



พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม



โดย

นางสาวทิวานันท์ โตนุ่ม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม



โดย  
นางสาวทิวานันท์ โตนุ่ม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

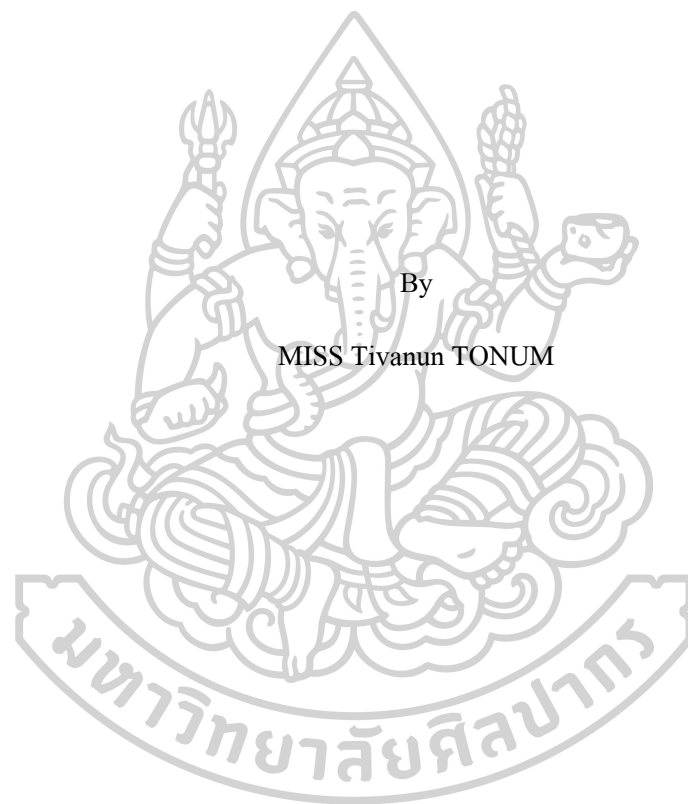
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

CONSUMER'S BEHAVIORS IN USING SURGERY BEAUTY PARLOR  
SERVICES



By

MISS Tivanun TONUM

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2017

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม
โดย	ทิวานันท์ โคนุ่ม
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร. อัญจมา บุญปาลิต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(อาจารย์ ดร. นพวรรณ วิเศษสินธุ์)



58602389 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : ศัลยกรรม, ศัลยกรรมเสริมความงาม, พฤติกรรมผู้บริโภค

นางสาว ทิวานันท์ โคนุ่ม: พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสถาบันเสริมความงาม 400 คน แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติค่าไคร้สแควร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี สถานะภาพ โสด ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. พฤติกรรมการใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงามใบหน้า พบว่าเคยการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม 1 ครั้งต่อปี เหตุผลในการตัดสินใจทำศัลยกรรมใบหน้า เพื่อสร้างความมั่นใจมากที่สุด มีความต้องการส่วนตัว ในการตัดสินใจทำศัลยกรรม ทราบแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมจากเฟสบุ๊ก เลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรมจาก คลินิกที่มีชื่อเสียง เลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรมจาก คุณภาพ/ผลลัพธ์ที่ได้ มีความคาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม คือ ได้รูปแบบตามที่ต้องการ มีค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม 10,000-20,000 บาท มีระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม 3 เดือนขึ้นไป โดยส่วนของใบหน้าที่ต้องการทำมากที่สุด คือ จมูก

3. ผลการทดสอบสมมุติฐาน ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่แตกต่างกัน และพบว่า สถานภาพ การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมไม่แตกต่างกัน

58602389 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : Sergerly Cosmetic Segery Behaviors

MISS TIVANUN TONUM : CONSUMER'S BEHAVIORS IN USING SURGERY  
BEAUTY PARLOR SERVICES THESIS ADVISOR : KREAGRIT AMPAVAT, Ph.D.

The purposes of this study were to examine Consumer' Behaviors in using Sergerly Beauty Parlor Services. The samples consisted of 400 participants who were customer of cosmetic surgery in beauty parlor service, and the questionnaire was used as an instrument for data collection. Due to data analysis, statistics used frequency, percentage, mean, and analysis of the correlation coefficient Pearson the processing by SPSS, Summarized of the result as follows.

1. The sample group was female than male. Aged between 26-30 years old, status single, with graduated in bachelor degree. And most income between 15,001-20,000 baht per month. And most Occupation.

2. For the Behavioral factor in choosing the plastic surgery of the face service one time per year to confidence and personal reason . Knowledge information place for facebook. The majority decided to use it as a place of prominence. By reason is choosing certified quality and result. Before expectation surgery is result perfect. The surgery price is 10,000-20,000 bath. The decide to surgery for 3 months or more. The category was mostly nose.

3. The findings hypothetical test as follows; Sex, age, occupation, income are different of affect to behaviors in using sergerly beauty parlor services in different. And status, education are different of affect to behaviors in using sergerly beauty parlor services not different.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา รวมถึง อาจารย์ ดร.อัฐมา บุญपालิต ประธาน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์และ อาจารย์ ดร.นพวรรณ วิเศษสินธุ์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาชี้แนะแนวทาง ในการแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัย ศิลปากรทุกๆ ท่านที่ให้ความรู้คำปรึกษาและประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณผู้มีส่วน เกี่ยวข้องรวมถึงเพื่อนๆ พี่ๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจทุกคนที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือและให้กำลังใจกัน ตลอดมาจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ผ่านไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและให้ข้อมูล ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวที่ให้การสนับสนุนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสใน การศึกษาในครั้งนี้เพื่อเป็นความรู้และประสบการณ์ เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้ก้าวหน้าต่อไป

ทิวานันท์ โตนุ่ม



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง .....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย .....	3
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการศัลยกรรมเสริมความงาม .....	6
2.2 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการศัลยกรรม .....	10
2.2.1 หน่วยงานกำกับดูแลและมาตรการกำกับดูแล.....	10
2.2.2 หน่วยงานส่งเสริมพัฒนาและ โครงการหรือกิจกรรมการส่งเสริมพัฒนาที่ผ่านมา .....	11
2.2.3 โครงสร้างของธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม.....	12



2.2.4 สถานภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการสตัลยกรรมและศูนย์ สุขภาพเพื่อความงาม .....	14
2.2.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจบริการสตัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อ ความงามในประเทศไทย.....	15
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย .....	26
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	27
3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	28
3.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา .....	28
3.3.2 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม .....	28
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	30
3.6.1 การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยใช้พื้นฐานประกอบด้วย .....	30
3.6.2 ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic).....	30
บทที่ 4 .....	31
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล.....	31
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม โดยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ (Multiple Response) รายละเอียดดังตารางที่ 7-17 ดังนี้.....	35
4.3 การทดสอบสมมติฐาน .....	41
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	159

5.1 สรุปผลการวิจัย.....	159
5.2 อภิปรายผล.....	160
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้.....	164
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	164
รายการอ้างอิง.....	166
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	168
ภาคผนวก ข แบบตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยของผู้เชี่ยวชาญ.....	171
ประวัติผู้เขียน.....	174



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	31
ตารางที่ 2. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ .....	32
ตารางที่ 3. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	32
ตารางที่ 4. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา .....	33
ตารางที่ 5. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	33
ตารางที่ 6. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	34
ตารางที่ 7. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคย/ไม่เคย ใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม .....	35
ตารางที่ 8. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมต่อปี.....	35
ตารางที่ 9. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า .....	36
ตารางที่ 10. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม .....	37
ตารางที่ 11. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการหาแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม .....	37

ตารางที่ 12. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม.....	38
ตารางที่ 13. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม .....	38
ตารางที่ 14. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม.....	39
ตารางที่ 15. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม .....	39
ตารางที่ 16. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม .....	40
ตารางที่ 17. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม .....	40
ตารางที่ 18. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม.....	42
ตารางที่ 19. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า .....	42
ตารางที่ 20. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม .....	43
ตารางที่ 21. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม .....	43
ตารางที่ 22. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	44
ตารางที่ 23. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	44
ตารางที่ 24. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	45
ตารางที่ 25. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัวร์ศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม.....	45

ตารางที่ 26. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม .....	46
ตารางที่ 27. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม .....	46
ตารางที่ 28. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง .....	47
ตารางที่ 29. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม .....	47
ตารางที่ 30. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก .....	48
ตารางที่ 31. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง .....	48
ตารางที่ 32. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น .....	49
ตารางที่ 33. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภททำปาก .....	49
ตารางที่ 34. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทดึงหน้า .....	50
ตารางที่ 35. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทตัดกราม .....	50
ตารางที่ 36. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนก.....	51
ตารางที่ 37. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line .....	51
ตารางที่ 38. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ .....	52
ตารางที่ 39. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม .....	52
ตารางที่ 40. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า .....	53
ตารางที่ 41. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม .....	54
ตารางที่ 42. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับที่มาของแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม.....	55
ตารางที่ 43. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	56
ตารางที่ 44. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	57

ตารางที่ 45. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	58
ตารางที่ 46. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทิวทัศน์ศัลยกรรมเกาหลีที่ทำให้ศัลยกรรมตกแต่งความงาม.....	59
ตารางที่ 47. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม .....	60
ตารางที่ 48. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม .....	61
ตารางที่ 49. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง .....	62
ตารางที่ 50. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม .	63
ตารางที่ 51. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก .....	64
ตารางที่ 52. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง .....	65
ตารางที่ 53. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น.....	66
ตารางที่ 54. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภททำปาก.....	67
ตารางที่ 55. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทดึงหน้า .....	68
ตารางที่ 56. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทตัดกราม.....	69
ตารางที่ 57. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนก.....	70
ตารางที่ 58. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line .....	71
ตารางที่ 59. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ .....	72
ตารางที่ 60. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม .....	73
ตารางที่ 61. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า.....	74
ตารางที่ 62. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม .....	75

ตารางที่ 63. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม....	75
ตารางที่ 64. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่ง ความงาม.....	76
ตารางที่ 65. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่ง ความงาม.....	77
ตารางที่ 66. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่ง ความงาม.....	77
ตารางที่ 67. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับทัวร์ศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	78
ตารางที่ 68. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ใน การทำศัลยกรรม .....	79
ตารางที่ 69. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม .....	79
ตารางที่ 70. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละ ครั้ง.....	80
ตารางที่ 71. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรม .....	81
ตารางที่ 72. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก.....	81
ตารางที่ 73. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง.....	82
ตารางที่ 74. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น.....	83
ตารางที่ 75. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภททำปาก .....	83
ตารางที่ 76. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทดึงหน้า .....	84
ตารางที่ 77. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทตัดคาง .....	84
ตารางที่ 78. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนก..	85
ตารางที่ 79. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line .....	85

ตารางที่ 80. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ .....	86
ตารางที่ 81. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบัน เสริมความงามด้านศัลยกรรม .....	86
ตารางที่ 82. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า .....	87
ตารางที่ 83. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัล ยกรรม .....	88
ตารางที่ 84. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ ศัลยกรรม .....	89
ตารางที่ 85. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	90
ตารางที่ 86. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	91
ตารางที่ 87. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	92
ตารางที่ 88. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทิวศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	93
ตารางที่ 89. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ ในการทำศัลยกรรม .....	94
ตารางที่ 90. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม .....	95
ตารางที่ 91. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม ในแต่ละครั้ง .....	96
ตารางที่ 92. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรม .....	97
ตารางที่ 93. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก .....	98



ตารางที่ 94. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง .....	99
ตารางที่ 95. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น.....	99
ตารางที่ 96. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภททำปาก.....	100
ตารางที่ 97. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทดั้งหน้า.....	101
ตารางที่ 98. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทตัดกราม.....	101
ตารางที่ 99. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทหูโหนก,ตัดโหนก.....	102
ตารางที่ 100. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line .....	103
ตารางที่ 101. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ.....	104
ตารางที่ 102. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม .....	105
ตารางที่ 103. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า.....	106
ตารางที่ 104. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม..	107
ตารางที่ 105. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม .....	108
ตารางที่ 106. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	109
ตารางที่ 107. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม.....	110
ตารางที่ 108. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม.....	111
ตารางที่ 109. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับตัวศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม.....	112

