสัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 15.5 คลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 11.5 และคลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ คลินิกสัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ

40.0 และคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา ได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 30.8 คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้องใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล และคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 31.3 คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา ได้แก่ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้าเช่น โรบินสัน เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนสถานที่สัถยกรรมที่ใช้บริการต่อปีของ ผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเสริมความงาม

จำนวนสถานที่สัถยกรรม ที่ใช้บริการต่อปี	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าวหน้า ใน หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติ ของร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ใช้บริการสถานที่สัถยกรรมเสริม ความงามที่เดิมตลอด	96 (73.9)	6 (40.0)	7 (53.8)	6 (50.0)	6 (37.5)	8 (57.1)
เคยใช้บริการสถานที่สัถยกรรม เสริมความงามจำนวน 2-3 แห่ง	32 (24.6)	6 (40.0)	5 (38.5)	4 (33.3)	6 (37.5)	2 (14.3)
เคยใช้บริการสถานที่สัถยกรรม เสริมความงามจำนวนมากกว่า 3 แห่ง	2 (1.5)	3 (20.0)	1 (7.7)	2 (16.7)	4 (25.0)	4 (28.6)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.89 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่สัถยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมาคือ 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.6 และมากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่สัถยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอด และ 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 เท่ากัน และ มากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัถยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่สัถยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.5 และ มากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบคารานักร้อง ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ มากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอด และ 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 เท่ากัน รองลงมาคือ มากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ มากกว่า 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ 2-3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.90** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความถี่ในการใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ความถี่ในการใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	เลียนแบบคารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	43 (33.1)	4 (26.7)	4 (30.8)	6 (50.0)	4 (25.0)	3 (21.4)
1-2 ครั้งต่อปี	74 (56.9)	8 (53.3)	7 (53.8)	3 (25.0)	4 (25.0)	8 (57.2)
3-4 ครั้งต่อปี	11 (8.5)	3 (20.0)	2 (15.4)	3 (25.0)	8 (50.0)	3 (21.4)
มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	2 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.90 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อ เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้งต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 33.1 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมากกว่า 4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้งต่อปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้งต่อปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ 1-2 ครั้งต่อปี และ 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อปี และ 1-2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 1 ครั้ง และ ต่อปี 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 21.4 เท่ากัน ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อวิธีการชำระค่าบริการศัลยกรรม เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงาน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

วิธีการชำระค่าบริการ	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าวหน้า ใน หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติของ ร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชำระเป็นเงินสด	81 (62.3)	8 (53.3)	6 (46.2)	3 (25.0)	4 (25.0)	6 (42.9)
ชำระด้วยบัตรเครดิต	43 (33.1)	3 (20.0)	4 (30.8)	6 (50.0)	9 (56.2)	6 (42.9)
ชำระด้วยบัตรเดบิต	6 (4.6)	4 (26.7)	3 (23.0)	3 (25.0)	3 (18.8)	2 (14.2)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
รวม	130 (100.0)	15 (100.0)	13 (100.0)	12 (100.0)	16 (100.0)	14 (100.0)

จากตารางที่ 4.91 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรม เพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็น ร้อยละ 62.3 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 33.1 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 26.7 และชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา ได้แก่ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 30.8 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบคารานักร้อง ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการสัลยกรรมเสริมความงาม ด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ ชำระ เป็นเงินสด และ ชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการสัลยกรรมเสริมความงาม ด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาได้แก่ ชำระเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 25.0 และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการสัลยกรรมเสริมความงาม ด้วยบัตรเครดิต และเงินสด คิดเป็นร้อยละ 42.9 เท่ากัน และชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้า หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติของ ร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 5,000 บาท	28 (21.5)	5 (33.3)	3 (23.1)	6 (50.0)	5 (31.3)	2 (14.3)
5,001 – 15,000 บาท	65 (50.0)	4 (26.7)	5 (38.4)	0 (0.0)	2 (12.5)	5 (35.7)
15,001 - 30,000 บาท	32 (24.6)	3 (20.0)	3 (23.1)	2 (16.7)	5 (31.3)	3 (21.4)
30,001 – 45,000 บาท	5 (3.9)	0 (0.0)	1 (7.7)	2 (16.7)	4 (25.0)	1 (7.2)
45,001 – 60,000 บาท	0 (0.0)	3 (20.0)	1 (7.7)	2 (16.7)	0 (0.0)	3 (21.4)
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.92 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.6 ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 2.5 และ 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 15,001 - 30,000 บาท และ 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.4 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไม่เกิน 5,000 บาท และ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบคارانักร้อง มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ 15,001 - 30,000 บาท 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.4 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไม่เกิน 5,000 บาท และ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.7 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ 15,001 - 30,000 บาท และ 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.4 คิดเป็นร้อยเท่ากัน ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.93 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ  
ทำกิจกรรมมากที่สุดของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการกิจกรรมเสริมความงาม

สิ่งที่จุดประกายให้ ทำกิจกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าว หน้าใน หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติของ ร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พบผู้ทำแล้วสวย อยากทำ บ้าง	61 (46.9)	7 (46.7)	6 (46.2)	6 (50.0)	7 (43.8)	8 (57.1)
ความจำเป็นในชีวิต	28 (21.5)	4 (26.7)	6 (46.2)	5 (41.7)	3 (18.8)	2 (14.3)
สร้างความมั่นใจ และเพิ่ม โอกาสที่ดีให้กับตัวเอง	113 (86.9)	9 (60.0)	6 (46.2)	6 (50.0)	3 (18.8)	7 (50.0)
แก้ไขหรือรักษาความ ผิดปกติของร่างกาย	22 (16.9)	4 (26.7)	4 (30.8)	5 (41.7)	2 (12.5)	5 (35.7)
โดนล้อจนเกิดปมด้อย	9 (6.9)	2 (13.3)	3 (23.1)	4 (33.3)	4 (25.0)	4 (28.6)
รู้สึกตัวตัวเองแปลก แตกต่างจากคนใน ครอบครัว	3 (2.3)	1 (6.7)	2 (15.4)	4 (33.3)	4 (25.0)	3 (21.4)
ออกหักแฟน ทิ้งไปหาคนที่ สวยกว่า	4 (3.1)	2 (13.3)	3 (23.1)	5 (41.7)	3 (18.8)	3 (18.8)
แต่งหน้ายากกว่ารูปไม่สวย	16 (12.3)	4 (26.7)	3 (23.1)	4 (33.3)	5 (31.3)	5 (35.7)
หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่	21 (16.2)	5 (33.3)	3 (23.1)	2 (16.7)	6 (37.5)	5 (35.7)
อื่นๆ (อยากสวยกว่าคนอื่นฯ ในที่ทำงาน)	1 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.93 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ คือ สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 86.9 รองลงมาได้แก่ พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง คิดเป็นร้อยละ 46.9 และความจำเป็นในอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาได้แก่ พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง คิดเป็นร้อยละ 46.7 ความจำเป็นในอาชีพ แก่ใจหรือรักษาความผิดปกติของร่างกาย และ แต่งหน้ายากถ่ายรูปไม่สวย คิดเป็นร้อยละ 26.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง และ ความจำเป็นในอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 46.2 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ แก่ใจหรือรักษาความผิดปกติของร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ แต่งหน้ายากถ่ายรูปไม่สวย หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่ คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง และ พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง 50.0 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ ความจำเป็นในอาชีพ และ แก่ใจหรือรักษาความผิดปกติของร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 41.7 เท่ากัน และ โดนล้อจนเกิดปมด้อย แต่งหน้ายากถ่ายรูปไม่สวย คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาได้แก่ หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่ คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ แต่งหน้ายากถ่ายรูปไม่สวย คิดเป็นร้อยละ 31.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาได้แก่ สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ แก่ใจหรือรักษาความผิดปกติของร่างกาย หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่ และ แต่งหน้ายากถ่ายรูปไม่สวยคิดเป็นร้อยละ 35.7 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการศัลยกรรมเสริมความงาม

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ	เสริมดวงชะตา	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	เลียนแบบดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	93 (71.5)	8 (53.3)	7 (53.8)	4 (33.3)	4 (25.0)	7 (50.0)
แฟน/คนรัก	28 (21.5)	4 (26.7)	2 (15.4)	5 (41.7)	5 (31.3)	3 (21.4)
เพื่อน/คนรู้จัก	96 (73.8)	5 (33.3)	6 (46.2)	4 (33.3)	6 (37.5)	5 (35.7)
ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง	23 (17.7)	5 (33.3)	3 (23.1)	4 (36.4)	6 (37.5)	4 (28.6)
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ	46 (35.4)	9 (60.0)	4 (30.8)	3 (25.0)	4 (25.0)	6 (42.9)
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก	2 (1.5)	2 (13.3)	6 (46.2)	5 (41.7)	4 (25.0)	4 (28.6)
ไม่มี	5 (3.8)	2 (13.3)	3 (23.1)	4 (33.3)	1 (6.3)	5 (35.7)
อื่นๆ	3 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (7.1)

\*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 200 คน

จากตารางที่ 4.94 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรกได้แก่ เพื่อนคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาได้แก่ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 71.5 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 35.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาได้แก่ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 53.3 เพื่อนคนรู้จัก และ ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาได้แก่ เพื่อนคนรู้จัก และ พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก คิดเป็นร้อยละ 46.2 เท่ากัน และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารา นักร้อง ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ แฟน/คนรัก และ พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก คิดเป็นร้อยละ 41.7 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง คิดเป็นร้อยละ 36.4 ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน และเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ เพื่อน/คนรู้จัก และ ได้แก่ ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง คิดเป็นร้อยละ 37.5 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ แฟน/คนรัก คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขและแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม 3 อันดับแรก คือ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน และ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 42.9 และ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 35.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนแห่งของการหาข้อมูล  
เปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจทำกิจกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอ  
เมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเสริมความงาม

จำนวนแห่งของ การหาข้อมูล เปรียบเทียบ	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าว หน้าในหน้าที่ การงาน	เลียนแบบ ดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความผิดปกติ ของร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 แห่ง	21 (16.2)	4 (26.7)	2 (15.4)	3 (25.0)	3 (18.8)	3 (21.4)
2 แห่ง	31 (23.8)	3 (20.0)	3 (23.1)	3 (25.0)	3 (18.8)	3 (21.4)
3 แห่ง	43 (33.1)	4 (26.7)	3 (23.1)	4 (33.3)	5 (31.3)	2 (14.3)
4 แห่ง	35 (26.9)	4 (26.7)	5 (38.5)	2 (16.7)	5 (31.3)	6 (42.9)
รวม	130 (100.0)	15 (100.0)	13 (100.0)	12 (100.0)	16 (100.0)	14 (100.0)

จากตารางที่ 4.95 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการ  
ทำกิจกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ  
ทำกิจกรรมเสริมความงาม 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.9 2 แห่ง  
คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา  
ส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ ทำกิจกรรมเสริมความงาม 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ  
33.1 รองลงมาคือ 4 แห่ง 3 แห่ง และ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.7 เท่ากัน และ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ  
20.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อความก้าวหน้าใน  
หน้าที่การงาน ส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ ทำกิจกรรมเสริมความงาม 4 แห่ง  
คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ 2 แห่ง และ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน และ 1 แห่ง คิดเป็น  
ร้อยละ 15.4 ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียแบบดารา/  
นักร้อง ส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ ทำสัลยกรรมเสริมความงาม 3 แห่ง คิดเป็น  
ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ 1 แห่ง และ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน และ 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ  
16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความ  
ผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ ทำสัลยกรรมเสริมความงาม 3  
แห่ง และ 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 31.3 เท่ากัน รองลงมาคือ 1 แห่ง และ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.8  
เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่อง  
ตามร่างกาย ส่วนใหญ่หาข้อมูลเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ ทำสัลยกรรมเสริมความงาม 4 แห่ง คิด  
เป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ 1 แห่ง และ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.4 เท่ากัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.96** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามลักษณะของสถานที่ตั้งที่สัลดกรรม  
 เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม  
 วัตถุประสงค์หลักในการทำสัลดกรรมเสริมความงาม

ลักษณะของสถานที่ สัลดกรรมเสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าว หน้าใน หน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติของ ร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผนกสัลดกรรมเสริมความ งามในโรงพยาบาล	30 (23.1)	2 (13.3)	3 (23.1)	2 (16.7)	3 (18.8)	3 (21.4)
คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็น เจ้าของกิจการ เช่น สมเพชร คลินิก	73 (56.2)	7 (46.7)	6 (46.2)	9 (75.0)	6 (37.5)	6 (42.9)
คลินิกที่มีการจัดการที่เป็น ระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และ แพทย์ คอยให้บริการเช่น วุฒิ ศักดิ์คลินิก	27 (20.8)	6 (40.0)	4 (30.8)	1 (8.3)	7 (43.8)	5 (35.7)
<b>รวม</b>	<b>130 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>	<b>13 (100.0)</b>	<b>12 (100.0)</b>	<b>16 (100.0)</b>	<b>14 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.96 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลดกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ เลือกใช้บริการคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาคือ แผนกสัลดกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลจำนวน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และ คลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบสาขา คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลดกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา เลือกใช้บริการคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ คลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบสาขา คิดเป็นร้อยละ 40.0 และแผนกสัลดกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลดกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เลือกใช้บริการคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ คลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบสาขา คิดเป็นร้อยละ 30.8 และแผนกสัลดกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารา/ นักร้อง เลือกใช้บริการคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของมากที่สุดจำนวน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาลจำนวน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ คลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบสาขา คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย เลือกใช้บริการคลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบสาขา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาได้แก่ คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และแผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย เลือกใช้บริการคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของมากที่สุดจำนวน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ คลินิกที่มีการจัดการเป็นระบบสาขา คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ แผนกศัลยกรรมเสริมความงามในโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความพึงพอใจภายหลังจากการทำกิจกรรมเสริมความงามที่ผ่านมาของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเสริมความงาม

ความพึงพอใจ ภายหลังจาก การทำกิจกรรม เสริมความงาม	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริม ดวงชะตา	ความก้าวหน้า ในหน้าที่ การงาน	เลียนแบบ ดารา/นักร้อง	แก้ไข/รักษา ความผิดปกติ ของร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พึงพอใจ	121 (93.1)	14 (93.3)	8 (61.5)	10 (83.3)	12 (75.0)	13 (92.9)
ไม่พึงพอใจ	9 (6.9)	1 (6.7)	5 (38.5)	2 (16.7)	4 (25.0)	1 (7.1)
รวม	130 (100.0)	15 (100.0)	13 (100.0)	12 (100.0)	16 (100.0)	14 (100.0)

จากตารางที่ 4.97 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ภายหลังจากการทำกิจกรรมเสริมความ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 93.1 และไม่พึงพอใจจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ภายหลังจากการทำกิจกรรมเสริมความ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 และไม่พึงพอใจจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ภายหลังจากการทำกิจกรรมเสริมความ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และไม่พึงพอใจจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อเลียนแบบดารา/นักร้อง ภายหลังจากการทำกิจกรรมเสริมความ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่พึงพอใจจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำกิจกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ภายหลังจากการทำกิจกรรมเสริมความ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และไม่พึงพอใจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ภายหลังจากการทำสัลยกรรมเสริมความ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 และไม่พึงพอใจจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

#### 4.5 ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ

ตารางที่ 4.98 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้สัลยกรรมมีคุณภาพสูง	4.24 มาก	4.55 มากที่สุด	4.46 มาก
คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ	3.64 มาก	3.39 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง
คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย	4.48 มาก	4.57 มากที่สุด	4.37 มาก
ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.55 มากที่สุด	4.47 มาก	4.33 มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ	4.69 มากที่สุด	4.44 มาก	4.52 มากที่สุด
มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำสัลยกรรม	4.60 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.46 มาก
มีสัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ	4.33 มาก	4.10 มาก	4.15 มาก
เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ	4.36 มาก	4.39 มาก	4.48 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.98 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ รวมทั้งการมีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม และความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย, เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ, มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ, ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง รวมทั้งคลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย, ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง และมีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก, ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ, เคยใช้บริการมาก่อน ผลเป็นที่น่าพอใจรวมทั้งมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการและมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยย่อยด้านคลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 36-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ, เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ, มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม, คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย, ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยย่อยคลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.99** แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลดกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ	3.24 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น	3.17 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง
มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า	4.33 มาก	4.07 มาก	3.94 มาก
สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.40 ปานกลาง	3.53 มาก	3.79 มาก
การให้ผ่อนชำระค่าบริการ	3.48 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.65 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.99 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา อยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 4.33 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ค่าเฉลี่ย 3.48 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ที่มีค่าเฉลี่ย 3.40ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.24 และค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.17

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปีให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 4.07 และสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.53 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.45 ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.33 และค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 36-60 ปีให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 3.94 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.79 และการให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.65 ในขณะที่ปัจจัย

ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.42 และค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.25

**ตารางที่ 4.100** แสดงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก	3.45 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.83 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก	3.69 มาก	3.82 มาก	3.73 มาก
สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	3.26 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง
มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า	3.29 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.50 มาก
ที่จอดรถสะดวก	3.51 มาก	3.59 มาก	4.00 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.69 และที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักที่ค่าเฉลี่ย 3.45 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.29 และสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.82 และที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักที่ค่าเฉลี่ย 3.47 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.08 และสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 2.99



ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 36-60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัด  
จำหน่าย อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ซึ่งได้แก่ ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.00 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก  
ค่าเฉลี่ย 3.83 ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.73 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวก  
ของลูกค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่  
สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 3.44



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.101 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรม  
เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับช่วงอายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์	3.57 มาก	3.31 ปานกลาง	3.60 มาก
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น	3.67 มาก	3.42 ปานกลาง	3.69 มาก
มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น facebook และ twitter	3.71 มาก	3.42 ปานกลาง	3.67 มาก
การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ	3.81 มาก	3.31 ปานกลาง	4.13 มาก
มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นวดทิลเลอร์ฟรี 1 ครั้ง หรือ แคมคอร์สวดหน้าฟรี เป็นต้น	4.17 มาก	3.99 มาก	4.10 มาก
การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก	3.62 มาก	3.29 ปานกลาง	3.92 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก	4.10 มาก	3.98 มาก	4.13 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่	4.10 มาก	3.83 มาก	4.12 มาก
การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต	3.81 มาก	3.55 มาก	4.02 มาก
มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน	4.19 มาก	3.86 มาก	4.13 มาก
คำแนะนำจากคนรู้จัก	4.33 มาก	4.17 มาก	4.35 มาก
คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ	4.26 มาก	4.34 มาก	4.33 มาก
พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี	4.45 มาก	4.45 มาก	4.38 มาก

\* หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.101 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปี และ 36-60ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ทุกปัจจัยย่อย ซึ่งได้แก่ การใช้ นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์, มีการโฆษณาทางสื่อ, มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media, การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ, มีการแถมคอร์สอื่นๆ, การมีนิตยสาร วารสารราย ปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก, การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก, การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่, การ เสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต, มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน, คำแนะนำจากคนรู้จัก, คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการและพบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการ ส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ได้แก่มีการแถมคอร์สอื่นๆ, การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก, การ ให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่, การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต, มีพนักงานคอย แนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน, คำแนะนำจากคนรู้จัก, คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการและพบเห็น ตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การใช้ นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์, มีการโฆษณาทางสื่อ, มีการสื่อสารหรือจัด กิจกรรมผ่าน social media และการมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก และ การให้ส่วนลด พิเศษในเทศกาลต่างๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.102 แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขา ศัลยกรรม	4.48 มาก	4.64 มากที่สุด	4.31 มาก
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้	4.40 มาก	4.61 มากที่สุด	4.48 มาก
แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม	4.48 มาก	4.53 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด
ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ	3.55 มาก	4.24 มาก	3.92 มาก
หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิก ดูดี	4.19 มาก	4.60 มากที่สุด	4.15 มาก
พนักงานมีความสุข มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร	4.26 มาก	4.25 มาก	4.19 มาก
พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไข ปัญหาให้ลูกค้าได้	4.26 มาก	4.34 มาก	4.25 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.102 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัยย่อย ได้แก่การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม, แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม, แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้, ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ, หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี, พนักงานมีความสุข มีอัธยาศัยและ เป็นมิตรและพนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม, แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย แก้ไขปัญหาได้รวมทั้งแพทย์มีชื่อเสียงในการ

ทำศัลยกรรมและหน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกคูดี ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ, พนักงานมีความสุข มีอัธยาศัยและ เป็นมิตรรวมทั้งพนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 36-60ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ รวมทั้งแพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม, ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ, หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกคูดี, พนักงานมีความสุข มีอัธยาศัยและ เป็นมิตรและพนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้

**ตารางที่ 4.103** แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม	4.38 มาก	4.50 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด	4.31 มาก	4.43 มาก	4.46 มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ	4.21 มาก	4.42 มาก	4.46 มาก
การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ	4.02 มาก	4.15 มาก	4.12 มาก
นัด/จองล่วงหน้าทาง โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้	4.19 มาก	4.26 มาก	4.10 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.103 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ได้แก่มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม, ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด, ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ และนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปี และอายุระหว่าง 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม ซึ่งปัจจัยย่อยอื่นๆผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด, ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ, การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการรวมทั้งนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้

ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 46-60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม, ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนดและความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการและนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.104 แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรม เสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ		
	อายุ 18-25 ปี (n=42)	อายุ 26-35 ปี (n=106)	อายุ 36-60ปี (n=52)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย	4.57 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด
บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ฟ่อนคลาย	4.19 มาก	4.21 มาก	4.50 มากที่สุด
มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์	4.48 มาก	4.56 มากที่สุด	4.38 มาก
มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ	4.33 มาก	4.55 มากที่สุด	4.33 มาก
ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์	4.55 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด
มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ เช่น มินิตยสาร โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตไว้บริการ	4.05 มาก	3.87 มาก	4.00 มาก
มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย	3.83 มาก	3.86 มาก	4.02 มาก
ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล	3.93 มาก	3.98 มาก	4.02 มาก
สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ	4.19 มาก	4.15 มาก	4.21 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.104 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย และความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ฟ่อนคลาย, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มี

คุณภาพ รวมทั้งมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย, ไม่มีกลิ่นคูนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาลและสถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์, มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพและความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ซึ่งปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย, มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย รวมทั้งไม่มีกลิ่นคูนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล และสถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 36-60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์, อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย และ บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงามผ่อนคลาย ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์, มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ, มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลายอีกทั้งไม่มีกลิ่นคูนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล และสถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.105 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง	4.58 มากที่สุด	4.42 มาก	4.50 มากที่สุด	4.42 มาก
คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ	3.46 ปานกลาง	3.73 มาก	3.41 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง
คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย	4.38 มาก	4.47 มาก	4.52 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.33 มาก	4.48 มาก	4.26 มาก	4.64 มากที่สุด
ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ	4.54 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.37 มาก	4.62 มากที่สุด
มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม	4.58 มากที่สุด	4.38 มาก	4.54 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด
มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ	4.50 มากที่สุด	4.18 มาก	4.20 มาก	3.93 มาก
เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ	4.67 มากที่สุด	4.39 มาก	4.35 มาก	4.36 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.105 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง, การได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ, เคยใช้บริการมาก่อน, มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม, มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ และความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และผลเป็นที่น่าพอใจ ปัจจัยที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิง โดยเฉพาะ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย, ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูงและมีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก, เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจรวมทั้งมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ และ คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง และ มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ, เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ, คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย, ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยย่อยคลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ, มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรมมีความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูงคลินิกได้มาตรฐาน รวมทั้งมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยย่อยคลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิง โดยเฉพาะมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.106 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงาม  
ของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ	3.25 ปานกลาง	3.55 มาก	3.48 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง
ค่าบริการแพงกว่าที่อื่นๆ	3.29 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง
มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบ ล่วงหน้า	4.38 มาก	4.08 มาก	4.02 มาก	4.02 มาก
สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.71 ปานกลาง	3.53 มาก	3.59 มาก	3.56 มาก
การให้ผ่อนชำระค่าบริการ	3.25 ปานกลาง	3.73 มาก	3.50 มาก	3.24 ปานกลาง

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา อยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่ค่าเฉลี่ย 4.38 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.71 ค่าบริการแพงกว่าที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.25 การให้ผ่อนชำระค่าบริการ และค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.25 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่ค่าเฉลี่ย 4.08 การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.73 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.55 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าบริการแพงกว่าที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.12

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่ค่าเฉลี่ย 4.02 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.59 และการให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.50 ในขณะที่

ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.48 และค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.15

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 4.02 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.56 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.24 ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ที่มีค่าเฉลี่ย 2.96 และค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ย 2.82

**ตารางที่ 4.107** แสดงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก	3.96 มาก	3.54 มาก	3.76 มาก	3.18 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก	3.88 มาก	3.89 มาก	3.83 มาก	3.42 มาก
สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	3.08 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง
มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวก ของลูกค้า	2.96 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง
ที่จอดรถสะดวก	3.00 ปานกลาง	3.82 มาก	3.78 มาก	3.67 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้

ที่พักที่ค่าเฉลี่ย 3.96 ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.08 ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.00 และมีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 2.96

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 และที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.82 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักที่ค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.40 และสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.83 ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.78 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ค่าเฉลี่ย 3.76 ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.30 และสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 3.21

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถสะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.67 และทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ค่าเฉลี่ย 3.18 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้าที่ค่าเฉลี่ย 2.98 และสถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าที่ค่าเฉลี่ย 2.91

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.108** แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรม  
 เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้  
 เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000	10,001 - 20,000	20,001- 30,000	30,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การใช้นายแบบ คารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์	3.46 ปานกลาง	3.59 มาก	3.61 มาก	2.98 ปานกลาง
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น	3.46 มาก	3.71 มาก	3.65 มาก	3.16 ปานกลาง
มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น facebook และ twitter	3.75 มาก	3.69 มาก	3.39 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ	3.92 มาก	4.22 มาก	4.43 มาก	3.89 มาก
มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นวดฟิลเลอร์ฟรี 1 ครั้ง หรือ แคมคอร์สนวดหน้าฟรี เป็นต้น	4.00 มาก	4.12 มาก	3.96 มาก	4.07 มาก
การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก	3.92 มาก	3.67 มาก	3.46 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง
การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก	4.33 มาก	4.07 มาก	3.96 มาก	3.93 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่	3.96 มาก	4.02 มาก	3.93 มาก	3.87 มาก
การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต	3.92 มาก	3.68 มาก	3.65 มาก	3.78 มาก
มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน	4.42 มาก	4.08 มาก	3.93 มาก	3.69 มาก
คำแนะนำจากคนรู้จัก	4.46 มาก	4.18 มาก	4.28 มาก	4.24 มาก
คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ	4.38 มาก	4.29 มาก	4.26 มาก	4.40 มาก
พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี	4.46 มาก	4.47 มาก	4.28 มาก	4.51 มากที่สุด

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.108 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ซึ่งได้แก่ คำแนะนำจากคนรู้จัก, พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี, มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน, คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ, การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์, มีการโฆษณาทางสื่อ, มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media, การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ, มีการแถมคอร์สอื่นๆ, การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก, การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก, การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่, การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ซึ่งได้แก่ พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี, คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ, คำแนะนำจากคนรู้จัก, การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ, มีการแถมคอร์สอื่นๆ, การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก, การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่, การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต, มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน, การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์, มีการโฆษณาทางสื่อ, มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media และ การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ, คำแนะนำจากคนรู้จัก, พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี, มีการแถมคอร์สอื่นๆ, การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก, การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่, การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต, มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน, คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์และมีการโฆษณาทางสื่อซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media และการมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ, คำแนะนำจากคนรู้จัก, การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก, การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ, มีการแถมคอร์สอื่นๆ, การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่, การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต, มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน ในขณะที่ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์, มีการโฆษณาทางสื่อ, มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media และการมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก

ตารางที่ 4.109 แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์สาขาศัลยกรรม	4.63 มากที่สุด	4.39 มาก	4.52 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้	4.67 มากที่สุด	4.46 มาก	4.54 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด
แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม	4.17 มาก	4.44 มาก	4.63 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ	3.46 มาก	4.18 มาก	3.96 มาก	4.04 มาก
หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี	4.21 มาก	4.15 มาก	4.24 มาก	4.11 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและเป็นมิตร	4.29 มาก	4.29 มาก	4.28 มาก	4.04 มาก
พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้	4.54 มากที่สุด	4.35 มาก	4.33 มาก	4.04 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.109 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้, เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์สาขาศัลยกรรมและพนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม, ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ, หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดีและพนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและเป็นมิตร



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้, รวมทั้งแพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม, การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม, ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ, หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกคูดี, พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตรรวมทั้งพนักงานมีความชำนาญ และสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรมแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ รวมทั้ง การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรมขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้, พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและเป็นมิตร, ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอและหน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกคูดี

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม และ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ, หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกคูดี, พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร รวมทั้งพนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.110** แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม	4.46 มาก	4.46 มาก	4.52 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด
ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด	4.67 มากที่สุด	4.40 มาก	4.26 มาก	4.47 มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหา ต่างๆ	4.42 มาก	4.32 มาก	4.46 มาก	4.44 มาก
การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ	4.08 มาก	4.08 มาก	4.24 มาก	4.07 มาก
นัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ตได้	4.54 มากที่สุด	4.15 มาก	4.13 มาก	4.20 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.110 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด และ นัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้ ขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม, ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม, ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด, ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ, การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ รวมทั้งนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันผลของการศัลยกรรมขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนดและความ

รวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการและ  
นัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย  
ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันผลของการสัณยกรรมขณะที่ปัจจัยย่อยที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนดและความ  
รวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการและ  
นัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.111** แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรม เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 (n=24)	10,001 - 20,000 (n=85)	20,001-30,000 (n=46)	30,001 บาท ขึ้นไป (n=45)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย	4.54 มากที่สุด	4.42 มาก	4.70 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อน คลาย	4.46 มาก	4.19 มาก	4.28 มาก	4.36 มาก
มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญ ด้านวิชาชีพของแพทย์	4.67 มากที่สุด	4.39 มาก	4.57 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด
มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็น ถึงบริการที่มีคุณภาพ	4.25 มาก	4.41 มาก	4.48 มาก	4.58 มากที่สุด
ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมือ อุปกรณ์	4.71 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด
มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอ รับบริการ เช่น มีนิตยสาร โทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ตไว้บริการ	4.21 มาก	4.08 มาก	3.91 มาก	3.56 มาก
มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย	4.08 มาก	4.04 มาก	3.96 มาก	3.47 ปานกลาง
ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนใน โรงพยาบาล	4.33 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.73 มาก
สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ	4.46 มาก	4.21 มาก	4.07 มาก	4.07 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.111 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์, อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย, บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงามผ่อนคลาย, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย, ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนใน โรงพยาบาลและสถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ซึ่งปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์, มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ และความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย, มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย รวมทั้งไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนใน โรงพยาบาล และ สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์, อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย, บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงามผ่อนคลาย, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย, ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนใน โรงพยาบาลและสถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์, อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย, บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงามผ่อนคลาย, มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ, ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนใน โรงพยาบาลและสถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย

ตารางที่ 4.112 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ (n=130)	เสริมดวงชะตา (n=15)	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (n=13)	เลียนแบบดารา/นักร้อง (n=12)	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย (n=16)	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง	4.56 มากที่สุด	4.47 มาก	4.46 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.36 มาก
คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ	3.25 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.85 มาก	3.83 มาก	3.75 มาก	4.07 มาก
คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย	4.69 มากที่สุด	4.27 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก	3.88 มาก	4.43 มาก
ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.62 มากที่สุด	4.27 มาก	4.23 มาก	4.17 มาก	4.13 มาก	3.86 มาก
ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ	4.65 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.38 มาก	3.92 มาก	4.38 มาก	4.00 มาก
มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม	4.71 มากที่สุด	4.27 มาก	4.08 มาก	4.25 มาก	4.06 มาก	4.21 มาก
มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ	4.25 มาก	4.13 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก	3.94 มาก	4.14 มาก
เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ	4.51 มากที่สุด	4.20 มาก	4.15 มาก	4.33 มาก	4.06 มาก	4.36 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.112 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.71 คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.69 การได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.65 ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.62 ผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมี

คุณภาพสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.56 และเคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.51 ในขณะที่ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.25 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ได้แก่ คลินิกที่เปิดบริการ สำหรับผู้หญิง โดยเฉพาะ ที่ค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้ ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับการรับรอง มาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยใน ระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.47 มีการรับประกัน ผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.27 ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.27 คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.27 เคยใช้บริการมาก่อนและผลเป็นที่น่าพอใจ ที่ ค่าเฉลี่ย 4.20 และมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก องค์กรต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.23 เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.15 มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.08 มี ศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 และ คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดาราร/ นักร้อง ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 มีการรับประกันผลสำเร็จของการ ทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.25 ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.92 คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ ที่ ค่าเฉลี่ย 3.83 และมีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อ แก้ไข/รักษาความ ผิดปกติของร่างกาย ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในทุกปัจจัย ย่อย ได้แก่ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.13 ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 มีการรับประกัน ผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย

4.06 มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.94 คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 และ คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อ แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในทุกปัจจัยย่อยได้แก่ คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.21 มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.14 คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ ที่ค่าเฉลี่ย 4.07 ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 และ ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ที่ค่าเฉลี่ย 3.86



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.113 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านราคา	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ (n=130)	เสริมดวงชะตา (n=15)	ความก้าวหน้า หน้าที่การงาน (n=13)	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง (n=12)	แก้ไข/รักษา ความผิดปกติของ ร่างกาย (n=16)	แก้ไข จุดบกพร่องตาม ร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ	3.01 ปานกลาง	3.73 มาก	4.15 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก
ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น	2.84 ปานกลาง	3.87 มาก	3.92 มาก	3.50 มาก	3.69 มาก	3.86 มาก
มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า	4.20 มาก	3.87 มาก	3.85 มาก	3.75 มาก	3.81 มาก	4.14 มาก
สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.45 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.92 มาก	3.83 มาก	3.88 มาก	4.00 มาก
การให้ผ่อนชำระค่าบริการ	3.36 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.75 มาก	4.13 มาก	4.36 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.113 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา อยู่ในระดับมาก คือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า ที่ค่าเฉลี่ย 4.20 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.45 การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ค่าเฉลี่ย 3.36 ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.01 และค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 2.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาอยู่ในระดับมากคือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 และ ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.73 ในขณะที่ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.33 และการให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.33 ที่ค่าเฉลี่ย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.15 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.92 ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 3.85 ในขณะที่บัณฑิตยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักรื่อง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกบัณฑิตย ได้แก่ ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.08 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.83 การแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 3.75 การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 และ ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกบัณฑิตย ได้แก่ การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.13 ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.88 การแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 3.81 และ ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกบัณฑิตย ได้แก่ การให้ผ่อนชำระค่าบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 การแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าที่มีค่าเฉลี่ย 4.14 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 4.00 และ ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น ค่าเฉลี่ย 3.86 ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ ที่ค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.114** แสดงปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ (n=130)	เสริมดวงชะตา (n=15)	ความก้าวหน้า หน้าที่การ งาน (n=13)	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง (n=12)	แก้ไข/รักษา ความ ผิดปกติของ ร่างกาย (n=16)	แก้ไข จุดบกพร่อง ตาม ร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก	3.40 ปานกลาง	4.00 มาก	3.92 มาก	4.17 มาก	3.81 มาก	3.43 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก	3.78 มาก	3.73 มาก	3.85 มาก	3.42 ปานกลาง	3.81 มาก	3.93 มาก
สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า	2.77 ปานกลาง	3.60 มาก	3.77 มาก	3.92 มาก	4.13 มาก	4.07 มาก
มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า	2.99 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.77 มาก	3.83 มาก	3.88 มาก	3.57 มาก
ที่จอดรถสะดวก	3.58 มาก	3.73 มาก	3.85 มาก	3.92 มาก	3.75 มาก	4.14 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.114 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.78 ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.58 และ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 2.99 และ สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 2.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.77 และ สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ซึ่งได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ค่าเฉลี่ย 3.92 ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.85 ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.85 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 และ สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.92 และ สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.92 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ซึ่งได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 4.13 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ค่าเฉลี่ย 3.81 ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.81 และ ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากได้แก่ ที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.14 สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ที่ค่าเฉลี่ย 4.07 ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.93 และมีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.57 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.115 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรม  
 เสริมความงามของผู้หญิงทำงาน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม  
 วัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ความ มั่นใจ (n=130)	เสริม ดวงชะตา (n=15)	ความก้าว หน้าใน หน้าที่การ งาน (n=13)	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง (n=12)	แก้ไข/ รักษา ความ ผิดปกติ ของ ร่างกาย (n=16)	แก้ไข จุดบกพร่ องตาม ร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นฟรีเซ็น เตอร์	3.10 ปานกลาง	4.07 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.13 มาก	4.14 มาก
มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น	3.37 ปานกลาง	3.80 มาก	3.38 ปานกลาง	4.33 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก
มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter	3.31 ปานกลาง	3.73 มาก	3.62 มาก	4.42 มาก	4.25 มาก	3.93 มาก
การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ	4.25 มาก	4.13 มาก	3.77 มาก	4.42 มาก	3.81 มาก	3.93 มาก
มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นวดฟิลเลอร์ฟรี 1 ครั้ง หรือ แคมคอร์สนวดหน้าฟรี เป็นต้น	4.01 มาก	4.40 มาก	4.23 มาก	3.83 มาก	4.00 มาก	4.21 มาก
การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับ สมาชิก	3.26 ปานกลาง	3.73 มาก	3.38 ปานกลาง	4.67 มากที่สุด	4.44 มาก	3.86 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก	4.02 มาก	4.13 มาก	3.85 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	4.14 มาก
การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่	3.90 มาก	4.00 มาก	3.69 มาก	4.08 มาก	4.31 มาก	4.21 มาก
การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตร เครดิต	3.62 มาก	3.87 มาก	3.54 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก	4.07 มาก
มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้า ร้าน	3.92 มาก	4.13 มาก	4.23 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก	4.29 มาก

ตารางที่ 4.115 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม (ต่อ)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ (n=130)	เสริมดวงชะตา (n=15)	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (n=13)	เลียนแบบดารา/นักร้อง (n=12)	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย (n=16)	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
คำแนะนำจากคนรู้จัก	4.33 มาก	4.40 มาก	4.38 มาก	4.17 มาก	4.06 มาก	3.50 มาก
คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ	4.41 มาก	4.27 มาก	4.38 มาก	3.58 มาก	4.44 มาก	4.00 มาก
พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี	4.55 มากที่สุด	4.20 มาก	4.31 มาก	3.83 มาก	4.38 มาก	4.36 มาก

\* หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.115 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ค่าเฉลี่ย 4.55 ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.41 คำแนะนำจากคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย 4.33 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.25 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.02 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นวดฟิลาเลอร์ฟรี ค่าเฉลี่ย 4.01 มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน ค่าเฉลี่ย 3.92 การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.90 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.62 ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.37 มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter ค่าเฉลี่ย 3.31 การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.26 และ การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นฟรีเซ็นเตอร์ ค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยได้แก่ คำแนะนำจากคน รู้จัก ค่าเฉลี่ย 4.40 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นิดฟิลเลอร์ฟรี ค่าเฉลี่ย 4.40 คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.27 พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ค่าเฉลี่ย 4.20 มีพนักงานคอยแนะนำการบริการ บริเวณหน้าร้าน ค่าเฉลี่ย 4.13 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.13 การให้ส่วนลดพิเศษใน เทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.13 การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์ ค่าเฉลี่ย 4.07 การให้ ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.00 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.87 มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter ค่าเฉลี่ย 3.80 การ โฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.73 และการมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าใน หน้าที่การงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากได้แก่ คำแนะนำ จากคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย 4.38 คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.38 พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดู ดี ค่าเฉลี่ย 4.31 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นิดฟิลเลอร์ฟรี ค่าเฉลี่ย 4.23 มีพนักงานคอยแนะนำการ บริการบริเวณหน้าร้าน ค่าเฉลี่ย 4.23 การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์ ค่าเฉลี่ย 4.00 การ ให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.85 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.77 การ ให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.69 มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter ค่าเฉลี่ย 3.62 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.62 ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาทาง สื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.38 และ การมีนิตยสาร วารสารราย ปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารา/ นักร้อง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.67 ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter ค่าเฉลี่ย 4.42 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.42 มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 4.33 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.33 คำแนะนำจากคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย 4.17 มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน ค่าเฉลี่ย 4.17 การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.08 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตร เครดิต ค่าเฉลี่ย 4.08 การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์ ค่าเฉลี่ย 4.00 พบเห็นตัวอย่างคน

ที่เคยทำแล้วดูดี ค่าเฉลี่ย 3.83 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นิดฟิลเลอร์ฟรี ค่าเฉลี่ย 3.83 และ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.44 การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.44 พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ค่าเฉลี่ย 4.38 การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.31 มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter ค่าเฉลี่ย 4.25 การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์ ค่าเฉลี่ย 4.13 คำแนะนำจากคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย 4.06 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นิดฟิลเลอร์ฟรี ค่าเฉลี่ย 4.00 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.00 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 4.00 มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน ค่าเฉลี่ย 4.00 การโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 4.00 และ การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ค่าเฉลี่ย 4.36 มีพนักงานคอยแนะนำการบริการบริเวณหน้าร้าน ค่าเฉลี่ย 4.29 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นิดฟิลเลอร์ฟรี ค่าเฉลี่ย 4.21 การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.21 การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์ ค่าเฉลี่ย 4.14 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.14 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 4.07 คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.00 มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ twitter ค่าเฉลี่ย 3.93 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.93 การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.86 การโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารป้ายโฆษณา เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.79 และ คำแนะนำจากคนรู้จัก ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



**ตารางที่ 4.116** แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม  
ของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักใน  
การทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านบุคคล	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ พ/ความ มั่นใจ (n=130)	เสริม ดวงชะตา (n=15)	ความก้าว หน้าใน หน้าที่การ งาน (n=13)	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง (n=12)	แก้ไข/ รักษา ความ ผิดปกติ ของ ร่างกาย (n=16)	แก้ไข จุดบกพร่ องตาม ร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม	4.69 มากที่สุด	4.47 มาก	4.46 มาก	4.08 มาก	3.94 มาก	4.07 มาก
แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้	4.70 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.23 มาก	4.25 มาก	4.00 มาก	4.07 มาก
แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม	4.68 มากที่สุด	4.40 มาก	4.69 มากที่สุด	4.17 มาก	3.94 มาก	3.86 มาก
ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ	4.11 มาก	4.13 มาก	3.54 มาก	3.75 มาก	3.69 มาก	4.00 มาก
หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงาน ใน คลินิกดูดี	4.57 มากที่สุด	4.20 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	4.14 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและเป็น มิตร	4.36 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้	4.44 มาก	4.13 มาก	4.08 มาก	3.92 มาก	4.13 มาก	3.93 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.116 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการ  
ทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด  
ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ค่าเฉลี่ย 4.70  
การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.69 แพทย์มีชื่อเสียงในการทำ  
ศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.68 หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี ค่าเฉลี่ย 4.57  
ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีความชำนาญและสามารถ

แนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.44 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 4.36 และได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ค่าเฉลี่ย 4.60 การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สาขาศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.47 แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.40 หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี ค่าเฉลี่ย 4.20 พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.13 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 4.36 และได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.69 ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.46 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ค่าเฉลี่ย 4.23 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 4.08 พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.08 หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี ค่าเฉลี่ย 4.00 และได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักกร้อง ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ค่าเฉลี่ย 4.25 แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.17 การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.08 หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี ค่าเฉลี่ย 4.00 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 3.92 พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.92 และได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขรักษาความผิดปกติของร่างกาย ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.13 หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี ค่าเฉลี่ย 4.06 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ค่าเฉลี่ย 4.00 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย

4.00 การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 3.94 แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 3.94 และได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกคูดี ค่าเฉลี่ย 4.14 การเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.07 ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.00 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 4.00 พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ถูกค่าได้ ค่าเฉลี่ย 3.93 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ ค่าเฉลี่ย 4.07 และ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.117 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ (n=130)	เสริมดวงชะตา (n=15)	ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (n=13)	เลียนแบบดารา/นักร้อง (n=12)	แก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย (n=16)	แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการรับประกันผลของการสัลยกรรม	4.65 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.00 มาก	3.83 มาก	3.94 มาก	4.43 มาก
ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด	4.53 มากที่สุด	4.00 มาก	4.15 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.43 มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ	4.51 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.23 มาก	3.83 มาก	3.94 มาก	4.29 มาก
การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ	4.20 มาก	4.27 มาก	3.92 มาก	3.83 มาก	4.06 มาก	3.64 มาก
นัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ตได้	4.34 มาก	4.33 มาก	3.92 มาก	3.92 มาก	3.75 มาก	3.86 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.117 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันผลของการสัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.65 ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.53 ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.51 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแบบปัจจัยในระดับมาก ได้แก่ การนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ย 4.34 และ การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันผลของการสัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.73 ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.53 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแบบปัจจัยในระดับมาก ได้แก่ การนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์

และอินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ย 4.33 การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.27 และ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.23 ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.15 มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.00 การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ และการนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ย 3.92 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.50 การนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ย 3.92 มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ และ การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ มีการรับประกันผลของการศัลยกรรม และ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.43 เท่ากัน ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.29 การนัด/จองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ย 3.86 และ การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 4.118** แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรม  
 เสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตาม  
 วัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ (n=130)	เสริม ดวงชะตา (n=15)	ความก้าวหน้า ในหน้าที่การ งาน (n=13)	เลียนแบบ ดารา/ นักร้อง (n=12)	แก้ไข/ รักษา ความ ผิดปกติ ของ ร่างกาย (n=16)	แก้ไข จุดบกพร่อง ตาม ร่างกาย (n=14)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย	4.64 มากที่สุด	4.40 มาก	4.77 มากที่สุด	4.17 มาก	4.38 มาก	4.29 มาก
บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย	4.38 มาก	4.27 มาก	4.00 มาก	4.33 มาก	3.88 มาก	4.07 มาก
มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้าน วิชาชีพของแพทย์	4.65 มากที่สุด	4.40 มาก	4.38 มาก	4.50 มากที่สุด	3.63 มาก	4.21 มาก
มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึง บริการที่มีคุณภาพ	4.65 มากที่สุด	4.27 มาก	4.08 มาก	3.92 มาก	4.19 มาก	3.79 มาก
ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมือ อุปกรณ์	4.71 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.46 มาก	4.33 มาก	4.31 มาก	4.64 มากที่สุด
มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับ บริการ เช่น มีนิตยสาร โทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ตไว้บริการ	3.96 มาก	3.67 มาก	3.69 มาก	4.08 มาก	3.94 มาก	4.14 มาก
มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย	3.84 มาก	3.87 มาก	3.85 มาก	4.00 มาก	4.31 มาก	3.93 มาก
ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนใน โรงพยาบาล	4.05 มาก	3.73 มาก	4.08 มาก	3.67 มาก	3.88 มาก	3.86 มาก
สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ	4.19 มาก	4.33 มาก	3.85 มาก	4.17 มาก	4.25 มาก	4.07 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 4.118 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.71 มีประกาศนียบัตรรับรอง