ตารางที่ 110. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม .....	113
ตารางที่ 111. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม .....	114
ตารางที่ 112. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง .....	115
ตารางที่ 113. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม .....	116
ตารางที่ 114. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก .....	117
ตารางที่ 115. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง .....	118
ตารางที่ 116. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น .....	119
ตารางที่ 117. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภททำปาก .....	120
ตารางที่ 118. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทดึงหน้า .....	121
ตารางที่ 119. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทตัดกราม .....	122
ตารางที่ 120. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนก.....	123
ตารางที่ 121. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line .....	124
ตารางที่ 122. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ .....	125
ตารางที่ 123. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม .....	126
ตารางที่ 124. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า .....	127
ตารางที่ 125. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม .....	128
ตารางที่ 126. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม .....	129

ตารางที่ 127. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	130
ตารางที่ 128. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	131
ตารางที่ 129. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม.....	132
ตารางที่ 130. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับทิวร์ศัลยกรรมเกาหลีที่ ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม .....	133
ตารางที่ 131. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ ในการทำศัลยกรรม .....	134
ตารางที่ 132. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม .....	135
ตารางที่ 133. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม ในแต่ละครั้ง .....	136
ตารางที่ 134. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรม .....	137
ตารางที่ 135. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก ....	138
ตารางที่ 136. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง .....	139
ตารางที่ 137. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น.....	140
ตารางที่ 138. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภททำปาก .....	141
ตารางที่ 139. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทดึงหน้า .....	142
ตารางที่ 140. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทตัดกราม .....	143
ตารางที่ 141. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัด โหนก.....	144
ตารางที่ 142. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line .....	145

ตารางที่ 143. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ .....146

ตารางที่ 144. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบน  
ใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม .....147

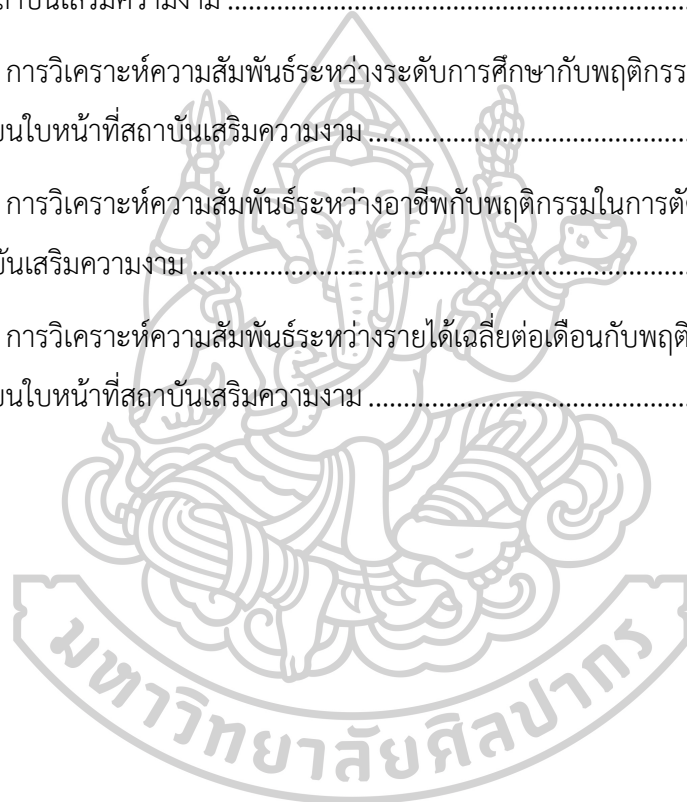
ตารางที่ 145. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบน  
ใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม .....149

ตารางที่ 146. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรม  
บนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม .....151

ตารางที่ 147. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมในการตัดสินใจ  
ทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม .....153

ตารางที่ 148. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบน  
ใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม .....155

ตารางที่ 149. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมในการตัดสินใจ  
ทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม .....157



## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1. 70's Model และ โมเดล 6W's.....19



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเสริมความสวยความงามของคนในยุคนี้ทำได้ง่ายขึ้น คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันก็นิยมหันมาสนใจในเรื่องการทำศัลยกรรมมากยิ่งขึ้นเนื่องจากมีการให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมอย่างแพร่หลายจึงทำให้คนส่วนใหญ่หันมาทำศัลยกรรมกันมากขึ้นเพื่อช่วยให้ตัวเองดูสวยและดูดีขึ้น

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยนานาชาติ (2557) เผยไทยติดอันดับ 21 ประเทศที่มีการทำศัลยกรรมมากที่สุดในโลก โดยศัลยกรรมเปลือกตมาเป็นอันดับหนึ่ง เหตุคนไทยฮิตทำตาสองชั้นเหมือนเกาหลีสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยนานาชาติ (International Society of Aesthetic Plastic Surgery หรือ ISAPS) ได้เปิดเผยรายงานศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยระดับโลกสำหรับปี 2559 เมื่อวันที่ 27 มิ.ย. พบการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยทั่วโลกเพิ่มขึ้น 9% เมื่อเทียบกับปีก่อน

ทั้งนี้ ประเทศที่ติด 5 อันดับแรกได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยจำนวน 4.22 ล้านครั้ง ตามด้วยบราซิล 2.52 ล้านครั้ง ญี่ปุ่น 1.14 ล้านครั้ง อิตาลี 9.58 แสนครั้ง และเม็กซิโก 9.23 แสนครั้ง เมื่อรวมกันทั้ง 5 ประเทศมีส่วนถึง 41.4% ของการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยทั่วโลกสำหรับประเทศไทยติดอันดับที่ 21 โดยมีการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยกว่า 1.12 แสนครั้ง โดยประเภทที่มีการทำศัลยกรรมมากที่สุดคือ เปลือกตา ตามมาด้วยการเสริมหน้าอก และการเสริมจมูก

นอกจากนี้รายงาน ISAPS ยังระบุว่า ประเทศไทยมีส่วนส่วนชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาทำศัลยกรรมสูงมากเป็นอันดับต้นๆของโลก คือ 47.2% ของการทำศัลยกรรมความงามในประเทศ โดย นพ.กมล กล่าวไว้ว่า ข้อมูลนี้มีความเป็นไปได้ เพราะกลุ่มตัวอย่างแพทย์ไทยที่ส่งข้อมูลไปเป็นแพทย์ที่ทำผ่าตัดใน รพ. ในสัดส่วนที่สูงกว่าคลินิก ในการสำรวจต่อไปถ้าแพทย์ที่ทำคลินิกส่งข้อมูลมากขึ้น สัดส่วนนี้อาจลดลงได้ แต่อย่างไรก็ดีจะเห็นได้ว่า รพ.เอกชนของไทยมีการให้บริการคนใช้ต่างชาติที่สูงจริง

ในการทำศัลยกรรมในปัจจุบันในบางกรณียังมีราคาไม่แพงมาก ทำให้ผู้ที่มีรายได้ไม่สูงมากสามารถทำศัลยกรรมได้ ถึงแม้ว่าในสมัยนี้จะมีการทำศัลยกรรมอย่างแพร่หลาย แต่ก็ยังมีคนจำนวนมากที่ยังไม่ยอมรับกับการทำศัลยกรรม เห็นได้จากพาดข่าวตามหนังสือพิมพ์บันเทิง ที่มีข่าวเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม ซึ่งจะมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์มากมายทั้งในแง่บวกและแง่ลบ เนื่องจากเห็นว่าความสวยงามที่เกิดจากธรรมชาติเป็นความงามที่เป็นของจริง และยังคงแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจความพอใจในสิ่งที่ตนเองมีอีกด้วย นอกจากนี้ในอีกหลาย ๆ คน ยังมีความคิดเห็นว่าการทำศัลยกรรมเป็นเรื่องที่น่ากลัว ต้องเจ็บตัวถึงจะได้ความงามตามที่ต้องการ และยังคงเสี่ยงต่อผลข้างเคียงของการรักษา หรือในบางกรณีต้องเจ็บตัวหลายครั้ง ยกตัวอย่างเช่น ในการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกด้วยซิลิโคน เมื่อถึงกำหนดเวลาหมดอายุการใช้งานของซิลิโคน จะต้องทำการผ่าซิลิโคนอันเก่าออกและนำซิลิโคนอันใหม่ใส่กลับเข้าไป

ในบางคนมีความเชื่อว่า การศัลยกรรมเพื่อความงาม สาเหตุการทำหลักคือความไม่พอใจในรูปลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ จึงต้องมีการเติมแต่งปรับปรุงเป็นเรื่องธรรมดา แต่ถ้าผ่าตัดการปรับปรุงแล้วนั้น ผู้ทำก็ยอมเห็นถึงการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลง แต่หากเกิดความไม่พอใจหรือผ่าตัดจนเคยชินขึ้นมา ก็ยอมเกิดเป็นการเสพติดและอาจเกิดเป็นอาการทางจิต และท้ายที่สุดการผ่าตัดเพื่อความงามนั้นก็กลายเป็นความน่ากลัวแทน

ในการทำศัลยกรรมย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อดีคือ ทำให้มีรูปลักษณ์ที่ตีมีความเชื่อมั่นใจและมั่นใจในหน้าตามากขึ้น ข้อเสีย คือ อาจมีภาวะแทรกซ้อนก่อน ขณะทำและหลังทำศัลยกรรมบางคนคาดคิดหวังกับผลที่จะได้รับจากการทำศัลยกรรมทำให้บางคนเกิดการเสพติดศัลยกรรม

การทำศัลยกรรมเป็นการเสริมความงามและสร้างความมั่นใจ ดังนั้นก่อนการทำศัลยกรรมทุกรูปแบบ ผู้ที่จะทำการปรึกษาศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่น่าเชื่อถือและทำตามคำแนะนำข้อควรปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ได้ผลที่ออกมาเป็นที่น่าพอใจและปลอดภัยมากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้งควรมีความรอบคอบและคำนึงถึงความจำเป็นและที่สำคัญที่สุดคือ การพอใจในสิ่งที่ตนเองมีและความเชื่อมั่นในตนเองจะได้ไม่ต้องเจ็บตัวและไม่เสียเงินในการทำศัลยกรรม

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ประกอบธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อทราบถึงพฤติกรรมและใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม และสามารถก้าวสู่ผู้นำในตลาดต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าของลูกค้าที่ใช้บริการสถาบันเสริมความงามแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

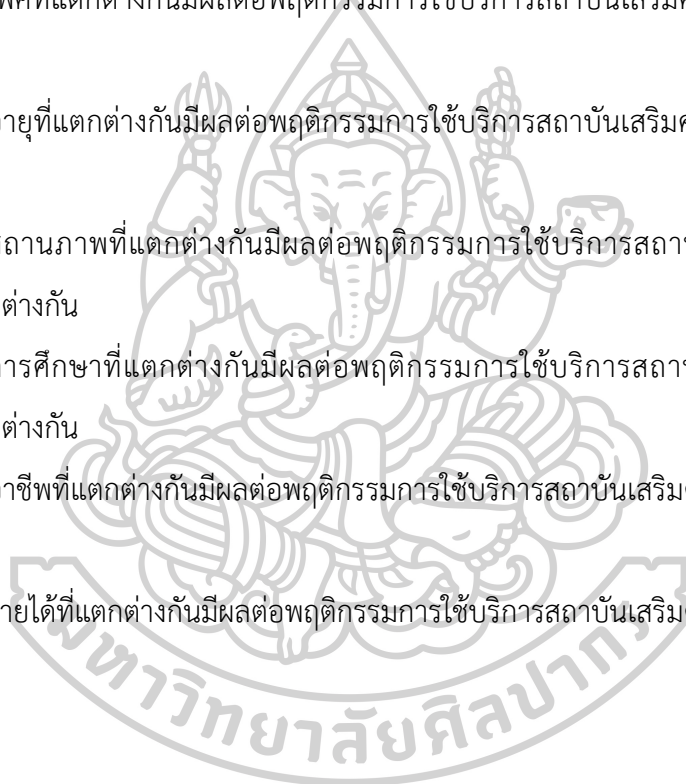
1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.4 การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