ที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ และมีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ ค่าเฉลี่ย 4.65 อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.64 ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 4.38 สถานที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.19 ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล ค่าเฉลี่ย 4.05 มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 3.96 และมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.60 ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย รวมทั้ง มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ ค่าเฉลี่ย 4.40 สถานที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.33 บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.27 มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 3.87 ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล ค่าเฉลี่ย 3.73 และมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.77 ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.46 มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ ค่าเฉลี่ย 4.38 มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้ง ไม่มีกลิ่นฉุนของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล ค่าเฉลี่ย 4.08 บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 4.00 รวมทั้ง สถานที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.85 เท่ากัน มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 3.87 และมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเลียนแบบดารานักร้อง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ ค่าเฉลี่ย 4.50 ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ และ บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย และ สถานที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.17 เท่ากัน มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.08 มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 4.00 มี

ประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.92 และไม่มีกลิ่นของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล ค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.38 ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ และมีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลายค่าเฉลี่ย 4.31 เท่ากัน สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.25 มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.19 มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.94 บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย รวมทั้ง ไม่มีกลิ่นของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาลค่าเฉลี่ย 3.88 เท่ากัน และมีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ ค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำสัลยกรรมเพื่อเลียนแบบคارانักรื่อง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.64 ในขณะที่ปัจจัยย่อยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.29 มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ ค่าเฉลี่ย 4.21 มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลิน ขณะรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.14 บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย และ สถานที่ที่มีที่สำหรับรอรับบริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน มีเสียงดนตรีเพื่อการผ่อนคลาย ค่าเฉลี่ย 3.93 ไม่มีกลิ่นของน้ำยาฆ่าเชื้อเหมือนในโรงพยาบาล ค่าเฉลี่ย 3.86 และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.79 และ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร) และจากการเก็บตัวอย่าง พบปัญหาว่า สัดส่วนอายุ 36 – 45 ปี และ 46 – 60 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มาทำศัลยกรรมมีน้อยมาก ผู้ศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนจาก Quota Sampling เป็น Convenience Sampling แทน โดยสุ่มเก็บแบบสอบถามตามสะดวก ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)	เพศ	หญิง	100.0
	อายุ	26-35 ปี	53.0
	สถานภาพสมรส	โสด	65.0
	ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	62.0
	อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	41.5
	ใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงาน	ใช่	56.0
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	10,001-20,000 บาท	42.5
	ในอดีตเคยทำศัลยกรรมหลักทั้งหมด	1 ครั้ง	30.5

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.0 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงาน คิด

เป็นร้อยละ 56.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 ในอดีตเคยทำศัลยกรรมหลักทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.5

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการ

### ทำศัลยกรรมเสริมความงาม

#### ตารางที่ 5.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
1. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	วิธีการทำศัลยกรรม	ส่วนใหญ่ใช้การผ่าตัด	71.0
	การทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด	การเสริมจมูกแต่งปีกจมูก	45.0
2. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุด	สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง	71.0
	วัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ	64.8
3. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)	บุคคลที่มีอิทธิพลในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	61.5
4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	จำนวนครั้งที่ทำศัลยกรรมเสริมความงาม	1 ครั้งต่อปี	47.5
	ใช้เวลาทำศัลยกรรมโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	30 นาที- 1 ชั่วโมง	40.5
	จำนวนการเข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพท์	2 ครั้ง	36.0
	ระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้งเพื่อติดตามผลลัพท์	15 นาที - 30 นาที	50.0
	วันใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม	วันเสาร์หรือวันอาทิตย์	56.5
	ช่วงเวลาที่ได้รับบริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	ไม่แน่นอนแล้วแต่กรณีของแพทย์	36.5
	ความถี่ในการใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	1-2 ครั้ง ต่อปี	52.0
5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ทำเลที่ตั้งสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป	60.5
	จำนวนแห่งของสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามในระยะเวลา 1 ปี	ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอด	64.5
	ลักษณะสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ	53.5
6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	วิธีการชำระค่าบริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	ชำระเป็นเงินสด	54.0
	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามในแต่ละครั้ง	5,001 – 15,000 บาท	40.5
	แหล่งข้อมูลในการเลือกสถานทำศัลยกรรม	คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว	74.0
	เวลาในการพิจารณาก่อนการทำศัลยกรรมในครั้งแรก	1-2 เดือน	22.5
	เปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนทำศัลยกรรม	3 แห่ง	30.5

**ตารางที่ 5.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H (ต่อ)**

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	เกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรม เสริมความงาม	คำแนะนำของคนรู้จัก	69.0
	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	5,001 – 15,000 บาท/ครั้ง	40.5
	ความพึงพอใจหลังทำการศัลยกรรม	พึงพอใจ	89.0
	การเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริม ความงามในครั้งต่อไป	เลือกใช้บริการที่เดิม	81.0
	การแนะนำให้กับผู้อื่นภายหลังจากการ ทำศัลยกรรมเสริมความงาม	ไม่แน่ใจ	22.5
	การทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคต	ไม่แน่ใจ	22.5
	อวัยวะที่จะทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคต	แก้มและกราม	29.0

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยทำศัลยกรรมหลักตั้งแต่อดีตมาแล้ว 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.5 โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 71.0 เลือกรการทำศัลยกรรมโดยการเสริมจมูกแต่งปีกจมูกคิดเป็นร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 54.0

สิ่งที่จุดประกายให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทำศัลยกรรมมากที่สุดคือ สร้างความมั่นใจ และเพิ่ม โอกาสที่ดีให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาได้แก่ พบผู้ที่ทำแล้วสวยอยากทำบ้าง คิดเป็นร้อยละ 47.0 วัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้แก่ เสริมบุคลิกภาพเสริมความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 64.8

ผู้มีอิทธิพลในตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือผู้ที่ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาได้แก่ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 60.5

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 47.5 ใช้เวลาทำศัลยกรรม 30 นาที - 1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.5 เข้าพบแพทย์เพื่อติดตามผลลัพธ์จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.0 ระยะเวลาที่เข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้งเพื่อติดตามผลลัพธ์ เท่ากับ 15-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 50.0 ทำศัลยกรรมวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 56.5 ช่วงเวลาที่เข้ารับบริการไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 36.5 และความถี่ในการใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1 -2 ครั้ง ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 52.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม ที่เป็นคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมือง คิดเป็นร้อยละ 60.5 โดยลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 53.5 ในระยะเวลา 1 ปี ใช้บริการใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามที่เดิมตลอด คิดเป็นร้อยละ 64.5

ผู้ทำศัลยกรรมเสริมความงามเลือกชำระเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 54.0 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 – 15,000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.5 แหล่งข้อมูลในเลือกสถานที่ทำศัลยกรรมจาก คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรม คิดเป็นร้อยละ 74.0 ใช้เวลาในการพิจารณาก่อนการทำศัลยกรรมในครั้งแรก 1-2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 22.5 เปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนทำศัลยกรรม 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.5

เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม คือ คำแนะนำของคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 69.0 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หลังจากทำการศัลยกรรมมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 89.0 ในอนาคตจะเลือกใช้บริการศัลยกรรมที่เดิม ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่น่าใจที่จะแนะนำให้กับผู้อื่นภายหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงามคิดเป็นร้อยละ 22.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่น่าใจที่จะทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 22.5 และอวัยวะที่จะทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคต คือ แก้มและกราม คิดเป็นร้อยละ 29.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามผู้หญิงวัยทำงานใน  
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**

**ตารางที่ 5.3** สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม ของผู้หญิง  
วัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยฯ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์	4.62
ด้านบุคคล	แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้	4.54
ด้านผลิตภัณฑ์	ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ และ มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม	4.52
ด้านกระบวนการ	มีการรับประกันผลของการทำศัลยกรรม	4.49
ด้านส่งเสริมการตลาด	พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี	4.43
ด้านราคา	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า	4.09
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก	3.77

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อท่านในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลโดยเรียงตามอันดับความสำคัญได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ และมีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.52) เท่ากัน คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.49) ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง (ค่าเฉลี่ย 4.46) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านราคาโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านราคาโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57)

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.68) และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ พบเห็นตัวอย่างที่ทำแล้วดูดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ คำแนะนำจากคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์สาขาศัลยกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.52) แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีการรับประกันผลของการทำศัลยกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.49) ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุและวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ตารางที่ 5.4 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ

พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงาน	ระดับช่วงอายุ		
	18-25 ปี	26-35 ปี	36-60 ปี
จำนวนการทำศัลยกรรมหลักทั้งหมด	1 ครั้ง (ร้อยละ 47.6)	1 ครั้ง (ร้อยละ 50.9)	1 ครั้ง (ร้อยละ 40.4)
วิธีการทำศัลยกรรม	การฉีดสารเติมเต็ม (ร้อยละ 42.9)	การผ่าตัด (ร้อยละ 51.9)	การผ่าตัด (ร้อยละ 42.3)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธีผ่าตัด	เสริมจมูก/ตัดปีกจมูก (ร้อยละ 38.1)	เสริมจมูก/ตัดปีกจมูก (ร้อยละ 51.9)	การทำตา 2 ชั้น/ตัดถุงใต้ตา (ร้อยละ 42.3)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธีฉีดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลเลอร์	ฉีดจมูก (ร้อยละ 42.9)	ฉีดจมูก (ร้อยละ 30.2)	ฉีดจมูก (ร้อยละ 28.8)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธีฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย โบท็อกซ์	ลดริ้วรอย ลดริ้วรอยบนใบหน้า และทำ V-shape (ร้อยละ 7.1)	ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก (ร้อยละ 10.4)	ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก และลดรอยตีนกา (ร้อยละ 23.1)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธีการร้อยไหม	(ร้อยละ 7.1)	(ร้อยละ 7.5)	(ร้อยละ 11.5)
วันที่ใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม	วันเสาร์หรืออาทิตย์ (ร้อยละ 73.8)	วันเสาร์หรืออาทิตย์ (ร้อยละ 51.9)	วันเสาร์หรืออาทิตย์ (ร้อยละ 51.9)
ช่วงเวลาที่ใช้ศัลยกรรมเสริมความงาม	ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์ (ร้อยละ 42.9)	ไม่แน่นอนแล้วแต่แพทย์ (ร้อยละ 41.5)	ช่วงบ่าย (ร้อยละ 26.9)
แหล่งที่ตั้งของสถานศัลยกรรม	คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 64.3)	คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 68.9)	คลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 40.4)
วิธีชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงาม	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 64.3)	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 52.8)	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 48.1)
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	5,000-15,000 บาท (ร้อยละ 35.7)	5,000-15,000 บาท (ร้อยละ 47.2)	ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 38.5)
บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	เพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 59.5)	ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน (ร้อยละ 71.7)	เพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 59.6)
วัตถุประสงค์หลักการทำศัลยกรรม	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 78.6)	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 66.7)	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 5.4 พฤติกรรมของหญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรม  
เสริมความงาม จำแนกตามช่วงอายุ (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงาน	ระดับช่วงอายุ		
	18-25 ปี	26-35 ปี	36-60 ปี
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจ	คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรม (ร้อยละ 73.8)	คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรม (ร้อยละ 79.2)	คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรม (ร้อยละ 63.5)
แหล่งข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนทำศัลยกรรม	3 แห่ง (ร้อยละ 33.3)	มากกว่า 3 แห่ง (ร้อยละ 32.1)	3 แห่ง (ร้อยละ 44.2)
ลักษณะของสถานศัลยกรรมเสริมความงาม	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 42.9)	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 64.2)	คลินิกที่มีการจัดการที่เป็น ระบบสาขา (ร้อยละ 44.2)
เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการ	คำแนะนำของคนรู้จัก และรับประกันผลสำเร็จ หลังจากทำศัลยกรรม (ร้อยละ 71.4)	คำแนะนำของคนรู้จัก (ร้อยละ 72.6)	คำแนะนำของคนรู้จัก และรับประกันผลสำเร็จ หลังจากทำศัลยกรรม (ร้อยละ 59.6)
ความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม	พึงพอใจ (ร้อยละ 95.2)	พึงพอใจ (ร้อยละ 89.6)	พึงพอใจ (ร้อยละ 82.7)
การตัดสินใจเลือกสถานศัลยกรรมในครั้งต่อไป	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 85.7)	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 79.2)	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 80.8)



ตารางที่ 5.5 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรม  
เสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมของผู้หญิง วัยทำงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
จำนวนการทำศัลยกรรม หลักทั้งหมด	1 ครั้ง (ร้อยละ 45.8)	1 ครั้ง (ร้อยละ 45.9)	1 ครั้ง (ร้อยละ 54.3)	1 ครั้ง (ร้อยละ 44.4)
วิธีการทำศัลยกรรม	วิธีการผ่าตัด (ร้อยละ 62.5)	วิธีการผ่าตัด (ร้อยละ 74.1)	วิธีการผ่าตัด (ร้อยละ 58.7)	วิธีการผ่าตัด (ร้อยละ 82.2)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธี ผ่าตัด	เสริมจมูกแต่งปีกจมูก (ร้อยละ 45.8)	เสริมจมูกแต่งปีกจมูก (ร้อยละ 48.2)	เสริมจมูกแต่งปีกจมูก (ร้อยละ 28.3)	เสริมจมูกแต่งปีกจมูก (ร้อยละ 60.0)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธี ฉีดสารเติมเต็ม ฟิลาเลอร์	ฉีดจมูก (ร้อยละ 41.7)	ฉีดจมูก (ร้อยละ 32.9)	ฉีดจมูก (ร้อยละ 37.0)	ฉีดจมูก (ร้อยละ 22.2)
การทำศัลยกรรมด้วยวิธี ฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย โบท็อกซ์	ลดริ้วรอยบนใบหน้า (ร้อยละ 8.3)	V-shape และ ลดรอยย่นบริเวณ หน้าผาก (ร้อยละ 9.4)	ลดรอยตีนกา (ร้อยละ 13.0)	ลดรอยย่นบริเวณ หน้าผาก (ร้อยละ 28.9)
การทำศัลยกรรมด้วย วิธีการร้อยไหม	(ร้อยละ 16.7)	(ร้อยละ 8.2)	(ร้อยละ 6.5)	(ร้อยละ 6.7)
วันที่ใช้บริการศัลยกรรม เสริมความงาม	วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ (ร้อยละ 62.5)	วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ (ร้อยละ 51.8)	วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ (ร้อยละ 54.3)	วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ (ร้อยละ 64.4)
ช่วงเวลาที่ใช้ศัลยกรรม เสริมความงาม	ไม่แน่นอนแล้วแต่ แพทย์นัด (ร้อยละ 41.7)	ไม่แน่นอนแล้วแต่ แพทย์นัด (ร้อยละ 31.8)	ไม่แน่นอนแล้วแต่ แพทย์นัด (ร้อยละ 34.8)	ไม่แน่นอนแล้วแต่ แพทย์นัด (ร้อยละ 44.4)
แหล่งที่ตั้งของสถาน ศัลยกรรม	คลินิกศัลยกรรมเสริม ความงาม ที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 45.8)	คลินิกศัลยกรรมเสริม ความงาม ที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 61.2)	คลินิกศัลยกรรมเสริม ความงาม ที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 65.2)	คลินิกศัลยกรรมเสริม ความงาม ที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป (ร้อยละ 62.2)
วิธีชำระค่าบริการศัลยกรรม เสริมความงาม	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 54.2)	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 56.5)	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 54.3)	ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 48.9)
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 45.8)	5,000-15,000 (ร้อยละ 48.2)	ไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,000-15,000 (ร้อยละ 34.8)	5,000-15,000 และ 15,001 - 30,000 (ร้อยละ 40.0)
บุคคลที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจ	เพื่อน/คนรู้จัก และ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรม มาก่อน (ร้อยละ 66.7)	ผู้ผ่านการทำศัลยกรรม มาก่อน (ร้อยละ 61.2)	เพื่อน/คนรู้จัก และ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรม มาก่อน (ร้อยละ 63.0)	เพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 66.7)