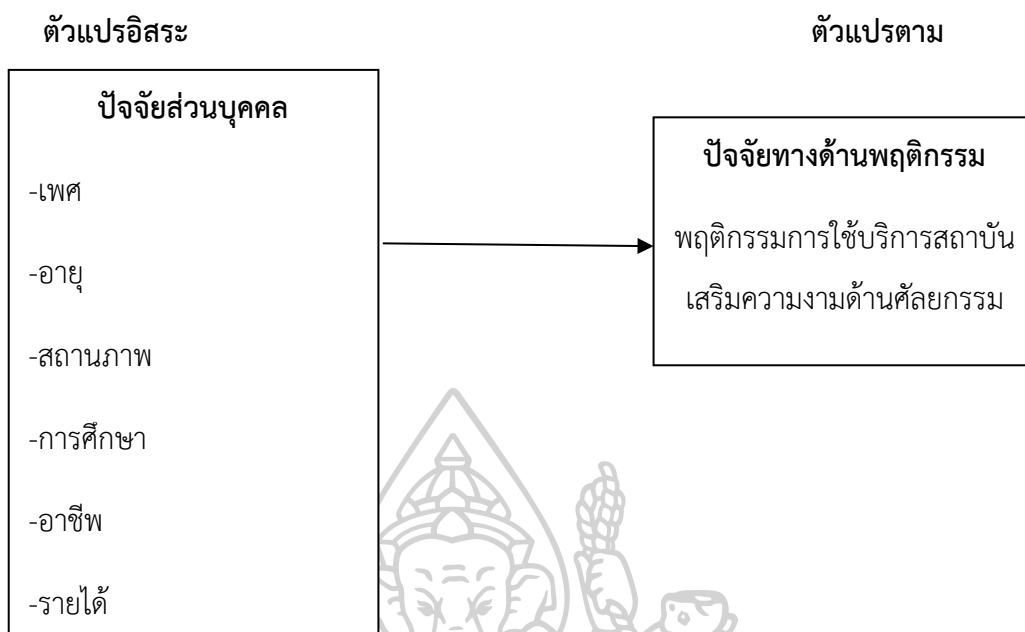
1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.6 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน





#### 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมแต่ละประเภทในการใช้บริการสถาบันเสริมความงามเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาการบริการให้ตรงกับลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการในสถาบันเสริมความงาม
2. ทำให้ทราบถึงความสำคัญของพฤติกรรมที่มีผลต่อผู้รับบริการในการเลือกใช้บริการสถาบันเสริมความงาม เพื่อประโยชน์สำหรับผู้บริหารสถาบันเสริมความงาม สามารถวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง นำไปปรับปรุงแก้ไขบริการประเภทต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
3. ทำให้มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อนำ ไปใช้ต่อยอดงานวิจัยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

#### 1.6 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม โดยมีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยกำหนดให้ค่าความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน และ

ได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 16 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 คน ให้เป็นผู้บริโภครที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

2. ขอบเขตด้านตัวแปร : ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา : ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการสำรวจ คือ ตั้งแต่ เดือนมีนาคม 2561 ถึง เดือนพฤษภาคม 2561

### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ศัลยกรรม หมายถึง การทำผ่าตัดเสริมสร้าง และแก้ไขความผิดปกติ ทั้งรูปร่างและการทำงาน ให้กลับเป็นปกติ หรือให้ใกล้เคียงกับความเป็นปกติให้มากที่สุดที่จะทำได้

ศัลยกรรมตกแต่ง หมายถึง การผ่าตัดโดยเน้นเฉพาะการผ่าตัดที่เกี่ยวข้องกับรูปร่างที่จะปรากฏให้เห็นภายนอกร่างกายให้ดูปกติ และมีการทำงานที่ดี

ศัลยกรรมเสริมความงาม หมายถึง การผ่าตัดเพื่อความสวยงามในคนที่ปกติให้ดูดีขึ้น

สถาบันเสริมความงาม หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการเกี่ยวกับการดูแล รักษา พื้นผิวหน้าผิวกาย และเส้นผมให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีแบบแผนการรักษาที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล รวมทั้งตกแต่งใบหน้าให้สวยงามด้วยนวัตกรรมใหม่ โดยอยู่ในรูปแบบของผู้เชี่ยวชาญ

ค่านิยม คือ สิ่งที่ยอมรับ หรือสิ่งพึงพอใจ ถือเป็นกระแสของความเชื่อ ที่ทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกตัดสินใจทำศัลยกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของผู้ใช้บริการสถาบันเสริมความงามที่เกิดจากลักษณะพฤติกรรมแต่ละประเภท เป็นการกระทำที่แสดงออกทางความคิดและความรู้สึกของแต่ละบุคคลเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ พฤติกรรมดังกล่าวในที่นี้คือ เหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ, ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ, ความถี่ในการเข้าใช้บริการ, แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ, และงบประมาณสำหรับการเข้ารับบริการต่อครั้ง

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการศัลยกรรม
- 2.2 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการศัลยกรรม
- 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการศัลยกรรมเสริมความงาม

การทำศัลยกรรมในยุคแรกๆ เป็นการตกแต่งบาดแผลและการปลูกถ่ายเนื้อเยื่อเท่านั้น ต่อมาในช่วงปลายศตวรรษที่ 18 เกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 โลกต้องประสบกับการสูญเสียครั้งใหญ่ แพทย์ฝีมือดีทั่วยุโรปได้ถูกทำหายฝีมือจากคนไข้ที่گرامหักบิดเบี้ยว ผิดรูปจมูกหลุด หรือใบหูถูกฉีกออก และแผลฉกรรจ์ต่างๆ จากภาวะสงคราม ในยุคนี้วิธีการทำศัลยกรรมพลาสติกตกแต่งบาดแผลจึงพัฒนาถึงขีดสุด ถือได้ว่าสงครามเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาทางการแพทย์สาขาศัลยกรรมอย่างจริงจัง โดยประวัติศาสตร์ของการศัลยกรรมตกแต่งและเสริมสร้างในประเทศไทยไม่ได้มีการบันทึกไว้เป็นทางการว่าเริ่มเกิดขึ้นเมื่อใด อย่างไรก็ตาม การศัลยกรรมระยะแรกๆ เป็นศัลยกรรมที่จำเป็นต้องทำอย่างเร่งด่วนเพื่อช่วยชีวิต เช่น การห้ามเลือดให้หยุด การตัดแขนตัดขา ในผู้ป่วยที่บาดเจ็บ แต่พอจะอธิบายได้ดังนี้

ในปี ค.ศ. 1912 นายแพทย์โนเบล (Noble) ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าแผนกศัลยศาสตร์โรงพยาบาลศิริราช เป็นผู้ทรงริเริ่มทางด้านศัลยกรรมตกแต่งในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ

ในปี พ.ศ. 2505 เริ่มมีการยอมรับเป็นทางการถึงการมีแพทย์เฉพาะทาง เริ่มด้วยคณะกรรมการควบคุมการประกอบโรคศิลป์ ตั้งแต่อนุกรรมการควบคุมการประกอบโรคศิลป์ในสาขาใหญ่ๆ เช่น ศัลยศาสตร์ อายุรศาสตร์ อนุกรรมการนี้มีหน้าที่พิจารณาความรู้ ความชำนาญของแพทย์ที่ประสงค์จะขอขึ้นทะเบียนเป็นแพทย์เฉพาะทาง ต่อมาจึงมีการจำแนกแขนงย่อยๆ ลงไปอีก

ในปี พ.ศ. 2507 ศาสตราจารย์นายแพทย์ ลี้ม คุณวิศาล ได้รับการแต่งตั้งเป็นอนุกรรมการใน  
 แขนงศัลยศาสตร์ตกแต่ง และในการได้รับการตกแต่งเป็นอนุกรรมการนี้ได้รับสิทธิ์ที่จะขึ้นทะเบียน  
 เป็นแพทย์เฉพาะทางโดยไม่ต้องสอบ เพื่อจะได้เป็นกรรมการผู้ที่จะมาสมัครสอบเป็นแพทย์เฉพาะทาง  
 ในสาขานั้นๆ และขึ้นทะเบียนเป็นศัลยศาสตร์ตกแต่งคนแรกของประเทศ

ในปี พ.ศ. 2510 นายแพทย์วสันต์ จงเจษฎ์ ได้ผ่านการสอบและขึ้นทะเบียนเป็นศัลยแพทย์  
 ตกแต่งเป็นคนที่สองจากนั้นไม่มีผู้สอบอีกจนกระทั่งมีการเปลี่ยนแปลงระบบมาเป็น หัวหน้าของแพทย์  
 สภาที่จะพิจารณาเรื่องนี้ จึงเป็นอันว่าแพทย์เฉพาะทางในสาขาศัลยศาสตร์ตกแต่งขึ้นทะเบียนกับ  
 คณะอนุกรรมการควบคุมการประกอบโรคศิลป์มีเพียงสองคนเท่านั้น และต่อมาในปี พ.ศ. 2512 เริ่ม  
 จากนายแพทย์วิจิตร บุญยะโทตระ เดินทางฝึกอบรมในต่างประเทศและศัลยแพทย์ที่จบการศึกษา  
 กลับมาในแต่ละปีมีจำนวนน้อย ศัลยแพทย์แต่ละท่านที่กลับมาส่วนใหญ่จะเปิดคลินิกศัลยกรรม  
 ตกแต่งเป็นของตนเอง และการทำศัลยกรรมเสริมความงามตามคลินิกที่เปิดให้บริการมีอยู่จำนวนไม่  
 มากในสมัยนั้น คำว่า “ศัลยกรรมตกแต่ง” (Plastic Surgery) ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคำว่าพลาสติก  
 ในแง่ของวัสดุเทียมที่ทำจากน้ำมันแต่อย่างใด แต่คำว่า พลาสติก เป็นศัพท์ที่เพี้ยนมาจากภาษาละติน  
 คำว่า “Plastikos” ซึ่งแปลว่า การขึ้นรูป หรือการหล่อ มีความหมายโดยในแง่ว่า การทำศัลยกรรม  
 พลาสติกคือการขึ้นรูปใบหน้า หรืออวัยวะที่ต้องการทำศัลยกรรมตกแต่งใหม่ เพื่อให้มีความสวยงาม  
 และสมบูรณ์แบบมากขึ้น ดังนั้นคำว่าศัลยกรรมพลาสติก จึงไม่ได้มีความหมายในแง่ของเทียม แต่มี  
 ความหมายในแง่ของช่างศิลป์เสียมากกว่า

### รูปแบบของการทำศัลยกรรมตกแต่ง

ศัลยกรรมตกแต่ง หมายถึง การผ่าตัดที่เกี่ยวข้องกับรูปร่างที่จะปรากฏให้เห็นภายนอก  
 ร่างกายให้ดูปกติ (Form) และมีการทำงานที่ดี (Function) โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 2 ส่วน  
 คือ

1. ศัลยศาสตร์เสริมสร้าง หมายถึง การผ่าตัดที่เกี่ยวข้องกับรูปร่างหรือความพิการที่มีมาแต่  
 กำเนิด หรือเกิดขึ้นภายหลังจากอุบัติเหตุ เช่น การผ่าตัดแก้ไขปากแหว่งเพดานโหว่ การผ่าตัดเนื้องอก  
 ในบริเวณศีรษะและคอ ศัลยกรรมอุบัติเหตุทั่วใบหน้า ศัลยกรรมทางมืออุบัติเหตุจากความร้อน  
 รวมทั้งความพิการที่ตามมา
2. ศัลยกรรมเสริมสวยหรือศัลยกรรมเสริมความงาม หมายถึง การผ่าตัดหรือการทำหัตถการ  
 ใดๆ ของแพทย์ต่อบุคคลที่มีความปกติ ให้เกิดความสวยงามของใบหน้า ผิวพรรณตลอดจนสัดส่วนของ

ร่างกายที่ดีขึ้น มากขึ้นกว่าเดิม และเป็นที่ยังพอใจต่อบุคคลนั้น ทั้งนี้รวมทั้งการผ่าตัดแปลงเพศ จากเพศชายเป็นเพศหญิง และจากเพศหญิงเป็นเพศชายด้วย และยังรวมถึงการใช้ยาฉีดโบท็อกซ์และการใช้เลเซอร์ด้วยที่จัดว่าเป็นการทำศัลยกรรมความงามสมัยใหม่ที่ไม่ต้องมีการผ่าตัดเกิดขึ้นด้วย (สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย 2555)

แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านศัลยกรรมตกแต่ง โดยนายแพทย์ ฉันทัส กลกิจโกวินท์ (อ้างถึงในสมคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย, 2557) กล่าวว่า การทำศัลยกรรมตกแต่งนั้น อาจจะมีหมายถึง การผ่าตัด หรือการทำศัลยกรรมโดยใช้แสงเลเซอร์ หรือการฉีดยาก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น การใช้ยาฉีด โบท็อก (โบโตนัม ท็อกซินเอ) ฉีดเข้าไปในกล้ามเนื้อ เพื่อคลายการหดตัวของกล้ามเนื้อด้านบน แทนการผ่าตัดดึงหน้า ก็ถือว่าเป็นการศัลยกรรมอย่างหนึ่งเช่นกัน คือ การศัลยกรรมรุ่นใหม่ ๆ นั้น มีทางเลือกที่มากกว่าศัลยกรรมรุ่นเก่านั้นเอง และ นายแพทย์ ฉันทัส กลกิจโกวินท์ ยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การทำศัลยกรรมทุกชนิดมีความเสี่ยงและความน่ากลัวเหมือนกันหมด ควรจะปรึกษาแพทย์ให้ดีกว่า ก่อน เลือกแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ คุยกับแพทย์หลายๆรอบก่อนการตัดสินใจ ศึกษาหาความรู้ให้มากๆแล้วการทำศัลยกรรมก็จะไม่น่ากลัว

การทำศัลยกรรมหลักๆ ที่เป็นที่ยอมรับของประเทศไทยและเป็นการศัลยกรรมตกแต่งที่ธุรกิจศัลยกรรมตกแต่งหรือสถานที่ประกอบการตกแต่งส่วนใหญ่จะมีการทำกันคือ

#### **ศัลยกรรมตา**

การทำศัลยกรรมตานี้มีตั้งแต่การลบรี้วรอยรอบดวงตา แก้มหางตาตก เปลือกตาบนหย่อนคล้อย ตัดถุงไขมันใต้ตา รวมไปถึงการทำตาสองชั้น สำหรับการทำศัลยกรรมที่เป็นที่ยอมรับอย่างมากในบ้านเราได้แก่ การทำตาสองชั้นหรือตัดถุงไขมันใต้ตา

#### **ศัลยกรรมจมูก**

การทำศัลยกรรมจมูก แบ่งออกเป็นกรใส่ซิลิโคนเสริมตั้งในคนไข้ที่มีรูปจมูกไม่สวยและการตัดปีกจมูกในคนไข้รายที่มีปีกจมูกกว้างทำให้รูปจมูกโดยรวมใหญ่เหมาะสมกับใบหน้า

#### **ศัลยกรรมทรวงอก**

การทำศัลยกรรมทรวงอกนั้น ไม่ได้หมายถึงแค่การทำให้หน้าอกอวบอ้อมมากขึ้นกว่าเดิมเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการผ่าตัดแก้มหน้าอกหย่อนคล้อย และการผ่าตัดลดขนาดหน้าอกอีกด้วย แต่ในเมืองไทย การทำศัลยกรรมหน้าอกเป็นที่แพร่หลายในแง่ของการทำให้หน้าอกอวบอ้อมกว่าเดิมมากที่สุด การทำให้หน้าอกอวบอ้อมขึ้นหรือการผ่าตัดขยายหน้าอก คือ การผ่าตัดใส่ถุงซิลิโคนเข้าไปได้

กล้ามเนื้อหน้าอก เพื่อให้หน้าอกมีขนาดอวบอ้อมมากขึ้น และช่วยแก้ปัญหาหน้าอกหย่อนคล้อยไม่กระชับจากการลดน้ำหนักมากเกินไปด้วย

### การดูดไขมัน

การดูดไขมันเป็นการนำไขมันส่วนเกินบริเวณสะโพก ต้นขาหรือหน้าท้องออกไปในปริมาณที่เหมาะสม โดยใช้ท่อสอดเข้าไปบริเวณใต้ชั้นไขมันและดูดออกไป การดูดไขมันมีข้อพึงระวัง คือ ผิวหนังคนไข้จะต้องมีความยืดหยุ่นค่อนข้างดี เนื่องจากผิวหนังอาจจะหย่อนคล้อยลงได้หลังดูดไขมันส่วนเกินออกไปแล้ว ไขมันที่ดูดออกไป คือ ไขมันส่วนเกินที่ไม่สามารถทำให้หายได้ด้วยการอดอาหารและการออกกำลังกาย ดังนั้น การดูดไขมันจึงไม่ใช่วิธีลดในการลดความอ้วน แพทย์มักจะแนะนำให้คนไข้ลดน้ำหนักจนได้น้ำหนักที่พอใจก่อน จึงค่อยกลับมาดูดไขมันเฉพาะส่วนเพื่อผลลัพธ์ที่สูงที่สุด

### ศัลยกรรมดึงหน้า

คำว่า ศัลยกรรมดึงหน้าอาจฟังดูน่ากลัวไปสักหน่อย เนื่องจากการทำศัลยกรรมที่มีวิธีการซับซ้อน และต้องกระทำโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและมีความชำนาญสูง แพทย์จะผ่าตัดใต้คางและแนวโหนกแกวหน้าผาก และดึงเนื้อส่วนที่เหี่ยวขึ้นขึ้นไปเก็บไว้ใต้รอยแผลนั้น และต้องพันหน้าเพื่อพักฟื้นประมาณ 1 เดือน ซึ่งในปัจจุบัน นวัตกรรมการดึงหน้าพัฒนามากขึ้น รอยแผลจากการดึงหน้าจะถูกนำไปซ่อนไว้หลังใบหู ซึ่งเป็นเพียงรอยกริดเล็กๆ เท่านั้น นอกจากนี้คนไข้ยังไม่ต้องพันหน้า แต่อาจจะมรออาการบวมอยู่ประมาณสองถึงสามวัน ซึ่งสามารถบรรเทาอาการได้ด้วยการประคบร้อนและเย็น

### วัสดุที่ใช้การทำศัลยกรรมตกแต่ง

วัสดุเทียมที่ใช้ในการทำศัลยกรรมตกแต่ง คือ ซิลิโคน ซึ่งเป็นสารเคมีชนิดหนึ่ง ทำมาจากทราย (ซิลิกา) ที่ใช้ในทางการแพทย์ แบ่งเป็น 4 ประเภทได้แก่

- 1.ซิลิโคนเหลว ในทางการแพทย์ไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากซิลิโคนชนิดนี้ เมื่อใช้มากๆจะไปกองอยู่ในส่วนที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย ทำให้เกิดการอักเสบ
- 2.ซิลิโคนแผ่น ใช้ทำท่อน้ำเกลือหรือใช้หุ้มเครื่องกระตุ้นหัวใจ
- 3.ซิลิโคนแท่ง ใช้เสริมจมูกให้ได้รูปแบบทรงตามที่ต้องการใช้ทำข้อเทียม
- 4.ซิลิโคนแบบคล้ายฟองน้ำ มักใช้กับอวัยวะที่อ่อนนุ่ม เช่น ใบหน้า

สำหรับโอกาสในการติดเชื้อและเกิดโรคแทรกซ้อนหลังการผ่าตัดจากการใช้ซิลิโคนเกิดขึ้นได้น้อยมาก หากทำในสถานพยาบาลที่ถูกต้องตามกฎหมายโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญจะมีความปลอดภัยสูง เนื่องจากแพทย์จะแนะนำให้ทำในขนาดพอดี อย่างเช่น กรณีการทำศัลยกรรมจมูกและหน้าอก หาก

ทำให้ใหญ่เกินไปจะเกิดพังผืดขยายและหดตัวบริเวณที่ทำให้ศัลยกรรม เช่น จมูก หากทำสูงเกินไป ผิวหนังอาจเกิดการยึดของพังผืดไม่ได้ ซิลิโคนที่ใส่อาจจะทะลุออกมานอกผิวหนังได้

นอกจากนี้ยังมีการทำศัลยกรรมความงามสมัยใหม่ด้วยที่กำลังเป็นที่นิยมก็คือ การศัลยกรรมด้วยเลเซอร์ ซึ่งในเรื่องของการศัลยกรรมตกแต่งปัจจุบันกำลังมีการทดลองนำแสงเลเซอร์มาใช้กันอย่างกว้างขวางตั้งแต่ศัลยกรรมง่ายๆ คือ การลบไฝ ปาน และรอยสักไปจนถึงการทำศัลยกรรมพลาสติกสำหรับเรื่องของการใช้แสงเลเซอร์ลบไฝ ปานและรอยสักและไฟหลักการใหญ่ คือ เมื่อแสงเลเซอร์ถูกฉายลงสู่ผิวหนังของร่างกาย บริเวณเป็น ไฝ ปาน และรอยสัก เซลล์ของไฝ ปาน และรอยสักซึ่งมีสีคล้ำกว่าเซลล์ปกติของผิวหนังจะดูดกลืนแสงเลเซอร์ได้มากกว่าเซลล์ธรรมดาและจึงถูกทำลายลบลหายไป ส่วนเรื่องของการใช้แสงเลเซอร์ในการศัลยกรรมพลาสติกแสงเลเซอร์ทำให้ศัลยกรรมเสริมสวยนี้ ทำกันได้ง่ายขึ้นเรื่อยๆ มีเลือดออกน้อย ช่วยหยุดเลือดได้และรวดเร็วขึ้นที่ทำกันอยู่ในปัจจุบันก็มีอย่างมากมาย ทั้งเรื่องของการดึงหน้า การดึงหน้าอกให้เต่งตึงการผ่าตัดลดไขมันหน้าท้องสำหรับคนที่อ้วนมากๆ และยังรวมไปถึงการใช้เลเซอร์ลดริ้วรอยหรือรอยแผลเป็นจากสิว การกำจัดขน และการใช้เลเซอร์เพื่อทำให้หน้าใสอีกด้วย สำหรับการฉีด สำหรับการฉีดโบ ที่ออกซ์ด้วยซึ่งนับว่าเป็นการศัลยกรรม โดยสามารถใช้ร่วมกับเลเซอร์และคอลลาเจนได้ ซึ่งได้ผลดีกว่าการใช้เลเซอร์เพียงอย่างเดียว คือ ใช้กรรมวิธีเมโซลิฟติง (Meso Lifting) ร่วมกับการฉีดโบที่ออกซ์นั่นเอง เพราะการฉีดโบที่ออกซ์จะทำให้กล้ามเนื้อคลายตัวและทำงานน้อยลง จึงมีการนำมาใช้แก้ไขรูปหน้าให้ดูสวยและอ่อนเยาว์ขึ้น (สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย 2555)

## 2.2 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการศัลยกรรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลและส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามในประเทศไทย

### 2.2.1 หน่วยงานกำกับดูแลและมาตรการกำกับดูแล

หน่วยงานกำกับดูแลและมาตรการการกำกับดูแลเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลธุรกิจบริการศัลยกรรม ได้แก่ แพทย์สภาซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม โดยการควบคุมการประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมให้ถูกต้องตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพเวชกรรม ส่งเสริมการศึกษา การวิจัยและการประกอบวิชาชีพเวชกรรมในทางการแพทย์ส่งเสริมความสามัคคีและผดุงเกียรติของสมาชิก ช่วยเหลือแนะนำเผยแพร่และให้การศึกษแก่ประชาชนและองค์กรอื่นในเรื่องที่เกี่ยวกับการแพทย์และการสาธารณสุขให้ข้อเสนอแนะ

ต่อรัฐบาลเกี่ยวกับปัญหาการแพทย์และการสาธารณสุขเป็นตัวแทนของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมในประเทศไทย นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งซึ่งมีหน้าที่สำคัญ ได้แก่ การดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ กฎหมายสถานพยาบาลและกฎหมายอื่นๆ การคุ้มครองผู้บริโภค การพัฒนากำหนดมาตรฐานและจรรยาบรรณการประกอบโรคศิลปะการกำหนดพัฒนามาตรฐานและประเมินมาตรฐานด้านอาคารสถานที่ของสถานบริการสุขภาพและสถาปัตยกรรมสาธารณสุขและปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย เป็นต้น

## 2.2.2 หน่วยงานส่งเสริมพัฒนาและโครงการหรือกิจกรรมการส่งเสริมพัฒนาที่ผ่านมา

หน่วยงานเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจและตัวอย่างโครงการหรือกิจกรรมการส่งเสริมพัฒนาที่ผ่านมา ได้แก่

- สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยแห่งประเทศไทยร่วมกับราชวิทยาลัย โสต คอ นาสิก แพทย์แห่งประเทศไทย จัดโครงการศัลยกรรมเคลื่อนที่เป็นการจัดทีมแพทย์ออกไปให้บริการศัลยกรรมความงามเพื่อแก้ไขจุดบกพร่อง ทั้งจากทางกายภาพและอุบัติเหตุ รวมทั้งรักษาโรคอันเกิดจากความชรา โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ เพื่อขยายโอกาสในการทำศัลยกรรมที่ทันสมัย และได้มาตรฐานไปสู่ประชาชนในจังหวัดต่างๆ ที่ต้องการทำศัลยกรรมโดยไม่ต้องเดินทางเข้ามาถึงในกรุงเทพฯ ขณะเดียวกันยังเป็นห้องเรียนเคลื่อนที่ให้กับแพทย์รุ่นใหม่ๆ ได้เพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ โดยมีอาจารย์แพทย์เป็นผู้สอน ขณะเดียวกันนักศึกษาแพทย์ที่กำลังเรียนอยู่ก็มีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้ไปด้วย เนื่องจากปัจจุบันคนที่จะยอมเป็นกรณีศึกษาให้แพทย์รุ่นใหม่ ได้เข้ามาเรียนรู้น้อยมาก ทำให้แพทย์รุ่นใหม่ขาดโอกาสในการฝึกปรือฝีมือจนชำนาญ

- สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยแห่งประเทศไทยจัดการประชุมวิชาการด้านศัลยกรรมตกแต่งขึ้นทุกปี ซึ่งถือเป็นประโยชน์สำหรับศัลยแพทย์ในการพัฒนาความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการออกร้านแสดงเทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆ โดยบริษัทชั้นนำกว่า 30 บริษัท เช่น จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน 3 เอ็ม นีโอฟาร์ม เป็นต้น

- สมาคมศัลยกรรมและเวชศาสตร์เพื่อการเสริมสวยประเทศไทยร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสมาคมท่องเที่ยวอเมริกาแห่งประเทศไทย (แอดต้า) จัดโครงการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและบุคลิกภาพเพื่อรุกตลาดสุขภาพและความงามในกลุ่มสตรีเกาหลี ให้เข้ามาใช้บริการ



ด้านสุขภาพ โดยเฉพาะด้านศัลยกรรมความงามในประเทศไทยมากขึ้น ทั้งนี้ได้จัดงานพบปะเจรจาธุรกิจแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้วิชาการด้านศัลยกรรมตกแต่งกับบริษัทนำเที่ยวในเกาหลีใต้ โดยการจัดงานดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดึงดูดนักท่องเที่ยวเกาหลีที่มีคุณภาพเข้ามาใช้บริการ สืบเนื่องมาจากที่ผ่านมาพบว่าประเทศเกาหลีได้ส่งเสริมให้มีการใช้บริการศัลยกรรมความงามในประเทศ ตน ทำให้คนเกาหลีที่เข้ามาทำศัลยกรรมในประเทศไทยลดลง

### 2.2.3 โครงสร้างของธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม

#### ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

ผู้ให้บริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามในประเทศไทยประกอบไปด้วยสถานพยาบาลประเภทต่างๆ ได้แก่ คลินิกศัลยกรรม ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆ คลินิกเวชกรรม และแผนกศัลยกรรมในโรงพยาบาลต่างๆ ทั้งนี้สถานประกอบการเหล่านี้ต้องขออนุญาตประกอบการกิจการกับกองประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขก่อน โดยบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามทั้งหมดถูกจำแนกอยู่ในกลุ่มเดียวกับคลินิกเวชกรรม แต่เมื่อพิจารณาตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ สามารถแจกแจงลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามได้ดังนี้

- คลินิกศัลยกรรม เป็นผู้ให้บริการด้านศัลยกรรมโดยตรง ได้แก่ การทำศัลยกรรมบริเวณใบหน้า เช่น การเสริมจมูก กรีดตา ดึงหน้า เป็นต้น การลด/เพิ่มขนาดหน้าอก การแปลงเพศ เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นคลินิกขนาดเล็กที่ให้บริการศัลยกรรมเฉพาะอย่างที่แพทย์ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้ให้บริการมีความชำนาญ

- ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆ เน้นการให้บริการด้านความงามเกี่ยวกับเรือนร่าง ผิวพรรณ ร่วมกับบริการศัลยกรรมความงามที่ไม่ยุ่งยากนัก เช่น การใช้เลเซอร์ คอลลาเจน และใช้เครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆ เหล่านี้มักอยู่ในกลุ่มกิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีหลายสาขาและส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า เช่น นิติพลคลินิก ราชเทวีคลินิก มารีย์ฟรานซ์ บอดีไลน์ ศูนย์ลดน้ำหนักมายด์แอนด์แคร์ เป็นต้น

- คลินิกเวชกรรม เน้นให้การเน้นให้การรักษาทั่วไปเป็นหลัก เช่น ฉีดยา ตรวจเลือด รักษาโรคทั่วไป อาจมีบริการศัลยกรรมง่ายๆ ที่เกี่ยวข้องกับผิวพรรณ เช่น การผลิตเซลล์ผิว การฉีดสารต่างๆ เข้าสู่ร่างกายเพื่อการเสริมสวย เป็นต้น ซึ่งการให้บริการศัลยกรรมไม่ใช่กิจกรรมหลัก แต่เป็นการให้บริการเสริมตามกระแสความนิยมของตลาดเท่านั้น

- แผนกศัลยกรรมในโรงพยาบาลต่างๆ ตั้งแผนกขึ้นมาเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้ใช้ บริการ เท่านั้น ไม่ใช่กิจกรรมหลักในการให้บริการ อย่างไรก็ตามโรงพยาบาลบางแห่งได้เน้นการให้ บริการ ด้านการผ่าตัดและศัลยกรรมเป็นหลัก โดยการเน้นการทำการตลาด เช่น โรงพยาบาลยันฮี โรค พยาบาลผิวหนังอโศก เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ

กลุ่มเป้าหมายสำหรับธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม สามารถจำแนก ได้เป็น

- คลินิกศัลยกรรม กลุ่มเป้าหมายมีทั้งลูกค้าภายในและต่างประเทศ สำหรับลูกค้าในประเทศ เป็นบุคคลทั่วไปในช่วงอายุระหว่าง 25-60 ปี ที่ต้องการทำศัลยกรรมความงาม โดยเพศหญิงนิยม ทำศัลยกรรม ทำตา 2 ชั้น ทำจมูก ศัลยกรรมใบหน้า ดึงหน้า ดูดไขมันที่หน้าท้อง ขาสะโพก เป็นต้น ส่วนเพศชาย นิยมทำศัลยกรรมปลูกผม ในขณะที่การแปลงเพศเริ่มได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นอย่าง รวดเร็ว ส่วนลูกค้าชาวต่างชาติ มีทั้งกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวพร้อมกับทำศัลยกรรม ง่ายๆ ที่ไม่ซับซ้อน และกลุ่มที่ตั้งใจเดินทางเข้ามาใช้บริการศัลยกรรมโดยเฉพาะ โดยศัลยกรรมที่ ชาวต่างชาตินิยมมากที่สุด คือ อันดับ 1 การผ่าตัดศัลยกรรมบนใบหน้า เช่น การทำตา กรีดตา ดึงหน้า ทำจมูก อันดับ 2 การผ่าตัดศัลยกรรมหน้าอก มีทั้งการเพิ่มขนาดและการลดขนาดให้เล็กลง อันดับ 3 การแปลงเพศ แต่ปัจจุบันพบว่ามียัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูง อันดับ 4 การทำ Body Controlling คือการผ่าตัดประเภทรูปร่าง เช่นการดูดไขมัน (สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย 2555)

- ศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม กลุ่มเป้าหมายมีทั้งลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศ โดย ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามต่างๆ ที่เน้นบริการด้านผิวพรรณ มักมีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทยทั้งวัยรุ่น และวัยทำงานที่มีความใส่ใจเกี่ยวกับความสวยความงาม ค่อนข้างเป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึง ระดับบน ส่วนศูนย์สุขภาพเพื่อความงามที่เน้นการดูแลเรื่องรูปร่าง มีทั้งกลุ่มลูกค้าคนไทยและต่างชาติ แต่สัดส่วนลูกค้าชาวไทยยังสูงกว่าลูกค้าต่างชาติ โดยเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายกับวัยทำงานที่มีความใส่ใจ เรื่องรูปร่างและสุขภาพ กลุ่มนี้มักมีรายได้ค่อนข้างสูง เนื่องจากค่าบริการดังกล่าวค่อนข้างสูงเช่นกัน ช่องทางและวิธีการการตลาด สามารถจำแนกได้ดังนี้

- คลินิกศัลยกรรม สำหรับลูกค้าภายในประเทศคลินิกศัลยกรรมเหล่านี้ไม่มีการทำตลาดมากนัก ส่วนใหญ่เน้นการให้บริการเฉพาะด้านที่ตนเองมีความชำนาญ ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจในฝีมือและเกิดการบอกต่อแนะนำลูกค้ารายอื่นแบบปากต่อปาก รวมทั้งการเข้าไป โพสต์ข้อมูลในเว็บบอร์ดต่างๆ เช่นเดียวกับลูกค้าต่างชาติที่มักเข้ามาเนื่องจากการแนะนำบอกต่อหรือ

การศึกษาหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ผู้ให้บริการมีการสร้างความร่วมมือกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อการประชาสัมพันธ์บริการให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ และแนะนำและชักจูงลูกค้าต่างชาติให้เข้ามาใช้บริการ เช่น การพาลูกค้ามาใช้บริการผ่านบริษัททัวร์เพื่อสุขภาพ การจัดโปรโมชั่นลดราคาร่วมกับโรงแรมที่พัก การแนะนำหรือส่งลูกค้าเข้ามาใช้บริการจากโรงพยาบาลต่างๆ ที่ไม่เน้นการให้บริการด้านศัลยกรรมและต้องการให้ลูกค้าของตนได้รับบริการศัลยกรรมจากแพทย์ผู้มีฝีมือ เป็นต้น

- ศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม ผู้ประกอบการในส่วนนี้ส่วนใหญ่เน้นการทำการตลาดในกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคนไทยผ่านสื่ออย่างแพร่หลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ เนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดกลางถึงใหญ่ที่มีงบประมาณด้านการตลาดค่อนข้างสูง โดยประเด็นสำคัญที่ใช้ในการสื่อแก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ความปลอดภัยในการให้บริการ เป็นต้น ทั้งนี้กิจการเหล่านี้จะคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของจุดให้บริการเป็นสำคัญ เช่น ต้องเป็นแหล่งชุมชนหรือต้องอยู่ในห้างสรรพสินค้าที่สะดวกต่อการใช้บริการ เป็นต้น แต่สำหรับลูกค้าต่างชาติไม่มีการทำการตลาดมากนักจะเน้นการให้ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์เป็นหลัก

#### 2.2.4 สถานภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม

สถานภาพการแข่งขันของธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามจากผู้ประกอบการต่างชาติ ประเทศไทยมีนโยบายในการปกป้องธุรกิจบริการด้านสุขภาพมาอย่างต่อเนื่อง โดยกฎหมายภายในประเทศได้กำหนดให้ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาถือหุ้นในกิจการด้านสุขภาพทั้งโรงพยาบาลและคลินิกต่างๆ ไม่เกิน 49% เท่านั้น โดยให้ถือเป็นธุรกิจบริการที่ให้คนไทยเป็นเจ้าของ และมีอำนาจในการบริหารจัดการ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัยของประชากรในประเทศโดยรวม แต่เนื่องจากสถานการณ์ความต้องการใช้บริการธุรกิจสุขภาพในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต่างชาติมีความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนธุรกิจนี้ในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากการเข้ามาซื้อหุ้นของโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อย่างแพร่หลาย นอกจากนี้การเจรจาในรอบต่างๆ ประเทศคู่เจรจาได้มีความพยายามในการเรียกร้องให้ไทยเปิดตลาดบริการสุขภาพให้มากกว่าในปัจจุบัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการเข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการศัลยกรรมในประเทศไทยพบว่า มีต่างชาติเข้ามาร่วมทุนกับกิจการในไทยจำนวน ร้อยละ 5.19 ของกิจการที่มีอยู่ทั้งหมด โดยชาติที่เข้ามาร่วมลงทุนในประเทศไทยมากที่สุดคือจีน และเกาหลีเพื่อมารองรับความ