ตารางที่ 5.5 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรม  
เสริมความงาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้หญิง วัยทำงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
วัตถุประสงค์หลัก การทำศัลยกรรม	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 58.3)	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 63.5)	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 55.6)	เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ (ร้อยละ 80.0)
แหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่มีผลต่อการตัดสินใจ	คนรู้จักที่เคย ทำศัลยกรรม (ร้อยละ 58.3)	คนรู้จักที่เคย ทำศัลยกรรม (ร้อยละ 69.4)	คนรู้จักที่เคย ทำศัลยกรรม (ร้อยละ 76.1)	คนรู้จักที่เคย ทำศัลยกรรม (ร้อยละ 88.9)
แหล่งข้อมูลเพื่อ เปรียบเทียบก่อน ทำศัลยกรรม	3 แห่ง (ร้อยละ 41.7)	มากกว่า 3 แห่ง (ร้อยละ 29.4)	มากกว่า 3 แห่ง (ร้อยละ 32.6)	มากกว่า 3 แห่ง (ร้อยละ 26.7)
ลักษณะของสถาน ศัลยกรรมเสริมความงาม	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 54.2)	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 51.8)	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 58.7)	คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ 51.1)
เกณฑ์สำคัญที่สุดในการ เลือกใช้บริการ	ชื่อเสียงคลินิก/ โรงพยาบาล และ คำแนะนำของคนรู้จัก (ร้อยละ 66.7)	คำแนะนำของคนรู้จัก (ร้อยละ 67.1)	คำแนะนำของคนรู้จัก (ร้อยละ 71.7)	รับประกันผลสำเร็จ หลังจากทำศัลยกรรม และคำแนะนำของคน รู้จัก (ร้อยละ 71.1)
ความพึงพอใจหลังการ ทำศัลยกรรม	พึงพอใจ (ร้อยละ 83.3)	พึงพอใจ (ร้อยละ 90.6)	พึงพอใจ (ร้อยละ 89.1)	พึงพอใจ (ร้อยละ 88.9)
การตัดสินใจเลือกสถาน ศัลยกรรมในครั้งต่อไป	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 87.5)	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 77.6)	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 76.1)	เลือกใช้บริการที่เดิม (ร้อยละ 88.9)

ตารางที่ 5.6 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรม

เสริมความงาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

พฤติกรรมของผู้หญิง วัยทำงาน	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริมดวง ชะตา	ความก้าวหน้า ในหน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารานักร้อง	แก้ไขรักษา ความผิดปกติ ของร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
จำนวนการทำศัลยกรรม หลักทั้งหมด	1 ครั้ง (ร้อยละ 51.5)	1 ครั้ง (ร้อยละ 53.4)	1 ครั้ง (ร้อยละ 38.5)	1 ครั้ง (ร้อยละ 58.3)	3 ครั้ง (ร้อยละ 35.3)	1 ครั้ง (ร้อยละ 35.7)
วันที่ใช้บริการศัลยกรรม เสริมความงาม	วันเสาร์หรือ อาทิตย์ (ร้อยละ 66.2)	วันจันทร์ถึง ศุกร์ (ร้อยละ 46.7)	วันจันทร์ถึง ศุกร์ (ร้อยละ 46.2)	วันเสาร์หรือ อาทิตย์ (ร้อยละ 58.3)	วันเสาร์หรือ อาทิตย์ (ร้อยละ 56.2)	วันเสาร์หรือ อาทิตย์ (ร้อยละ 35.7)
ช่วงเวลาที่ใช้ศัลยกรรม เสริมความงาม	ไม่แน่นอน แล้งแต่การนัด ของแพทย์ (ร้อยละ 40.0)	ช่วงเที่ยง (ร้อยละ 33.3)	ช่วงเช้า (ร้อยละ 38.5)	ไม่แน่นอน แล้งแต่การนัด ของแพทย์ และช่วงเย็น (ร้อยละ 33.3)	ช่วงเที่ยง (ร้อยละ 37.4)	ไม่แน่นอน แล้งแต่การนัด ของแพทย์ (ร้อยละ 50.0)
แหล่งที่ตั้งของสถาน ศัลยกรรมเสริมความงาม	คลินิก ศัลยกรรมที่ตั้ง ในตัวเมือง (ร้อยละ 71.5)	คลินิก ศัลยกรรมที่ตั้ง ในตัวเมือง (ร้อยละ 53.3)	คลินิก ศัลยกรรมที่ตั้ง ในตัวเมือง (ร้อยละ 38.5)	คลินิก ศัลยกรรมที่ตั้ง ในตัวเมือง (ร้อยละ 25.5)	คลินิก ศัลยกรรมที่ตั้ง ในตัวเมือง (ร้อยละ 37.5)	คลินิก ศัลยกรรมที่ตั้ง ในตัวเมือง (ร้อยละ 42.9)
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	5,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 50.0)	ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 33.3)	5,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 38.4)	ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 50.0)	ไม่เกิน 5,000 บาท และ 15,001 – 30,000 (ร้อยละ 31.3)	5,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 35.7)
วิธีการชำระค่าบริการ ศัลยกรรมเสริมความ งาม	เงินสด (ร้อยละ 62.3)	เงินสด (ร้อยละ 53.3)	เงินสด (ร้อยละ 46.2)	บัตรเครดิต (ร้อยละ 50.0)	บัตรเครดิต (ร้อยละ 56.2)	เงินสด (ร้อยละ 42.9)
บุคคลที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจ	ผู้ผ่านการ ทำศัลยกรรม มาก่อน (ร้อยละ 71.5)	แพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ (ร้อยละ 60.0)	ผู้ผ่านการ ทำศัลยกรรม มาก่อน (ร้อยละ 53.8)	แฟน/คนรัก และ พนักงาน ประจำคลินิก (ร้อยละ 41.7)	เพื่อน/คนรู้จัก และ ศิลปินดารานัก ร้อง (ร้อยละ 37.5)	ผู้ผ่านการ ทำศัลยกรรม มาก่อน (ร้อยละ 50.0)
แหล่งข้อมูลเพื่อ เปรียบเทียบก่อน ทำศัลยกรรม	3 แห่ง (ร้อยละ 33.1)	1, 3 และ 4 แห่ง (ร้อยละ 26.7)	4 แห่ง (ร้อยละ 38.5)	3 แห่ง (ร้อยละ 33.3)	3 แห่ง และ 4 แห่ง (ร้อยละ 31.3)	4 แห่ง (ร้อยละ 42.9)

ตารางที่ 5.6 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรม  
เสริมความงาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้หญิง วัยทำงาน	วัตถุประสงค์หลัก					
	เสริม บุคลิกภาพ/ ความมั่นใจ	เสริมดวง ชะตา	ความก้าวหน้า ในหน้าที่การ งาน	เลียนแบบ ดารานักร้อง	แก้ไขรักษา ความผิดปกติ ของร่างกาย	แก้ไข จุดบกพร่อง ตามร่างกาย
ลักษณะของสถาน ศัลยกรรมเสริมความงาม	คลินิกที่มี แพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของ กิจการ (ร้อยละ 56.2)	คลินิกที่มี แพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของ กิจการ (ร้อยละ 46.7)	คลินิกที่มี แพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของ กิจการ (ร้อยละ 46.2)	คลินิกที่มี แพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของ กิจการ (ร้อยละ 75.0)	คลินิกที่มีการ จัดการที่เป็น ระบบสาขา (ร้อยละ 43.8)	คลินิกที่มี แพทย์ผู้รักษา เป็นเจ้าของ กิจการ (ร้อยละ 42.9)
ความพึงพอใจภายหลัง จากการทำศัลยกรรม เสริมความงาม	พึงพอใจ (93.1)	พึงพอใจ (93.3)	พึงพอใจ (61.5)	พึงพอใจ (83.3)	พึงพอใจ (75.0)	พึงพอใจ (92.9)

ตารางที่ 5.7 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของ  
ผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ระดับช่วงอายุ		
	18-25 ปี	26-35 ปี	39-60 ปี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีการรับประกันผลสำเร็จ ของการทำศัลยกรรม	ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง	ได้รับการรับรองมาตรฐาน จากองค์กรต่างๆ
ปัจจัยด้านราคา	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า
ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งสามารถ เดินทางได้สะดวก	ทำเลที่ตั้งสามารถ เดินทางได้สะดวก	ทำเลที่ตั้งสามารถ เดินทางได้สะดวก
ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	พบเห็นตัวอย่าง คนที่เคยทำแล้วดูดี	พบเห็นตัวอย่าง คนที่เคยทำแล้วดูดี	พบเห็นตัวอย่าง คนที่เคยทำแล้วดูดี
ปัจจัยด้านบุคคล	แพทย์มีชื่อเสียงในการ ทำศัลยกรรม	เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบ ประกอบโรคศิลป์ สาขา ศัลยกรรม	แพทย์มีชื่อเสียงในการ ทำศัลยกรรม
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	มีการรับประกันผลของการ ศัลยกรรม	มีการรับประกันผลของการ ศัลยกรรม	มีการรับประกันผลของการ ศัลยกรรม
ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	อุปกรณ์เครื่องมือมีความ ทันสมัย	ความสะอาดของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์	ความสะอาดของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์

ตารางที่ 5.8 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามผู้หญิง  
 วัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ( บาท)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่า พอใจ	ได้รับการรับรอง มาตรฐานจากองค์กร ต่างๆ	มีการรับประกัน ผลสำเร็จของการ ทำศัลยกรรม	มีการรับประกัน ผลสำเร็จของการ ทำศัลยกรรม
ปัจจัยด้านราคา	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้องให้ทราบ ล่วงหน้า	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้อง ให้ทราบล่วงหน้า	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้อง ให้ทราบล่วงหน้า	มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้อง ให้ทราบล่วงหน้า
ปัจจัยด้านช่อง ทางการ จัดจำหน่าย	สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก	ทำเลที่ตั้งสามารถ เดินทางได้สะดวก	ทำเลที่ตั้งสามารถ เดินทางได้สะดวก	ที่จอดรถสะดวก
ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	พบเห็นตัวอย่างคนที่ เคยทำแล้วดูดี	พบเห็นตัวอย่างคนที่ เคยทำแล้วดูดี	การให้ส่วนลดพิเศษ ในเทศกาลต่างๆ	พบเห็นตัวอย่างคน ที่เคยทำแล้วดูดี
ปัจจัยด้านบุคคล	แพทย์มีการให้ คำแนะนำอย่าง เพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไข ปัญหาได้	แพทย์มีการให้ คำแนะนำอย่าง เพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไข ปัญหาได้	แพทย์มีชื่อเสียงใน การทำศัลยกรรม	แพทย์มีชื่อเสียงใน การทำศัลยกรรม และ เป็นแพทย์ เฉพาะทางมีใบ ประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ให้บริการเสร็จตาม เวลาที่กำหนด	มีการรับประกันผล ของการศัลยกรรม	มีการรับประกันผล ของการศัลยกรรม	มีการรับประกันผล ของการศัลยกรรม
ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ความสะอาดของ สถานที่และ เครื่องมืออุปกรณ์	อุปกรณ์เครื่องมือมี ความทันสมัย	อุปกรณ์เครื่องมือมี ความทันสมัย	อุปกรณ์เครื่องมือมี ความทันสมัย

## 5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### พฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม เป็นเพศหญิงทั้งหมด ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.0 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ลักษณะงานใช้บุคลิกภาพหน้าตาในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 ในอดีตเคยทำศัลยกรรมหลักทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.5 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรารักษ์ คงรอด (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามภายในระยะเวลา 1 ปี และอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

1. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม ส่วนใหญ่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้วยวิธีการผ่าตัดเสริมจมูก แต่งปีกจมูก รองลงมาได้แก่ การฉีดเสริมจมูก ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของ วรารักษ์ คงรอด (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม” ที่พบว่าส่วนใหญ่เพศหญิงรับบริการที่ใช้ในคลินิกเสริมความงาม คือ รักษาสิวและฝ้า ความแตกต่างอาจเกิดจากการที่การศึกษานี้ ได้ทำการศึกษาถึงการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งได้เพิ่มเติมวิธีการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการผ่าตัด ฉีดสารเติมเต็ม ฉีดสารลดริ้วรอย และการร้อยไหม เข้าไปในการศึกษานี้

2. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม คือ เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ และสิ่งที่ดีให้กับตัวเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของชยดล ล้อมทอง (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศัลยกรรมตกแต่งความงามในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ตอบคำถามเป็นเพศหญิง มีสาเหตุสำคัญเลือกใช้บริการศัลยกรรมตกแต่งความงามคือ เสริมสร้างความมั่นใจให้ตนเอง

3. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม บุคคลที่มีอิทธิพลในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน รองลงมาคือเพื่อน/คนรู้จัก ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของ ชยดล ล้อมทอง (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศัลยกรรมตกแต่งความงามในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้บริการคลินิกเสริมความงามมากที่สุด คือ ตนเอง และแตกต่างกับการศึกษาของ ศศิภา เดือนสว่าง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศหญิงในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเองมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ซึ่งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก ความแตกต่างกันอาจเนื่องมาจาก การศึกษา รายได้ จำนวนสถานบริการ และที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน

4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามส่วนใหญ่ เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม 1 ครั้งต่อปี เข้ารับบริการศัลยกรรมในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ช่วงเวลาที่เข้ารับบริการศัลยกรรมคือ ไม่นานนอนแล้วแต่การนัดของแพทย์ ใช้เวลา 30 นาที – 1 ชั่วโมง ต่อครั้ง ความถี่ที่ใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม 1-2 ครั้งต่อปี สอดคล้องกับ ชยดล ล้อมทอง (2550) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความถี่ในการเข้ารับบริการศัลยกรรมตกแต่งความงาม 1 ครั้งต่อปี รองลงมา 2 ครั้งต่อปี

5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามส่วนใหญ่ เลือกคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป และ ลักษณะเป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษา

เป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Dr. Marsidi และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำศัลยกรรม” ที่พบว่า ผู้ทำศัลยกรรม เลือกคลินิกที่งั้นมากกว่าคลินิกใหญ่ระดับประเทศ ส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก และรองลงมาคือที่จอดรถสะดวก ดังนั้น หากสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงามมีโครงการจะขยายสาขาเพิ่ม ควรคำนึงถึงเรื่องนี้เป็นสำคัญ