ต้องการของลูกค้าเกาหลี เนื่องจากในอดีตชาวเกาหลีนิยมเข้ามาทำศัลยกรรมในไทยมีจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีนักลงทุนจากประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกาเนื่องจากลูกค้าในยุโรปและอเมริกาก็ถือเป็นกลุ่มต้นๆ ที่เข้ามาใช้บริการในประเทศไทยเช่นกัน จากสัดส่วนการเข้ามาร่วมลงทุนของต่างชาติ ทำให้เห็นว่าต่างชาติมีความสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจด้านศัลยกรรมในไทยค่อนข้างต่ำ โดยในจำนวนที่เข้ามาร่วมลงทุนนี้ มีสัดส่วนการถือหุ้นน้อยมาก ไม่ถึงร้อยละ 49 ตามที่กฎหมายของไทยกำหนด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่างๆ ภายในประเทศ เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับบุคลากรที่ให้บริการ ข้อจำกัดการโฆษณาและรายละเอียดปลีกย่อยในการดำเนินธุรกิจต่างๆ จากกระทรวงสาธารณสุข ด้านการแข่งขันในธุรกิจศัลยกรรมพบว่าในปัจจุบันได้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงภายในประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ให้บริการขนาดใหญ่ เช่น โรงพยาบาลและศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม โดยได้มีความพยายามในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ผู้ให้บริการคลินิกทั่วไปมักไม่เน้นการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุน แต่จะเน้นด้านคุณภาพในการให้บริการเพื่อให้เกิดการพูดต่อแบบปากต่อปากและชักชวนคนอื่นเข้ามาใช้บริการ สำหรับการแข่งขันในระดับนานาชาติส่วนใหญ่มีการแข่งขันกันระหว่างประเทศในภูมิภาค เช่น เกาหลี สิงคโปร์ ฮองกง และอินเดีย เป็นต้น โดยรูปแบบของการแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้า ได้แก่ การปกป้องลูกค้าภายในประเทศไม่ให้ออกไปใช้บริการประเทศอื่น การแย่งชิงลูกค้าจากประเทศคู่แข่งให้เข้ามาใช้บริการและการแย่งชิงลูกค้าจากประเทศตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ทั้งนี้ประเทศต่างๆ เหล่านี้ได้มีความพยายามในการดำเนินนโยบายสนับสนุนธุรกิจของประเทศของตน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจประเทศในยุควิกฤติเศรษฐกิจด้วย โดยเฉพาะเกาหลีที่พยายามแทรกซึมวัฒนธรรมชีวิตความเป็นอยู่ บุคลิกภาพในแบบเกาหลีผ่านสื่อต่างๆ จนกลายเป็นกระแสเกาหลีฟีเวอร์ไปทั่วภูมิภาค ทำให้มีการเดินทางไปทำศัลยกรรมในเกาหลีมากขึ้น ในขณะที่ลูกค้าเกาหลีที่เข้ามาทำศัลยกรรมในประเทศไทยลดลง

#### 2.2.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจบริการศัลยกรรมและศูนย์สุขภาพเพื่อความงามในประเทศไทย

##### จุดแข็ง/ความสามารถในการแข่งขัน

- ศัลยกรรมศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม มีจุดแข็งสำคัญ ได้แก่ บุคลากรและการตลาด โดยบุคลากรไทยมีระบบการผลิตบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ มีศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โดยในคลินิกขนาดเล็กแพทย์ผู้ให้บริการซึ่งเป็นเจ้าของกิจการและมักมีประสบการณ์ด้านนี้มาอย่างยาวนานก่อนมาเปิดให้บริการด้วยตนเอง เช่น เคยเป็นอาจารย์ผู้สอนด้านการแพทย์ เคยทำงานและเป็นที่ปรึกษาของโรง

เอกชน เป็นต้น ส่วนศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม ได้มีการพัฒนาบุคลากรอยู่เสมอ เช่น การส่ง คัลยแพทย์ไปอบรมหรือเรียนรู้งานในต่างประเทศ เป็นต้น สำหรับในด้านการตลาดนั้น ค่าบริการของ ผู้ให้บริการในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่เหมาะสมและต่ำกว่าในหลายประเทศ เนื่องจาก ค่าครองชีพในประเทศไทยค่อนข้างต่ำและเป็นการตั้งราคาที่เหมาะสมไม่เอาเปรียบลูกค้า

- ศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม มีจุดแข็งสำคัญคือมีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย โดยเฉพาะ ศูนย์สุขภาพเพื่อความงามที่ให้บริการแบบครบวงจร สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุม

ทั้งตลาดในและต่างประเทศ เช่น การขยายสาขาการให้บริการให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ การเข้า ร่วมงานแสดงสินค้าด้านสุขภาพ การร่วมมือกับบริษัททัวร์เพื่อสุขภาพในต่างประเทศ เป็นต้น

### จุดอ่อน

- คลินิกศัลยกรรมมีจุดอ่อนสำคัญ ได้แก่ ขาดแคลนบุคลากรและการบริหารจัดการโดยขาด แคลนบุคลากร จำนวนคัลยแพทย์ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้าน ศัลยกรรมไม่เกิน 300 ราย เท่านั้น ส่งผลกระทบต่อศูนย์สุขภาพเพื่อความงามที่ต้องการบุคลากร จำนวนมาก ทำให้กิจการเหล่านี้มีความจำเป็นต้องใช้แพทย์จบใหม่หรือแพทย์ทั่วไปที่ไม่ได้มีความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้บริการแทน สำหรับในด้านการบริหารจัดการนั้น กิจการคลินิกศัลยกรรม ขนาดเล็กส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีลักษณะเป็นคลินิกห้องแถวขนาดเล็ก บางแห่งไม่มี มาตรฐานในการบริหารจัดการเท่าที่ควร โดยเฉพาะมาตรฐานการให้บริการและการบริหารจัดการ องค์กร เนื่องจากเจ้าของกิจการไม่สนใจในการจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาธุรกิจให้มี มาตรฐาน

- ศูนย์สุขภาพเพื่อความงาม มีจุดอ่อนสำคัญคือปัญหาการขาดแคลนคัลยแพทย์ มีความ รุนแรงในกลุ่มของกิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่มีสาขาจำนวนมาก บางแห่งไม่สามารถจัดหา แพทย์ผู้มีความเชี่ยวชาญได้ ทั้งแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังและด้านศัลยกรรมศาสตร์ เนื่องจากแพทย์ เหล่านี้ส่วนใหญ่ทำงานในโรงพยาบาลขนาดใหญ่หรือออกมาดำเนินกิจการด้วยตนเองเป็นจำนวนมาก ทำให้ค่าจ้างแพทย์เหล่านี้ค่อนข้างสูง กิจการเหล่านี้มีความจำเป็นต้องใช้แพทย์จบใหม่หรือแพทย์ ทั่วไปที่ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้บริการแทน

### โอกาส

- ความต้องการทำศัลยกรรมของลูกค้ำชาวไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันการทำศัลยกรรมได้รับการยอมรับมากขึ้นในสังคมไทย โดยถูกมองว่าเป็นสิทธิ์ส่วนบุคคล และเป็นการทำเพื่อเสริมความงามและเสริมบุคลิกภาพประกอบกับดารานักแสดงในปัจจุบันก็นิยมทำศัลยกรรมเพื่อเพิ่มความสวยมากขึ้น

- การลดเพดานอายุของผู้ที่สามารถผ่าตัดแปลงเพศได้ โดยอนุญาตให้ผู้ที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป สามารถแปลงเพศได้โดยได้รับการยินยอมจากผู้ปกครอง แต่เดิมที่ต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไปเท่านั้น

- ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศด้านการให้บริการศัลยกรรม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาประเทศไทยได้รับการยอมรับอย่างมาก เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของศัลยแพทย์ กับค่าบริการต่ำกว่าในหลายๆประเทศอย่างมาก ทำให้ลูกค้ำในต่างประเทศเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

- ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ มากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มอบหมายให้ฝ่ายตลาดต่างประเทศ ไปเร่งดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้านการให้บริการศัลยกรรมความงามเสริมบุคลิกภาพเพื่อมาเป็นเว็บลิงค์อยู่ในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้ต่างชาติได้เข้ามาศึกษาในรายละเอียด นอกจากนี้ยังทำในเรื่องของกระบวนการที่ให้ข้อมูลด้านการรักษาพยาบาลและศัลยกรรมความงามของประเทศไทยได้ติดอยู่ในอันดับต้นๆ ในข้อความของ Search Engine

- สมาคมศัลยกรรมและเวชศาสตร์เพื่อการเสริมสวยประเทศไทยร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดการแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยวด้านเทคโนโลยีศัลยกรรมในต่างประเทศ

#### อุปสรรค

- ความเข้มงวดในการจำกัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ธุรกิจศัลยกรรมมีความจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายถึงฝีมือและความสามารถของผู้ให้บริการ แต่ธุรกิจด้านสุขภาพถูกจำกัดการโฆษณาโดยแพทย์สภาในหลายๆ ด้าน ซึ่งค่อนข้างมีความเข้มงวดและไม่มีความยืดหยุ่น เช่น การห้ามแสดงภาพเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น ในขณะที่หน่วยงานผู้ออกกฎหมายไม่มีความรู้เชิงลึกในธุรกิจเท่าที่ควร ทำให้กฎระเบียบต่างๆ ไม่สามารถนำมาปฏิบัติได้และเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เช่น การออกกฎหมายเกี่ยวกับการแปลงเพศที่ห้ามไม่ให้มีการตัดลูกอัณฑะ เป็นต้น

- การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ โดยในประเทศนั้น มีผู้ให้บริการที่เกิดขึ้นจำนวนมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ทั้งที่อยู่ในรูปแบบคลินิก สถานเสริมความงาม และแผนกศัลยกรรมความงามในโรงพยาบาล เป็นต้น ทำให้การแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งด้านราคาและคุณภาพการบริการ สำหรับการแข่งขันระดับนานาชาติคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ เกาหลี สิงคโปร์ ฮองกง และอินเดีย เป็นต้น โดยภาครัฐแต่ละประเทศได้พยายามหากลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าเพื่อให้เข้ามาใช้บริการมากที่สุด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2556)

สรุปความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการศัลยกรรมหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลธุรกิจบริการศัลยกรรม ได้แก่ แพทย์สภาควบคุมการประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ลักษณะการดำเนินธุรกิจ คลินิกศัลยกรรม ศูนย์สุขภาพความงามต่างๆคลินิกเวชกรรมและแผนกศัลยกรรมในโรงพยาบาลต่างๆ ต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการประกอบโรคศิลป์ กรมบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุขก่อน จุดแข็งบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ มีศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและการตลาดในและต่างประเทศครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ร่วมมือกับบริษัททัวร์เพื่อสุขภาพในต่างประเทศ จุดอ่อน บุคลากรไม่เพียงพอกับความ ต้องการของตลาด มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญไม่เกิน 300 ราย โอกาส ความต้องการทำศัลยกรรมของคนไทยเพิ่มมากขึ้น การลดเพดานอายุของผู้ที่สามารถผ่าตัดแปลงเพศได้ โดยอนุญาตให้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จากเดิมต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไปเท่านั้น อุปสรรคคือการเข้มงวดในการโฆษณาการห้ามแสดงภาพ เกี่ยวกับการทำศัลยกรรมผ่านสื่อต่างๆ

### 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตามแนวความคิดหลักการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing) มุ่งเน้นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค (Customer Orientmked) โดยตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ ของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้น การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ดีที่สุด อันดับแรกต้องเข้าใจลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ผู้บริโภคจำนวนมาก จึงเป็นการยากที่จะเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้อย่างถ่องแท้ งานทางการตลาดที่ท้าทายคือการค้นหาความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการ วางแผนการตลาดต่อไป

พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของ ผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ

ของตนเอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546) ตลาดผู้บริโภค (Customer Market) หมายถึง ตลาดผู้บริโภคคนสุดท้ายที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อการบริโภคหรืออุปโภคในครัวเรือน

ตลาดผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคจำนวนมากมายหลายล้านคนทั่วโลกที่มีความแตกต่างกันในด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สีผิว ภูมิประเทศ อาชีพ ลักษณะนิสัย ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดมากมายในยุคของการแข่งขันทางธุรกิจแบบโลกาภิวัตน์นักธุรกิจในกรุงเทพมหานครทำธุรกิจเพื่อขายสินค้าให้กับผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองเล็กๆ ที่นิวยอร์ก หรือนักธุรกิจต่างชาตินำสินค้าเข้ามาขายในเมืองไทย ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจเหล่านี้ประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่า ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด แต่เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีความแตกต่างกันไปนักการตลาดจึงต้องพยายามทำความเข้าใจกับพฤติกรรมที่แตกต่างกันมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ตลอดจนการทำความเข้าใจกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและการบริการของผู้บริโภค

ในการศึกษาและทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดจะใช้โมเดลที่เรียกว่า 70's Model หรือที่เรียกว่า โมเดล 6W's 1'H ในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับผู้บริโภค โดยทั้ง 70's Model และ โมเดล 6W's 1'H มีลักษณะเป็นคำถามและคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่นักการตลาดจะต้องค้นหาคำตอบให้ได้ ดังนี้

- 1.ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who constitutes the market?)
- 2.ลูกค้าเป้าหมายซื้ออะไร (What does the market buy?)
- 3.ทำไมลูกค้าจึงซื้อสินค้านั้น (Why does the market buy?)
- 4.ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?)
- 5.ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?)
- 6.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the market buy?)
- 7.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (When does the market buy?)