6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ สอบถามแหล่งข้อมูลในเลือกสถานที่ทำศัลยกรรมจากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาก่อน โดยเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนทำศัลยกรรม 3 แห่ง เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงาม คือ คำแนะนำของคนรู้จัก รองลงมาได้แก่ รับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม และแพทย์มีความชำนาญเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชกมล วิบูลย์จันทร์ (2549) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ปัจจัยเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามที่สำคัญมากที่สุดในเรื่อง ศัลยแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน รองลงมาศัลยแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท/ครั้ง มีความพึงพอใจหลังทำการศัลยกรรม ในอนาคตอาจจะมีการทำศัลยกรรมเพิ่มเติมโดยอวัยวะที่จะทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคต คือ ใบหน้า และลำคอ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชยดล ล้อมทอง (2550) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายต่อปีที่ 15,000 บาท และที่เคยผ่าตัดศัลยกรรมมากกว่า 1 ครั้ง มีความพึงพอใจมากหลังทำการศัลยกรรม เนื่องจากชอบในฝีมือแพทย์ที่ให้กรบริการและอยากทำส่วนอื่นต่อ

### ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบุคคลด้านผลิตภัณฑ์ในการได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ และ มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม มากที่สุด เท่ากัน รองลงมาได้แก่คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง ตามลำดับ สอดคล้องกับชยดล ล้อมทอง (2550) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบุคคลด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง คุณภาพ มีความสำคัญมากที่สุดซึ่งจะเห็นได้ว่าเรื่องของคุณภาพ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงามที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัย และมั่นใจทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการ



**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องมีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้าได้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนการทำสัลยกรรม 3 แห่ง

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก รองลงมาคือ ที่จอดรถสะดวกในระดับมาก แตกต่างกับผลการศึกษาของ กชกมล วิบูลย์จันทร์ (2549) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ระดับความสำคัญต่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก คือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาดปลอดภัย รองลงมาคือความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ เนื่องจาก ผลการศึกษารั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกันทั้งด้าน เขตที่อยู่อาศัย และระดับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์สัลยกรรมเสริมความงาม

**ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดในเรื่องพบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี ในระดับมาก รองลงมาคือ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ, คำแนะนำจากคนรู้จัก และ มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นิดฟิลเลอร์ฟรี 1 ครั้ง หรือ แกรมคอร์สนวดหน้าฟรี เป็นต้น ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านบุคคลในเรื่องแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ รองลงมาได้แก่ เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์สาขาสัลยกรรม และ แพทย์มีชื่อเสียงในการทำสัลยกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กชกมล วิบูลย์จันทร์ (2549) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจัยเลือกใช้สถานบริการสัลยกรรมเสริมความงามที่สำคัญมากที่สุดในเรื่อง ศัลยแพทย์มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน รองลงมาศัลยแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในเรื่องการความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆ มากที่สุด สอดคล้องกับ กชกมล วิบูลย์จันทร์ (2549) ที่ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการบริการที่รวดเร็วในการรับข้อร้องเรียน เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่อง มีการรับประกันผลของการทำสัลยกรรมในระดับมาก รองลงมาคือ ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด และ ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างกับผลการศึกษาของ กชกมล วิบูลย์จันทร์ (2549) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับ

ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่มีความสะอาด ปลอดภัย มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีที่นั้งสำหรับรองรับเพียงพอในการบริการ ตามลำดับ ทั้งนี้ ความแตกต่างอาจเกิดเนื่องจาก สถานบริการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในเชียงใหม่ส่วนใหญ่ ลักษณะของปัจจัยด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริโภครจึงหันมาให้ความสำคัญในเรื่องของการรับประกันผลของการทำศัลยกรรมมากกว่า

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุได้แก่ 18-25 ปี, 26-35 ปี และ 36-60 ปี ทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด มากที่สุด

2. การทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18-25 ปี และ 26-35 ปี เลือกวิธีการทำศัลยกรรมด้วยวิธีการเสริมจมูกแต่งปีกจมูก มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 36-60 ปี เลือกการทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัดทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตา มากที่สุด

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด เสริมจมูก/ตัดปีกจมูก มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตา ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ทำศัลยกรรมเสริมจมูก/ตัดปีกจมูก และ การทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตา มากที่สุด เท่ากัน

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18-25 ปี และช่วงอายุ 26-35 ปี บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อนมากที่สุด และเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนทำศัลยกรรม จำนวน 3 แห่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 36-60 ปี บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม คือ เพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด และเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนทำศัลยกรรม จำนวน 3 แห่ง

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18-25 ปี และช่วงอายุ 26-35 ปี เข้ารับบริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในช่วงเวลา ไม่นานนอนแล้วแต่การนัดขงแพทย์มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 36-60 เข้ารับบริการทำศัลยกรรมเสริมความงามในช่วงเย็นมากที่สุด

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม ผู้ที่ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน มากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001-30,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม คือ เพื่อน/คนรู้จัก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ เพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุด

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรม เพื่อเสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และเพื่อแก้ไขริ้วรอยตามร่างกาย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,000 – 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมดวงชะตา เพื่อเลียนแบบดารานักร้อง และ เพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 5,000 บาท

8. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ทุกช่วงรายได้เฉลี่ย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม และเลือกสถานบริการที่เดิมที่เคยใช้บริการ

9. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ เพื่อเสริมดวงชะตา เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพื่อเลียนแบบดารานักร้อง และเพื่อแก้ไขริ้วรอยตามร่างกาย ส่วนใหญ่เลือกสถานบริการเสริมความงาม เป็นคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไข/รักษาความผิดปกติของร่างกาย ที่ส่วนใหญ่เลือกคลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขาเช่น วุฒิสกัคคีคลินิก เป็นต้น

10. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าบริการศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเงินสดมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,000 – 15,000 บาท วัตถุประสงค์หลักในการศัลยกรรมเสริมความงาม คือ เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ เกณฑ์สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงาม คือ ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ และมีความพึงพอใจหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม รวมทั้ง การตัดสินใจเลือกใช้สถานศัลยกรรมเสริมความงามครั้งต่อไป เลือกใช้บริการที่เดิม

11. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพเรื่องความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ ปัจจัยด้านบุคคลเรื่องแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้ และเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์สาขาศัลยกรรมตามลำดับ

**ตารางที่ 5.9** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	ความสะอาดของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์	4.62 (มากที่สุด)	ลักษณะทางกายภาพ
2	แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้	4.54 (มากที่สุด)	บุคคล
3	เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขา ศัลยกรรม	4.52 (มากที่สุด)	ลักษณะทางกายภาพ
4	มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม	4.52 (มากที่สุด)	กระบวนการ
5	แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม	4.51 (มากที่สุด)	บุคคล
6	มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์	4.49 (มาก)	ลักษณะทางกายภาพ
7	คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย	4.49 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
8	ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง	4.46 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
9	มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ	4.44 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
10	พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี	4.43 (มาก)	การส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 5.10 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆมาเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลข้างต้น ทำให้ทราบถึงข้อมูลของพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่เข้ารับบริการศัลยกรรมส่วนใหญ่ คือพนักงานเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่วันที่เลือกเข้ารับบริการ คือวันเสาร์หรืออาทิตย์ ระยะเวลาที่เข้ารับบริการ คือ ไม่นานแล้วแต่การนัดของแพทย์ แนะนำให้ มีการนัดเวลาที่แน่นอนเพื่อลดระยะเวลาในการรอคอย เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ เนื่องจากพนักงานเอกชนส่วนใหญ่มีเวลาน้อย อาจะลังงานยาก จึงต้องเลือกมาเข้ารับบริการศัลยกรรมในวันหยุด เมื่อพิจารณาจากระดับความพึงพอใจที่พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภายหลังการทำศัลยกรรม และการเลือกสถานบริการที่เดิมที่เคยใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่า การให้บริการและผลที่ได้หลังจากการทำศัลยกรรมคืออยู่แล้ว ควรรักษาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการที่ดีไว้ เมื่อพิจารณาถึงแหล่งข้อมูลในการเลือกสถานทำศัลยกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกจากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว และเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พิจารณาจากคำแนะนำของคนรู้จัก ดังนั้น ควรแนะนำสถานบริการให้ตั้งกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการให้ผลประโยชน์กับผู้แนะนำหรือบอกต่อ เพราะมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่ง ไม่แน่ใจในการแนะนำให้กับผู้อื่นภายหลังจากการทำศัลยกรรม แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เคยทำศัลยกรรมแล้ว ไม่ได้รับผลประโยชน์ในการบอกต่อ ดังนั้น สถานบริการควรมีกลยุทธ์ตรงนี้ เพราะถ้าสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ ก็จะสามารถรักษารฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ในอนาคตต่อไปได้ ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจ การสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับลูกค้าเดิม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของกลยุทธ์แบบปากต่อปาก (word of mouth) เพื่อให้ลูกค้ากลายเป็นผู้บอกต่อช่วยแพร่กระจายข่าวสาร ข้อมูลสินค้า หรือบริการให้กับคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามของเรา เพราะจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เพื่อน/คนรู้จัก ผู้ศึกษาจึงให้ข้อเสนอแนะ โดยการให้ผลประโยชน์กับการบอกต่อกับบุคคลเหล่านี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามนำผลการศึกษาไปพัฒนาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไปเรียงตามความสำคัญดังนี้

#### ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

1. สถานประกอบการศัลยกรรมเสริมความงามควรให้ความสำคัญเรื่องความสะอาดของสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ควรมีหลักฐานแสดงถึงการได้รับมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสารที่ใช้เป็นต้น

2. แพทย์ควรแสดงหลักฐานใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ว่าเป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรม โดยเฉพาะ

3. แพทย์ผู้ให้บริการควรนำเสนอผลงานและหลักฐานการรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพในสถานประกอบการอย่างชัดเจนรวมทั้งการนำผลงานก่อนและหลังทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ใช้บริการที่เคยทำศัลยกรรมเพื่อให้ผู้ใช้บริการปัจจุบันและรายใหม่รับรู้ถึงบริการที่มีคุณภาพและข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการศัลยกรรมแต่ละแห่งได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่น ไว้วางใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการ

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด โดยบัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือความสะอาดของสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์มากที่สุดรองลงมาเป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรมและมีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพของแพทย์

#### **บัจจัยด้านกระบวนการ**

ผู้ประกอบการสถานบริการศัลยกรรมความงามควรมีการรับประกันผลของการทำศัลยกรรม เช่น รับประกันว่า หลังจากทำศัลยกรรมเสร็จเรียบร้อยแล้ว บุคลิกภาพหน้าตาของลูกค้าจะดีขึ้น ซึ่งหากผลของการทำศัลยกรรมไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ ผู้ประกอบการสามารถหาทางแก้ไขให้ลูกค้าได้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ที่มีต่อสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ประกอบการ

#### **บัจจัยด้านบุคคล**

แพทย์ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามต้องมีประสบการณ์และเชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมการตกแต่งโดยเฉพาะสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ และแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจยอมรับและมั่นใจทั้งก่อนและหลังทำศัลยกรรมเสริมความงาม

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยบัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือแพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ปัญหาได้มากที่สุด

#### **บัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องความมาตรฐานความปลอดภัยในคลินิกของตนเอง ควรมีใบรับรองจากแพทย์สภาหรือกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งรับรองถึงความปลอดภัยของสถานศัลยกรรมเสริมความงาม

2. ควรมีใบรับประกันถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำศัลยกรรม เช่น สารฟิลเลอร์และสารโบท็อกซ์จากองค์การอาหารและยา ว่าสารที่ใช้ชนิดนั้น มีความปลอดภัยและถูกกฎหมาย และซิลิโคนที่นำมาใช้ในการเสริมจมูกเป็นวัสดุที่มีคุณภาพสูง ได้มาตรฐานสากล

3. ผู้ประกอบการควรแสดงประกาศนียบัตรรับรองที่บ่งบอกถึงระบบการบริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจและความเชื่อใจของลูกค้าที่มีต่อสถานบริการศัลยกรรมของผู้ประกอบการ

เนื่องจากการศึกษาพบว่า เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือคลินิกได้มาตรฐานมีความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพสูง และมีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึงบริการที่มีคุณภาพ

### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

สถานประกอบการบริการศัลยกรรม ควรมีรูปตัวอย่างของผู้ที่เคยทำศัลยกรรมจากคลินิกของตนเองมาก่อนทั้งก่อนและหลังการทำศัลยกรรม ว่าเมื่อทำศัลยกรรมแล้ว ผู้เข้ารับบริการศัลยกรรมมีบุคลิกภาพหน้าตาที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าว่า เมื่อทำศัลยกรรมแล้ว ดูดีขึ้นจริงๆ

เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือพบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี

### **ปัจจัยด้านราคา**

1. ผู้ประกอบการสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงามควรมีกลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสม มีการชี้แจงในรายละเอียดของค่าใช้จ่ายของบริการศัลยกรรมแต่ละอย่าง และมีการชี้แจงถึงการให้วัสดุที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อแสดงข้อแตกต่างในคุณภาพและศักยภาพที่ดีเหนือคู่แข่งของสถานบริการ เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจและรับรู้ถึงความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายไปเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของหญิงวัยทำงานแต่ละช่วงอายุที่มีรายได้แตกต่างกัน

2. สถานประกอบการศัลยกรรมความงามควรมีการตั้งราคาค่าบริการที่แตกต่างตามคุณภาพของวัสดุที่ใช้ทำศัลยกรรมเช่นการตั้งราคาค่าบริการเสริมจมูกโดยใช้ซิลิโคนที่มีคุณภาพสูงอัตราค่าบริการก็จะสูงส่วนซิลิโคนที่คุณภาพรองลงมาอัตราค่าบริการจะต่ำกว่า เพื่อให้

ลูกค้าได้มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการตามกำลังซื้อและความพึงพอใจเพราะส่วนใหญ่ผู้ให้บริการมีการวางแผนเกี่ยวกับการชำระค่าบริการเป็นเงินสด

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการศัลยกรรมเสริมความงาม 5,001-15,000 บาทต่อครั้งเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปีส่วนใหญ่ชำระค่าบริการเป็นเงินสดมากที่สุด และต้องการให้สถานบริการเสริมความงามแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องล่วงหน้า เพื่อเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนทำศัลยกรรมจำนวน 3 แห่ง

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. สำหรับผู้ประกอบการศัลยกรรมความงามรายใหม่หรือรายเก่าที่ต้องการขยายสาขา ควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ในตัวเมืองเพื่อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ง่ายต่อการพบเห็นเข้าถึงได้ง่ายการคมนาคมสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ

2. ทำเลที่ตั้งสถานบริการตั้งอยู่ในบริเวณตัวเมืองซึ่งมีพื้นที่จอดรถค่อนข้างจำกัด อาจจะแก้ปัญหาโดยมีรถบริการรับส่งลูกค้าโดยลูกค้าสามารถจอดรถได้สะดวกตามพื้นที่สาธารณะบริเวณใกล้เคียงกับสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงามหรืออาจมีการเช่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียงสถานประกอบการเพื่อให้ลูกค้าสามารถจอดรถและเดินทางมาใช้บริการได้สะดวกยิ่งขึ้น

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวกและที่จอดรถสะดวกมากที่สุด

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ดังต่อไปนี้

ลูกค้ากลุ่มที่มีช่วงอายุ 18-25 และช่วงอายุ 26-35 ปี

หากสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงาม ต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุ 18-25 และช่วงอายุ 26-35 ปี ผู้ศึกษาขอเสนอแนะเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการสถานบริการศัลยกรรมความงาม ควรมีการแนะนำชี้ให้เห็นถึงผลดีของการผ่าตัดว่าจะช่วยเรื่องการเปลี่ยนแปลงของจุดที่ศัลยกรรมได้ชัดเจนที่สุด เพื่อเพิ่มข้อมูลให้ผู้รับการศัลยกรรมประกอบการตัดสินใจในการใช้บริการ สถานบริการศัลยกรรมความงามทั้งคลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ และเป็นแพทย์ที่มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม ควรสร้างจุดเด่นของเราว่าแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร เช่น ใช้กลยุทธ์ด้านราคาเทียบคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผ่าตัด



ทำศัลยกรรม ซึ่งอาจใช้ปัญหาในเรื่องของการเสริมจมูก/ตัดปีกจมูก มาเป็นจุดประชาสัมพันธ์ ว่าที่ของเรามีความทันสมัย มีความเป็นมืออาชีพ สามารถเปลี่ยนแปลงจุดบกพร่องต่างๆ ของลูกค้ำให้สวยงามได้ โดยเฉพาะจมูกที่เป็นจุดเด่นบนใบหน้า เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเป้าหมายหลัก โดยรวมการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 – 15,000 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ลูกค้ำกลุ่มนี้ ไม่เกี่ยงราคาในการทำศัลยกรรมเพื่อเสริมความงาม

เนื่องจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18 -25 ปี และ 26-35 ปี เลือกการทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัดมากที่สุด ดังนั้นจะพบว่า หากเริ่มศัลยกรรมตั้งแต่อายุน้อยจะเลือกการทำศัลยกรรมด้วยวิธีการผ่าตัด จะเห็นผลการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนที่สุด และหากอายุเพิ่มขึ้นก็จะใช้วิธีเลือกวิธีการทำศัลยกรรมด้วยวิธีฉีดสารอื่น ๆ โดยการฉีดสารโบท็อกซ์ ลดริ้วรอย หน้าผาก รอบตื้นกา หรือ ฉีดสารเติมเต็มฟิลเลอร์เพื่อลดริ้วรอยเล็กน้อยบนใบหน้า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 18-25 ปี และช่วงอายุ 26-35 ปี ทำศัลยกรรมด้วยการผ่าตัดเสริมจมูก/ตัดปีกจมูก มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ โดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเสริมความงามที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คลินิกหมอวิมล ซึ่งเป็นคลินิกที่เน้นบริการศัลยกรรมเสริมความงามอย่างครบวงจร

### **ลูกค้ำกลุ่มที่มีอายุช่วง 36-60 ปี**

หากสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงาม ต้องการมุ่งตลาดไปยังกลุ่มลูกค้ำที่มีช่วงอายุ 35-60 ปี ผู้ศึกษาขอเสนอแนะเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการสถานบริการศัลยกรรมความงาม ควรมีการแนะนำเรื่องของวิธีการทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตา ว่าเป็นผลดีอย่างไร อาจเพราะอายุที่มากขึ้น การหย่อนคล้อยของถุงใต้ตา อาจเป็นปัญหาสำหรับลูกค้ำกลุ่มนี้ ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขจุดบกพร่องที่มีอยู่ให้กับลูกค้ำกลุ่มนี้ ควรให้ข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อประกอบการตัดสินใจในการใช้บริการทำศัลยกรรม เช่น ฉีดสารโบท็อกซ์ ลดริ้วรอย หน้าผาก รอบตื้นกา มาเป็นจุดประชาสัมพันธ์ ว่าที่ของเรามีความทันสมัย มีความเป็นมืออาชีพ สามารถเปลี่ยนแปลงจุดบกพร่องต่างๆ ของลูกค้ำให้สวยงามได้

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 36-60 ปี ส่วนใหญ่มีการทำศัลยกรรมในเรื่องการทำตา 2 ชั้น /ตัดถุงใต้ตามากที่สุด และฉีดสารโบท็อกซ์ เพื่อลดริ้วรอยบนบริเวณหน้าผาก ลดริ้วรอยบนใบหน้าและลดรอยตื้นกา เป็นจำนวนมาก และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 5,000 บาท แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ำกลุ่มนี้ เมื่ออายุมากขึ้น จะระวังเรื่องการใช้จ่าย ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการศัลยกรรมความงามที่มีบริการศัลยกรรมเสริมความงามดังกล่าว อาจเสนอคอร์สทำศัลยกรรมเป็น Package ให้กับลูกค้ำกลุ่มนี้ เช่น ให้ส่วนลดเมื่อซื้อบริการเป็น package เสริม

ตาสองชั้น/ตัดถุงใต้ตา + ถัดหน้าผาก + รอยตีนกา เป็นต้น เพื่อเป็นการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการสถานที่บริการศัลยกรรมของผู้ประกอบการมากขึ้น

### **ลูกค้ากลุ่มทำศัลยกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ**

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเสริมความงาม พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ มีมากที่สุด ดังนั้น หากสถานบริการศัลยกรรมเสริมความงามต้องการมุ่งตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการสถานบริการศัลยกรรมความงาม ควรมีการให้คำแนะนำที่เพียงพอ น่าเชื่อถือ บอกถึงความปลอดภัยได้มาตรฐานของคลินิกและวิธีแก้ไขปัญหาหากมีปัญหาเกิดขึ้น มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานของความสะอาดของเครื่องมือและอุปกรณ์ มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม ว่าสามารถเปลี่ยนแปลงใบหน้าให้สวยและดูดีขึ้นได้ มีการแสดงรูปของผู้ที่ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน ให้ลูกค้าเห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงและสวยงามขึ้นเท่าใด เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาปรึกษาการใช้บริการศัลยกรรม และควรมีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่แน่นอน ให้ลูกค้าทราบแต่แรก เพราะลูกค้ากลุ่มนี้ ใช้วิธีชำระค่าบริการเป็นเงินสดมากที่สุด

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมบุคลิกภาพ/ความมั่นใจ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 – 15,000 บาทมากที่สุด โดยต้องการให้มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า ใช้วิธีชำระค่าบริการทำศัลยกรรมด้วยเงินสดมากที่สุด และสิ่งที่จุดประกายให้ทำศัลยกรรมเสริมความงาม เพื่อสร้างความมั่นใจและโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง

### **กลุ่มที่ไม่พึงพอใจหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม**

ผู้ศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับกลุ่มที่ไม่พึงพอใจหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ดังต่อไปนี้

1. สถานศัลยกรรมเสริมความงาม ควรมีการระบวณการให้คำแนะนำปรึกษาทั้งก่อนและหลังแก่ผู้เข้ารับบริการ และมีความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งเป็นหลักสำคัญของกระบวนการให้บริการของสถานประกอบการ ร่วมกับการทำงานของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการติดตามผลลัพธ์หลังการศัลยกรรม

2. สถานศัลยกรรมเสริมความงามอาจมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ บริการรับแก้ไข สำหรับผู้ที่มีปัญหาจากศัลยกรรมเสริมความงามจากแหล่งอื่น ๆ ซึ่งผู้รับบริการจะได้รับคำแนะนำและได้รับการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ปลอดภัย ทั้งก่อนและหลังการทำศัลยกรรม โดยเพื่อให้ผู้เข้ารับบริการวางใจ เชื่อมั่น และมีความพึงพอใจหลังการทำศัลยกรรม

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนในทุกช่วงอายุ ทุกช่วงรายได้ และทุกวิธีการ  
ทำศัลยกรรมเสริมความงาม มีความไม่พึงพอใจหลังจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เนื่องจาก ไม่  
เห็นผลเท่าที่ควร ผลของการทำศัลยกรรมไม่เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ก่อนทำศัลยกรรม จมูกเอียง และ  
จมูกอักเสบ และ นิดสาร โบท็อกซ์ V-shape แล้ว หน้าไม่เรียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการแก้ไข  
ปัญหา คือ ทำใหม่ ไม่ทำเพิ่ม เอาออก ตัดปีกจมูก แก่ทรงใหม่และ นิดโบท็อกซ์ทำ v-shape ใหม่

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผล  
ต่อการทำศัลยกรรม ซึ่งได้ข้อมูลเฉพาะด้าน ในปัจจุบัน ยังมีผู้ที่ยังไม่กล้าทำศัลยกรรม สาเหตุมาจาก  
การกลัวเจ็บและกลัวแผลหายช้าหลังจากการทำศัลยกรรม ด้วยเหตุนี้ หากมีการศึกษาในเรื่องของ  
1. Pain Management 2. Fast Recovery และ 3. Postoperative Care ซึ่งสมาคมศัลยแพทย์อเมริกาได้  
กล่าวไว้ว่า “ปัจจัยสำคัญในความพึงพอใจของคนไข้กับการจัดการความเจ็บปวดคือ คนไข้มีความพึง  
พอใจมาก เมื่อทราบว่าศัลยแพทย์กังวลเรื่องความเจ็บปวดของตน” และ “คนไข้ส่วนใหญ่เลือกการ  
ทำศัลยกรรมด้วยเข็มมากกว่าการผ่าตัด เนื่องจากต้องการการฟื้นตัวที่รวดเร็วของบาดแผล” ดังนั้น  
หากมีการศึกษาถึงเรื่องเหล่านี้ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (Benefits)  
และสิ่งที่ผู้บริโภคหลีกเลี่ยง (Barriers) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บรรณานุกรม

- กชกมล วิบูลย์จันทร์. 2549. **ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. บัณฑิตวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรมการปกครอง. 2552. “ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร จังหวัดเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.chiangmai.go.th> (6 มกราคม 2554).
- เพียรจิต สิงห์โทราช. 2553. **การศึกษาสถานภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการศัลยกรรมความงามและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามในประเทศไทย**. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด
- พนิดา หอมบุญยงค์. 2552. **ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดในกรุงเทพมหานคร**. บัณฑิตวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ไทยโพสต์. 2553. “ผู้หญิงไทยกับการทำศัลยกรรม”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ryt9.com/s/tpd/935219>. (8 กรกฎาคม 2555).
- วิชาการ.คอม. 2555. “ศัลยกรรมความงาม”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.vcharkarn.com/varticle/39109> (8 ตุลาคม 2555).
- วารสารณั้ คกรอด. 2554. **พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บริษัท วุฒิสักดิ์ คลินิก เวชกรรม จำกัด (มหาชน). 2555. “ประเภทสถานบริการเสริมความงาม”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.wuttisakclinic.com> (8 ตุลาคม 2555)
- ศศิกา เดือนสว่าง. 2553. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่**
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2547. **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- เสาวนีย์ ใจมุด. 2554. **พฤติกรรมของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอางออนไลน์**. บัณฑิตวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สวยด้วยแพทย์. 2555. “ศูนย์ศัลยกรรมตกแต่งโรงพยาบาลยันฮี”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.yuhee.net>. (23 มกราคม 2555).

- สำนักงานกองทุนสนับสนุน การเสริมสร้างสุขภาพ. 2555. “ข้อมูลชี้ความนิยมทำศัลยกรรมของคนไทย”. [ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/healthcontent/article/28545> (8 ตุลาคม 2555).
- สยามธุรกิจ. 2555. “ภัยเถื่อน หมอกระเป๋า สวยสังคาย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.siamturakij.com/home/news/display\\_news.php?news\\_id=413367536](http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413367536) (8 ตุลาคม 2555).
- แหล่งข้อมูลศัลยกรรม. 2555. “ศัลยกรรมเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา <http://www.dungdong.com>
- แหล่งรวมศัลยกรรม. 2554. “คลินิกศัลยกรรมยอดฟุ้ง 100% เหตุคนอยากเป็นดารานักกร้อง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.siamsurgery.com/news/88> (8 ตุลาคม 2555)
- อดุลย์ จาตุรงค์กุลและคณะ. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Marsidi and Team 2013. **Plastic and Reconstructive Surgery**. สมาคมศัลยแพทย์พลาสติกอเมริกา (American Society of Plastic Surgeons (ASPS))  
แหล่งที่มา <http://www.plasticsurgery.org/news/past-press-releases/2014-archives/when-choosing-a-plastic-surgeon-patients-value-experience-and-personal-recommendation.html>
- Kotler, Phillip and Armstrong, Gary. *Principle of Marketing*. Eighth Edition, Prentice-Hall, U.S.A, 1999.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

**แบบสอบถาม**

**พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม**

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น จึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

**“สำหรับผู้หญิงที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา”**

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. อายุ (who)

- ( ) 1. อายุ 18 -25 ปี                      ( ) 2. อายุ 26-35 ปี  
( ) 3. อายุ 36-45 ปี                      ( ) 4. อายุ 46-60 ปี

2. สถานภาพสมรส (who)

- ( ) 1. โสด                                      ( ) 2. สมรส/แต่งงาน  
( ) 3. หย่าร้าง                              ( ) 4. หม้าย  
( ) 5. แยกกันอยู่

3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (who)

- ( ) 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า  
( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.  
( ) 3. อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า  
( ) 4. ปริญญาตรี  
( ) 5. ปริญญาโท  
( ) 6. สูงกว่าปริญญาโท

อาชีพ (who)

- ( ) 1. รับราชการ
- ( ) 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ( ) 3. พนักงานบริษัทเอกชน
- ( ) 4. เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
- ( ) 5. ค้าขาย
- ( ) 6. รับจ้าง
- ( ) 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ลักษณะงานของท่านใช้บุคลิกภาพ หน้าตา ในการทำงานใช่หรือไม่ (who)

( ) 1. ใช่ (โปรดเลือกลักษณะงานที่ตรงกับตัวท่าน)

- |                              |                      |
|------------------------------|----------------------|
| ( ) 1. ครู, อาจารย์          | ( ) 2. ฟรีดตี        |
| ( ) 3. ธุรกิจ                | ( ) 4. เลขานุการ     |
| ( ) 5. พนักงานขาย            | ( ) 6. ประชาสัมพันธ์ |
| ( ) 7. นักร้อง/นักดนตรี      | ( ) 8. นักแสดง       |
| ( ) 9. นางแบบ                | ( ) 10. ช่างเสริมสวย |
| ( ) 11. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |                      |

( ) 2. ไม่ใช่

5. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน (who)

- |                                      |                            |
|--------------------------------------|----------------------------|
| ( ) 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | ( ) 2. 10,001 - 20,000 บาท |
| ( ) 3. 20,001-30,000 บาท             | ( ) 4. 30,001 - 40,000 บาท |
| ( ) 5. 40,001-50,000 บาท             | ( ) 6. 50,001 – 60,000 บาท |
| ( ) 7. มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป      |                            |

6. ในอดีตที่ผ่านมา ท่านเคยทำศัลยกรรมหลักจำนวนทั้งหมดกี่ครั้ง โปรดระบุ.....ครั้ง



ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการทำสัลยกรรมเสริม  
ความงาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

7. ท่านได้ผ่านการทำสัลยกรรมเสริมความงามด้วยวิธีการใดบ้างและบริเวณใด  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (what)

( ) 8.1. วิธีการผ่าตัด

โปรดเลือกบริเวณที่ท่านทำสัลยกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 8.1.1. การทำตา 2 ชั้น /ตดุงใต้ตา ( ) 8.1.2. การเสริมจมูก แต่งปีกจมูก  
( ) 8.1.3. ดึงหน้า ดึงหน้าผาก ดึงคอ ( ) 8.1.4. ตกแต่งริมฝีปาก  
( ) 8.1.5. การเสริมคาง ตัดกรรม ( ) 8.1.6. เสริมหน้าอก/ลดขนาดเต้านม  
( ) 8.1.7. เสริม-ลดโหนกแก้ม ( ) 8.1.8. ลดไขมันหน้าท้อง/แก้ท้องถาย  
( ) 8.1.9. การทำลักยิ้ม ( ) 8.1.10. การดูดไขมันแขนและขา  
( ) 8.1.11. ปลูกผม ( ) 12. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

( ) 8.2. วิธีการฉีดสารเติมเต็ม เช่น ฟิลเลอร์

โปรดเลือกบริเวณที่ท่านทำสัลยกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 8.2.1. ฉีดจมูก ( ) 8.2.2. ฉีดคาง  
( ) 8.2.3. ฉีดริมฝีปากให้ดูอวบอิม ( ) 8.2.4. ฉีดหน้าอก  
( ) 8.2.5. ฉีดเสริมสะโพก ( ) 8.2.6. ฉีดลดรอยแผลเป็นให้ตื้น  
( ) 8.2.7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

( ) 8.3. วิธีการฉีดสารเพื่อลดริ้วรอย เช่น โบท็อกซ์

โปรดเลือกบริเวณที่ท่านทำสัลยกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 8.3.1. ลดริ้วรอยบนใบหน้า ( ) 8.3.2. ลดรอยย่นบริเวณหน้าผาก  
( ) 8.3.3. ลดรอยตีนกา ( ) 8.3.4. ลดถุงใต้ตา  
( ) 8.3.5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

( ) 8.4. วิธีการดึงหน้าด้วยการร้อยไหม

( ) 8.5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำนวนกี่ครั้งต่อปี (When)
- ( ) 1. 1 ครั้ง ( ) 2. 2 ครั้ง  
( ) 3. 3 ครั้ง ( ) 4. มากกว่า 3 ครั้ง
9. ในการเข้ารับบริการหลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ท่านใช้เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งเท่าใด (When)
- ( ) 1. น้อยกว่า 30 นาที ( ) 2. 30 นาที – 1 ชั่วโมง  
( ) 3. 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง ( ) 4. 2 ชั่วโมง – 3 ชั่วโมง  
( ) 5. มากกว่า 3 ชั่วโมง
10. ท่านเข้าพบแพทย์จำนวนกี่ครั้ง เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม (When)
- ( ) 1. 1 ครั้ง ( ) 2. 2 ครั้ง  
( ) 3. 3 ครั้ง ( ) 4. มากกว่า 3 ครั้ง
11. ท่านใช้เวลาเข้าพบแพทย์โดยเฉลี่ยต่อครั้งนานเท่าไร เพื่อติดตามผลลัพธ์การทำศัลยกรรมเสริมความงาม (When)
- ( ) 1. น้อยกว่า 15 นาที ( ) 2. 15 นาที - 30 นาที  
( ) 3. 31 นาที - 1 ชั่วโมง ( ) 4. มากกว่า 1 ชั่วโมง
12. ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการสถานศัลยกรรมเสริมความงามในวันใด (When)
- ( ) 1. วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ( ) 2. วันเสาร์หรือวันอาทิตย์  
( ) 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์ ( ) 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
13. ท่านเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามช่วงเวลาใดมากที่สุด (When)
- ( ) 1. ช่วงเช้า ( ) 2. ช่วงเที่ยง  
( ) 3. ช่วงบ่าย ( ) 4. ช่วงเย็น  
( ) 5. ไม่แน่นอนแล้วแต่การนัดของแพทย์

14. ปกติท่านใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามที่ตั้งอยู่ที่ใด (ตอบเพียง 1 ข้อ) (Where)

- 1. แผนกคัดสรรเสริมความงามในโรงพยาบาล
- 2. คลินิกคัดสรรเสริมความงามที่ตั้งในตัวเมืองทั่วไป
- 3. คลินิกคัดสรรเสริมความงามที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า เช่น โรบินสัน เซ็นทรัล
- 4. คลินิกคัดสรรเสริมความงามที่ตั้งในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี โลตัส
- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามกี่แห่ง (Where)

- 1. ใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามที่เดิมตลอด
- 2. เคยใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามจำนวน 2-3 แห่ง
- 3. เคยใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามจำนวนมากกว่า 3 แห่ง
- 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. ความถี่ในการใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามของท่าน (When)

- 1. น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี
- 2. 1-2 ครั้งต่อปี
- 3. 3-4 ครั้งต่อปี
- 4. มากกว่า 4 ครั้งต่อปี

17. ส่วนใหญ่ท่านนิยมชำระค่าบริการด้วยวิธีใด (How)

- 1. ชำระเป็นเงินสด
- 2. ชำระด้วยบัตรเครดิต
- 3. ชำระด้วยบัตรเดบิต
- 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

18. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการคัดสรรเสริมความงามในแต่ละครั้งเป็นเงินเท่าใด (How)

- 1. ไม่เกิน 5,000 บาท
- 2. 5,001 – 15,000 บาท
- 3. 15,001 – 30,000 บาท
- 4. 30,001 – 45,000 บาท
- 5. 45,001 – 60,000 บาท
- 6. 60,001 – 85,000 บาท
- 7. 85,001 – 100,000 บาท
- 8. มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

19. สิ่งใดจุดประกายให้ท่านต้องการทำศัลยกรรม**มากที่สุด** (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. พบผู้ที่ทำแล้วสวย อยากทำบ้าง
- ( ) 2. ความจำเป็นในอาชีพ
- ( ) 3. สร้างความมั่นใจ และเพิ่มโอกาสที่ดีให้กับตัวเอง
- ( ) 4. แก้ไขหรือรักษาความผิดปกติของร่างกาย
- ( ) 5. โคนสัจจนเกิดปมด้อย
- ( ) 6. รู้สึกว่าตัวเองแปลก แตกต่างจากคนในครอบครัว
- ( ) 7. ออกหักแฟน ทิ้งไปหาคนที่สวยกว่า
- ( ) 8. แต่งหน้ายาก ถ่ายรูปไม่สวย
- ( ) 9. หาโอกาสกลายเป็นคนใหม่
- ( ) 10. อื่นๆ โปรดระบุ.....

20. นอกจากตัวท่านเอง บุคคลใดมีอิทธิพลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (Who participate)

- ( ) 1. ผู้ผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน
- ( ) 2. แฟน/คนรัก
- ( ) 3. เพื่อน/คนรู้จัก
- ( ) 4. ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง
- ( ) 5. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
- ( ) 6. พนักงาน/เจ้าหน้าที่ประจำคลินิก
- ( ) 7. ไม่มี
- ( ) 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

21. วัตถุประสงค์หลักในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของท่านตรงกับข้อใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ) (Why)

- ( ) 1. เสริมบุคลิกภาพ เสริมความมั่นใจ
- ( ) 2. เสริมดวงชะตา
- ( ) 3. เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
- ( ) 4. เลียนแบบดารา/นักร้อง/บุคคลที่ชื่นชอบ
- ( ) 5. แก้ไขและรักษาความผิดปกติของร่างกาย
- ( ) 6. แก้ไขจุดบกพร่องตามร่างกาย
- ( ) 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

22. แหล่งข้อมูลข่าวสารประเภทใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามต่อท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (How)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. คนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว | <input type="checkbox"/> 2. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ |
| <input type="checkbox"/> 3. วิทยุ                          | <input type="checkbox"/> 4. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง |
| <input type="checkbox"/> 5. ใบปลิว/โปสเตอร์                | <input type="checkbox"/> 6. อินเทอร์เน็ต      |
| <input type="checkbox"/> 7. โทรทัศน์                       | <input type="checkbox"/> 8. นิตยสาร           |
| <input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....          |   |

23. ครั้งแรกในการทำศัลยกรรมของท่าน ใช้เวลานานเพียงใดในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจทำศัลยกรรม

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 15 วัน | <input type="checkbox"/> 2. 16 วัน – 1 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3. 1-2 เดือน       | <input type="checkbox"/> 4. 3-4 เดือน        |
| <input type="checkbox"/> 5. 5-6 เดือน       | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 6 เดือน  |

24. ก่อนการทำศัลยกรรมเสริมความงามท่านได้ปรึกษาแพทย์หรือเจ้าหน้าที่ เพื่อสอบถามข้อมูลเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจทำศัลยกรรม จำนวนกี่แห่ง (How)

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. แห่งเดียว | <input type="checkbox"/> 2. 2 แห่ง         |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 แห่ง    | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 3 แห่ง |

25. เกณฑ์ในการเลือกใช้บริการสถานที่ศัลยกรรมเสริมความงามของท่าน เป็นแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (How)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. แพทย์มีความชำนาญเฉพาะ                  | <input type="checkbox"/> 2. คำแนะนำของคนรู้จัก        |
| <input type="checkbox"/> 3. ที่ตั้งของคลินิก/โรงพยาบาลเดินทางสะดวก | <input type="checkbox"/> 4. การมีบริการผ่อนชำระ       |
| <input type="checkbox"/> 5. การให้คำแนะนำ บริการของเจ้าหน้าที่     | <input type="checkbox"/> 6. ชื่อเสียงคลินิก/โรงพยาบาล |
| <input type="checkbox"/> 7. รับประกันผลสำเร็จหลังจากทำศัลยกรรม     | <input type="checkbox"/> 8. อัตราค่าบริการ            |
| <input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....                  |   |

26. ท่านเลือกใช้บริการ สถานที่คัดสรรเสริมความงามลักษณะใด (where)
- ( ) 1. แผนกคัดสรรเสริมความงามในโรงพยาบาล เช่น รพ.ยันฮี รพ.บางมด เป็นต้น
  - ( ) 2. คลินิกที่มีแพทย์ผู้รักษาเป็นเจ้าของกิจการ เช่น สมเพชรคลินิก คลินิกหมอวิมล เป็นต้น
  - ( ) 3. คลินิกที่มีการจัดการที่เป็นระบบสาขา มีเจ้าหน้าที่และแพทย์ คอยให้บริการเช่น ราชเทวีคลินิก เมดิแคร์คลินิก วุฒิสถิต์คลินิก นิตีพลคลินิก บางกอกคลินิก เป็นต้น

27. ภายหลังจากการทำคัดสรรเสริมความงามที่ผ่านมาของ ท่านพึงพอใจหรือไม่ (How)
- ( ) 1. พึงพอใจ
  - ( ) 2. ไม่พึงพอใจ สาเหตุเพราะ (โปรดระบุ).....  
ท่านจะแก้ไขอย่างไร (โปรดระบุ).....

28. หากท่านต้องการใช้บริการสถานที่คัดสรรเสริมความงามในครั้งต่อไป  
ท่านจะตัดสินใจเลือกอย่างไร (How)

- ( ) 1. เลือกใช้บริการที่เดิมที่เคยใช้บริการ
- ( ) 2. เลือกใช้บริการที่ใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ
- ( ) 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

29. ภายหลังจากการทำคัดสรรเสริมความงาม ท่านจะแนะนำให้กับคนอื่นใหม่ (How)

- ( ) 1. ไม่แนะนำแน่นอน
- ( ) 2. อาจจะแนะนำ
- ( ) 3. ไม่แน่ใจ
- ( ) 4. อาจจะแนะนำ
- ( ) 5. แนะนำแน่นอน

30. ในอนาคตท่านจะทำคัดสรรเสริมความงามเพิ่มอีกหรือไม่ (How)

- ( ) 1. ไม่ทำเพิ่มแน่นอน
- ( ) 2. อาจจะเพิ่ม
- ( ) 3. ไม่แน่ใจ
- ( ) 4. อาจจะเพิ่ม
- ( ) 5. ทำเพิ่มแน่นอน

31. หากท่านจะทำศัลยกรรมเพิ่มเติมในอนาคต ท่านจะทำศัลยกรรมเสริมความงามเพิ่มเติมกับอวัยวะส่วนใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (หากไม่ทำเพิ่มเข้าไป ตอบข้อ 33) (what)

- |                       |                              |
|-----------------------|------------------------------|
| ( ) 1. ศีรษะ (ปลูกผม) | ( ) 2. ตา                    |
| ( ) 3. จมูก           | ( ) 4. ใบหน้าและลำคอ         |
| ( ) 5. แก้มและกราม    | ( ) 6. ปาก                   |
| ( ) 7. หน้าอก         | ( ) 8. หน้าท้อง/เอว          |
| ( ) 9. อวัยวะเพศ      | ( ) 10. สะโพก                |
| ( ) 11. ต้นขา/ขา      | ( ) 12. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

32. ปัจจัยต่อไปนี้นี้มีผลต่อท่านในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามในระดับใด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
<b>1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1.1 ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ศัลยกรรมมีคุณภาพสูง					
1.2 คลินิกที่เปิดบริการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ					
1.3 คลินิกได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย					
1.4 ความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
1.5 ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ					
1.6 มีการรับประกันผลสำเร็จของการทำศัลยกรรม					
1.7 มีศัลยกรรมหลากหลายคอยให้บริการ					
1.8 เคยใช้บริการมาก่อน และผลเป็นที่น่าพอใจ					
<b>2. ปัจจัยด้านราคา (Price)</b>					
2.1 ค่าบริการถูกกว่าที่อื่นๆ					
2.2 ค่าบริการแพงกว่าที่อื่น					
2.3 มีการแจ้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องให้ทราบล่วงหน้า					
2.4 สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต					
2.5 การให้ผ่อนชำระค่าบริการ					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
<b>3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
3.1 สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก					
3.2 ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก					
3.3 สถานที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า					
3.4 มีหลายสาขาให้เลือกตามความสะดวกของลูกค้า					
3.5 ที่จอดรถสะดวก					
<b>4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
4.1 การใช้นายแบบ ดารา นักร้อง เป็นพรีเซ็นเตอร์					
4.2 มีการโฆษณาทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น					
4.3 มีการสื่อสารหรือจัดกิจกรรมผ่าน social media เช่น Facebook และ Twitter เป็นต้น					
4.4 การให้ส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ					
4.5 มีการแถมคอร์สอื่นๆ เช่น นวดฟีดเลอร์ฟรี 1 ครั้ง หรือ แถมคอร์สนวดหน้าฟรี เป็นต้น					
4.6 การมีนิตยสาร วารสารรายปักษ์ ฟรีสำหรับสมาชิก					
4.7 การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก					
4.8 การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำลูกค้าใหม่					
4.9 การเสนอเงื่อนไขบริการพิเศษร่วมกับบัตรเครดิต					
4.10 มีพนักงานคอยแนะนำการบริเวณหน้าร้าน					
4.11 คำแนะนำจากคนรู้จัก					
4.12 คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ					
4.13 พบเห็นตัวอย่างคนที่เคยทำแล้วดูดี					



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
<b>5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)</b>					
5.1 เป็นแพทย์เฉพาะทางมีใบประกอบโรคศิลป์ สาขาศัลยกรรม					
5.2 แพทย์มีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ น่าเชื่อถือ ปลอดภัย และแก้ไขปัญหาได้					
5.3 แพทย์มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม					
5.4 ได้พบแพทย์คนเดิมเสมอ					
5.5 หน้าตาและบุคลิกภาพของหมอและพนักงานใน คลินิกดูดี					
5.6 พนักงานมีความสุภาพ มีอัธยาศัยและ เป็นมิตร					
5.7 พนักงานมีความชำนาญและสามารถแนะนำ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้					
<b>6. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)</b>					
6.1 มีการรับประกันผลของการทำศัลยกรรม					
6.2 ให้บริการเสร็จตามเวลาที่กำหนด					
6.3 ความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหาต่างๆ					
6.4 การใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการ					
6.5 นัดจองล่วงหน้าทางโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต ได้					
<b>7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
7.1 อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัย					
7.2 บรรยากาศภายในตกแต่งสวยงาม ผ่อนคลาย					
7.3 มีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้าน วิชาชีพของแพทย์					
7.4 มีประกาศนียบัตรรับรองที่แสดงให้เห็นถึง บริการที่มีคุณภาพ					



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวกนกณัฐ เกรียงชุตินา
วัน เดือน ปี เกิด	29 เมษายน พ.ศ. 2526
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2543 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนลำปาง กัลยาณีจังหวัดลำปาง ปีการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ประสบการณ์	2550 – 2552 Account Executive บริษัท Trio Advertising and Media จำกัด 2554 – ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายกำกับดูแลการวิจัย และ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย บริหารงาน โครงการ Program for HIV Prevention and Treatment (PHPT)



กรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ight© by Chiang Mai University  
rights reserved