- 1.ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Occupants)
- 2.สิ่งที่ลูกค้าซื้อ (Objects)
- 3.วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)
- 4.ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (Organization)
- 5.กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Operations)
- 6.โอกาสในการซื้อ (Occasions)
- 7.สถานที่จำหน่ายสินค้า (Outlets)

ภาพที่ 1. 70's Model และ โมเดล 6W's

ที่มา : ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547), หลักการตลาด (กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป), 69



โมเดล 70's นี้เป็นคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมหลักของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่นักการตลาดจะต้องหาคำตอบเป็นเครื่องมือที่ช่วยนักการตลาดให้สามารถทำความเข้าใจกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Buying Behavior) ที่เป็นการศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือที่เรียกว่า กล่องดำทางการตลาด (Marketing Black Box) ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โมเดลนี้จะช่วยนักการตลาดให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งมีทั้งปัจจัยภายนอกอันได้แก่ ปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคมและปัจจัยภายในของผู้บริโภคอันได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางจิตวิทยาที่เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมออกมาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกได้รับการ กระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ จึงทำให้แสดงพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นเหล่านี้โมเดลนี้เรียกอีกแบบหนึ่งว่า ทฤษฎีสิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง หรือที่นิยมเรียกว่า S-R theory

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค

ทฤษฎีสิ่งกระตุ้นการตอบสนอง (S-R theory) เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “กล่องดำทางการตลาด” (Marketing Black Box) โดยเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่นักการตลาดพยายามผลักดันเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค โดยมุ่งหวังจะได้รับการตอบสนองของผู้บริโภคนั้นคือ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสิ่งกระตุ้น (Stimuli) สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) ประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's ได้แก่ สินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาด นักการตลาดต้องออกแบบและพัฒนาเพื่อกระตุ้นและจูงใจผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนี้ นักการตลาดสามารถควบคุมได้ โดยการพัฒนารวมประสมทางการตลาดต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดด้วยการนำเสนอสิ่งที่ต้องกับความชอบ ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Others Stimuli) ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่ไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมืองและวัฒนธรรม สิ่งกระตุ้นอื่นๆ นี้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้ออะไร ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อเท่าไร เช่น ถ้าสภาพเศรษฐกิจไม่ดีผู้บริโภคมีรายได้น้อยสินค้าที่ซื้อบ่อยมักจะเป็นสินค้านำเข้าราคาถูก มีการลดราคาหรือถ้าเทคโนโลยีเข้ามา

เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมผู้บริโภคอาจนิยมซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่าอี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) เช่น การซื้อหนังสือจาก [www.amezon.com](http://www.amezon.com) การจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่นักการตลาดควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีลักษณะที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอกและภายในของผู้บริโภคซึ่งนักการตลาดจะต้องพัฒนาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ให้เหมาะสมกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคแต่จะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับสิ่งกระตุ้นที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพเศรษฐกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง หรือวัฒนธรรมของผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นเหล่านี้หรือการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของบริษัท

สรุปทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งทีกระตุ้นการตอบสนองเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเรียกว่า "กลองดำทางการตลาด" แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ 1.สิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ 4P's ได้แก่ สินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาดซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมได้โดยการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 2.สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย ตลาดการเมือง และวัฒนธรรม นักการตลาดจะต้องพัฒนาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ ทองรีน (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาดำรงหรือเทียบเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลกับการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับภาพพจน์และชื่อเสียงของคลินิกด้านราคา ให้ความสำคัญกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับโฆษณาผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ ด้านพนักงานให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและชำนาญของแพทย์ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ความสะอาดของคลินิก พฤติกรรมการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้บริการ คือ เพื่อดูแล และคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพดีอยู่เสมอ โปรแกรมที่ใช้บริการคือ ขัดและพอกผิว ช่วงเวลาที่ใช้

บริการคือ 16.00-18.00 น. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือ ตัวเอง ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บริการ และด้านโปรแกรมที่บริการ

สิริธารณ์ พูลพิพัฒน์ (2555) ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้และการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 8 คน โดยเป็นเพศชาย 3 คน เพศหญิง 5 คน มีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นปริญญาตรีจำนวน 5 คน ปริญญาโทจำนวน 3 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ตนเอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าตนเองมีข้อบกพร่อง มีความคิดที่ต้องการแก้ไขข้อบกพร่องนั้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมจากคนใกล้ชิด คนในครอบครัว เมื่อได้รับรู้ข้อมูลทุกแง่มุมของการทำศัลยกรรมเสริมความงามแล้ว จึงมีการตัดสินใจไปทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งเป็นการศัลยกรรมจุ่มกจำนวน 5 คน ศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 1 คน ศัลยกรรมทั้งจุ่มกทั้งตา จำนวน 2 คน โดยข้อมูลการตัดสินใจทำศัลยกรรมที่มีน้ำหนักมากที่สุด สำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเสริมบุคลิกภาพ และด้านการแนะนำจากบุคคลต่างๆ หลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการเปลี่ยนแปลงของหน้าตา มีการรับรู้ในร่างกายตนเองมากขึ้น และได้มีการรับรู้จากสังคมในเชิงบวก

กิงกาญจน์ผิวเผือก (2555) พฤติกรรมการทำศัลยกรรมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจ และทัศนคติในการเลือกทำศัลยกรรมการวิจัยคั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์งานวิจัยในคั้งนี้ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามโดยเลือกตัวอย่างจำนวน 354 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่เคยมีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมากที่สุด ส่วนประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมส่วนใหญ่แล้ว เคยทำ 1-2 ครั้ง ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมอยู่ระหว่าง 5,001- 10,000 บาทปัจจัยทางด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมตกแต่งความงามเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพทางหน้าตา สร้างความมั่นใจให้เกิดแรงดึงดูดเพศตรงข้าม โดยประเภทของการศัลยกรรมที่ไปใช้บริการ

ส่วนใหญ่คือ การเสริมจมูก รองลงมาคือ การทำตาสองชั้นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า บริการที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ส่วนใหญ่เห็นว่า ขั้นตอนการรักษาและการจ่ายเงินอธิบายได้อย่างชัดเจน และในด้านลักษณะทางกายภาพ ที่เห็นว่าการจัดสถานที่รอการให้บริการมีความเหมาะสมต่อการเสริมสร้างความมั่นใจของลูกค้าปัจจัยทางด้านทัศนคติในการทำศัลยกรรม ด้านความเชื่อส่วนใหญ่เห็นว่า การทำศัลยกรรม ทำให้สวยเหมือนดารานักร้องเกาหลีมากที่สุด ด้านความรู้ความเข้าใจส่วนใหญ่เห็นว่า การทำศัลยกรรมคุ้มค่างบค่าใช้จ่าย และด้านพฤติกรรม / ประสบการณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การทำศัลยกรรมได้รับอิทธิพลจากดารานักร้อง จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำศัลยกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมตกแต่งความงามเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพทางหน้าตา สร้างความมั่นใจให้ เกิดแรงดึงดูดเพศตรงข้ามปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเลือกสถานบริการที่มีเครื่องหมาย รับรองคุณภาพส่วนใหญ่เห็นว่า การทำศัลยกรรมทำให้สวยเหมือนดารานักร้อง

ขวัญพร พันธุ์อุโมงค์ (2555) ทำการศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหญิงอายุระหว่าง 18-23 ปีที่กำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 15 คน และนักศึกษาหญิงอายุระหว่าง 18-23 ปีที่กำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 15 คน แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 แห่ง และมหาวิทยาลัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 แห่ง รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการสื่อสารอันประกอบด้วยชื่อนั้น นักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีการใช้บุคคลในการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งนักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ร้อยละน้อยรายเท่านั้นที่ใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ในการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

จากข้อมูลที่นักศึกษาหญิงต้องการที่จะศึกษาหาข้อมูลมี 2 ประเด็นหลักคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ ข้อมูลแพทย์ ความปลอดภัย วัสดุที่ใช้ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้านราคา และด้านสถานที่ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ รูปภาพแสดงการเปรียบเทียบก่อนและหลังทำ กระตุ้นแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามปัญหาและผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม การดูแลรักษาหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และผลเสียของการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

โดยมีกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ 1) ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการหรือปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง 2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล 3) ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก และ 4) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยเหตุผลที่นักศึกษาหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ 1) ปัจจัยจากความต้องการส่วนตัว ได้แก่ อยากรวยและอยากดูดีขึ้น การเพิ่มความมั่นใจ และเสริมบุคลิกภาพ 2) ปัจจัยจากบุคคลอื่น ได้แก่ การที่ได้เห็นคนรู้จักทำศัลยกรรมเสริมความงามแล้วออกมาสวย และคนรัก 3) ปัจจัยด้านหน้าที่ ได้แก่ ช่วงใกล้จบการศึกษา ด้านการสมัครงาน และเพื่อประกวด และแสดงละคร เหตุผลเหล่านี้เป็นส่วนสนับสนุนในแง่ของกระบวนการตัดสินใจของนักศึกษาหญิง ซึ่งนักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำจุก คือ การเสริมจุก และการตัดปีกจุกมากที่สุด และนักศึกษาหญิงส่วนน้อยเลือกที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรมตา คือการทำตา 2 ชั้น

พระยยุทธ คุ่มศักดิ์ (2557) ระดับการตัดสินใจทางการตลาดต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการระดับชาติเบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 4. วิทยาลัยราชพฤกษ์. การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์คือ เพศ อายุสถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่อระดับการตัดสินใจทางการตลาดในการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาการตัดสินใจทางการตลาดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาพฤติกรรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการทำศัลยกรรมบนใบหน้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ T-test และ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี Scheffe' ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-25 ปีเป็นส่วนใหญ่สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักการทำศัลยกรรมจากสถานที่ที่เป็นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุ ,หนังสือ ต่างๆ กลัวการทำศัลยกรรมถ้ามีโอกาสทำศัลยกรรมบนใบหน้าจุดที่สนใจทำที่สุดคือจุก โดยเลือกทำกับโรงพยาบาลเอกชน และคิดว่าอาชีพดารา/นักแสดงมีการทำศัลยกรรมมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่มีอายุสถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจทางการตลาด

ต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าแตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีเพศที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจทาง การตลาดต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้า ไม่แตกต่างกัน จากการศึกษางานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง ทำให้สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีสภาพโสด อยู่ในกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพ บริการบันเทิงที่ต้องการความก้าวหน้าในอาชีพที่ทำอยู่ และสร้างความมั่นใจให้เกิดแรงดึงดูดเพศตรง มีผลต่อการตัดสินใจทั้งนี้ทำให้เกิดทัศนคติต่อผู้พบเห็นซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความ งามบนใบหน้าให้มีความสำคัญมากที่สุดในด้าน ผลลัพธ์ที่ไ้ใช้มากกว่าผู้ให้บริการและมีความพึงพอใจ ในความสวยงามของรูปทรงโดยไม่ต้องกลับมาทำซ้ำ และผลของการทำผ่าตัดเป็นไปตามที่ต้องการ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเลือก สถานบริการที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพส่วนใหญ่ เห็นว่า การทำศัลยกรรมทำให้สวยเหมือนดารานักกร้อง



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินงานวิจัย

เนื้อหาบทนี้เป็น การอธิบายถึงการวิจัยสำหรับการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม ซึ่งใช้รูปแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ทั้งเพศชาย และเพศหญิง

##### ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ทั้งเพศชาย และเพศหญิง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ที่เคยทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่แน่นอน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (วรรณิ แกมเกตุ 2555) โดยกำหนด ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ  $n$  แทน จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  แทน มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$e$  แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$\begin{aligned}
 \text{เมื่อแทนค่าสูตร} \quad n &= \frac{Z^2}{4e^2} \\
 &= \frac{1.96^2}{4(0.5)^2} \\
 &= 384.16
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 384 คน บวกเพิ่ม 4% เท่ากับ 400 เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ดังนั้นใช้กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจทั้งสิ้น 400 คน

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามผ่านทางแบบสอบถาม online จำนวน 400 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่เป็นลูกค้าสถาบันเสริมความงามสถานที่ต่างๆ

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนเป็นขั้นตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม ลักษณะคำถามปลายปิด 9 ข้อเลือกตอบคำถามเพียงข้อเดียว

ข้อที่ 1 เหตุผลที่ตัดสินใจทำศัลยกรรม

ข้อที่ 2 ผู้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ

ข้อที่ 3 ทราบแหล่งข้อมูลสถานที่ศัลยกรรมจากสื่อใด

ข้อที่ 4 สถานที่ที่ตัดสินใจเลือกทำ



ข้อที่ 5 เหตุผลที่เลือกสถานที่นี้

ข้อที่ 6 ผลที่คาดหวังจะได้รับจากการทำศัลยกรรม

ข้อที่ 7 ราคาที่เข้ารับบริการในแต่ละครั้ง

ข้อที่ 8 ระยะเวลาในการตัดสินใจ

ข้อที่ 9 ประเภทของการศัลยกรรมที่เคยใช้บริการหรือมีความต้องการที่จะทำ

### 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

#### 3.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา

ผู้ศึกษาวิจัยได้สร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการจัดทำแบบสอบถามเพื่อให้บรรล่วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย จึงได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา เพื่อให้ข้อคำถามทุกข้อเกิดความถูกต้องครบถ้วนครอบคลุมเนื้อหาสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี จึงขอความอนุเคราะห์ให้ทรงคุณวุฒิรวมจำนวน 3 ท่าน ได้ตรวจแบบสอบถาม ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา
3. อาจารย์ ดร.ชานชื่น อัครกะวีนิชชา

แล้วนำไปคำนวณ หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ

$\sum R$  หมายถึง ผลรวมจากคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยเลือกคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

#### 3.3.2 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach Alpha) โดยใช้สูตรการหา

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach Alpha) โดยมีค่ามากกว่า 0.70 และสามารถนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.813

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจำแนกแหล่งที่มาของข้อมูล ออกเป็น 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากการวิจัยสนาม (Field Study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ผ่านการทดสอบคุณภาพแล้ว จากนั้นนำไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า โดยชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม เก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ตั้งแต่วันที่ เดือนมีนาคม 2561 ถึง เดือนพฤษภาคม 2561

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารรายงานต่างๆ ข้อมูลทางสถิติ รายงานการวิจัย และสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย เพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมใช้ในการสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ และเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนการวิเคราะห์ เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้อย่างผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์กับโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านประชากรศาสตร์ โดยคำนวณหาค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยนำแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3. ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยนำแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้) มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม ใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบ

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยใช้พื้นฐานประกอบด้วย  
 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

$$P = \frac{f * 100}{n}$$

เมื่อ  $P$  = ค่าร้อยละ

$f$  = ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ

$n$  = จำนวนความถี่ทั้งหมด

3.6.2 ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic)

สถิติ Chi-square ( $\chi^2$ ) ใช้ในการทดสอบข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

(Nominal Scale) ใช้สูตรดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

ค่าสถิติ ( $\chi^2$ ) มีค่าองศาความเป็นอิสระ  $k - 1$

เมื่อ  $O_i$  = ความถี่ที่ได้จากการสังเกต

$E_i$  = ค่าความถี่ที่คาดหวังไว้

$k$  = จำนวนประเภทหรือกลุ่ม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม โดยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ (Multiple Response) และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า chi square ( $\chi^2$ )

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ แสดงค่าร้อยละ

#### 4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งก็คือ เป็นผู้ใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม 400 คน จำแนกตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงความถี่และแสดงค่าร้อยละ รายละเอียดดังตารางที่ 1-6 ดังนี้

ตารางที่ 1. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	15
หญิง	340	85
รวม	400	100

จากตารางที่ 1. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85 และ เพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 2. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	12	3
21 – 25 ปี	132	33
26 – 30 ปี	173	43.3
31 - 35 ปี	64	16
36 – 40 ปี	13	3.3
มากกว่า 40 ปี	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาอายุ 21 – 25 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และน้อยที่สุดคือ อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 3. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	318	79.5
สมรส	81	20.3
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากโสด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาสมรส จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และน้อยที่สุดคือ แยกกันอยู่/หย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

**ตารางที่ 4.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	0.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18	4.5
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	23	5.8
ปริญญาตรี	319	79.8
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	37	9.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมา ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และน้อยที่สุดคือระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

**ตารางที่ 5.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	27	6.8
ข้าราชการ	28	7
พนักงานบริษัทเอกชน	208	52
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	61	15.3
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	74	18.5
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 5. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่นๆ เช่น แม่ค้าออนไลน์ 프리ตตี้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

**ตารางที่ 6.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	6.8
15,001 – 20,000 บาท	184	46
20,001 – 25,000 บาท	109	27.3
25,001 – 30,000 บาท	34	8.5
30,001 – 35,000 บาท	20	5
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 6. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมารายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และน้อยที่สุดคือรายได้ 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ

4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม โดยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ (Multiple Response) รายละเอียดดังตารางที่ 7-17 ดังนี้

ตารางที่ 7. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคย/ไม่เคย ใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

ใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เคย	400	100
ไม่เคย	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 7. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 8. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมต่อปี

การเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/ปี	232	58
2 ครั้ง/ปี	107	26.8
3 ครั้ง/ปี	32	8
4 ครั้ง/ปี	20	5
มากกว่า 5 ครั้ง/ปี	9	2.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 8. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม 1 ครั้ง/ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา 2 ครั้ง/ปี จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 26.8 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 ครั้ง/ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3



ตารางที่ 9. แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

การตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อแก้ไขปัญหาความบกพร่องบนใบหน้า	61	15.3
เพื่อสร้างความมั่นใจของตนเอง	260	65
เพื่อความก้าวหน้าทางด้านการงาน	22	5.5
เพื่อครอบครัว/คนรัก	10	2.5
เพื่อตามแฟชั่นดารา/นักร้อง	4	1
เพื่อความต้องการส่วนตัว	43	10.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 9. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าเพื่อสร้างความมั่นใจของตนเอง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือ เพื่อแก้ไขปัญหาความบกพร่องบนใบหน้า จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และน้อยที่สุดคือ เพื่อตามแฟชั่นดารา/นักร้อง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

**ตารางที่ 10.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม

ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	69	17.3
คนรัก	46	11.5
ครอบครัว	22	5.5
ดารา/นักร้อง	5	1.3
ความต้องการส่วนตัว	258	64.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 10. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการส่วนตัว ในการตัดสินใจทำศัลยกรรม จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และน้อยที่สุดคือ ดารา/นักร้อง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

**ตารางที่ 11.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม

แหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	109	27.3
หนังสือพิมพ์	4	1
ป้ายประกาศ	2	0.5
โทรทัศน์	4	1
เว็บไซต์	40	10
เฟซบุ๊ก	196	49
อินสตาแกรม	42	10.5
ไลน์	3	0.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 11. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมจาก เฟสบุ๊ก จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และน้อยที่สุดคือ โฉน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

**ตารางที่ 12.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

สถานที่ทำศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
โรงพยาบาลรัฐ	14	3.2
โรงพยาบาลเอกชน	44	10.2
คลินิกที่มีชื่อเสียง	367	85.2
ทัวร์ศัลยกรรมเกาหลี	6	1.4
รวม	431	100

จากตารางที่ 12. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรมจากคลินิกที่มีชื่อเสียง จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาคือโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และน้อยที่สุดคือ ทัวร์ศัลยกรรมเกาหลี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

**ตารางที่ 13.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

การตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	25	6.3
คุณภาพ/ผลลัพธ์ที่ได้	265	66.3
ชื่อเสียง	43	10.8
ที่ตั้ง	3	0.8
ความสะอาด	19	4.8
ความปลอดภัย	45	11.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 13. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรมจาก คุณภาพ/ผลลัพธ์ที่ได้ จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ ความปลอดภัย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และน้อยที่สุดคือ ราคา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

**ตารางที่ 14.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

ความคาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ได้รูปแบบตามที่ต้องการ	224	56
มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น	145	36.3
ไม่มีอาการแทรกซ้อน	28	7
อื่นๆ	3	0.8
รวม	400	100

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ได้รับความสนใจจากเพศตรงข้ามมากขึ้น, มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, แฟนเก่ากลับมา

จากตารางที่ 14. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการทำศัลยกรรมคือ ได้รูปแบบตามที่ต้องการ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ เช่น ได้รับความสนใจจากเพศตรงข้ามมากขึ้น, มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, แฟนเก่ากลับมา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

**ตารางที่ 15.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม

ค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
10,000-20,000 บาท	186	46.5
20,000-30,000 บาท	141	35.3
30,000-40,000 บาท	28	7
มากกว่า 40,000 ขึ้นไป	45	11.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 15. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม 10,000-20,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ 20,000-30,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และน้อยที่สุดคือ 30,000-40,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7

**ตารางที่ 16.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 เดือน	23	5.8
1-2 เดือน	108	27
2-3 เดือน	128	32
3 เดือนขึ้นไป	141	35.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 16. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม 3 เดือนขึ้นไป จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 2-3 เดือน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 1 เดือน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

**ตารางที่ 17.** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

ประเภทของการศัลยกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เสริมจมูก	306	52.1
เสริมคาง	43	7.3
ทำตา 2 ชั้น	84	14.3
ทำปาก	29	4.9
ดึงหน้า	19	3.2
ตัดกราม	12	2

ทูปโหนก,ตัดโหนก	23	3.9
ปรับโครงหน้า V-Line	64	10.9
อื่นๆ	7	1.2
รวม	587	100

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่โบน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 17. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำศัลยกรรมเสริมจมูก จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาคือ ทำตา 2 ชั้น จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ เช่น ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่โบน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

#### 4.3 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.4 การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

1.6 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมแตกต่างกัน

ดังตารางที่ 18.

**ตารางที่ 18.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

เพศ	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
ชาย	42	14	3	0	1	60	6.491 (0.165)
	10.5%	3.5%	.8%	0.0%	.3%	15.0%	
หญิง	190	93	29	20	8	340	
	47.5%	23.3%	7.3%	5.0%	2.0%	85.0%	

จากตารางที่ 18. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 19.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

เพศ	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อแก้ไข ปัญหาความ บกพร่องบน ใบหน้า	เพื่อสร้างความ มั่นใจของตนเอง	เพื่อ ความก้าวหน้า ทางด้านการ งาน	เพื่อ ครอบครัว/ คนรัก	เพื่อ ตาม แฟชั่น ดารา/ นักร้อง	เพื่อ ความ ต้องการ ส่วนตัว		
ชาย	10	28	6	3	1	12	60	14.162 (0.015*)
	2.5%	7.0%	1.5%	.8%	.3%	3.0%	15.0%	
หญิง	50	233	16	7	3	31	340	
	12.5%	58.3%	4.0%	1.8%	.8%	7.8%	85.0%	

จากตารางที่ 19. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 14.162 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริม

ความงามบนใบหน้า กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 20.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม

เพศ	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารานักร้อง	ความต้องการส่วนตัว		
ชาย	11	12	5	1	31	60	7.189 (0.126)
	2.8%	3.0%	1.3%	.3%	7.8%	15.0%	
หญิง	56	35	17	4	228	340	
	14.0%	8.8%	4.3%	1.0%	57.0%	85.0%	

จากตารางที่ 20. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 7.189 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 21.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม

เพศ	ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จากแหล่งใด								รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อนแนะนำ	หนังสือพิมพ์	ป้ายประกาศ	โทรทัศน์	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก	อินสตาแกรม	ไลน์		
ชาย	19	1	2	1	8	22	6	1	60	16.249 (0.023*)
	4.8%	.3%	.5%	.3%	2.0%	5.5%	1.5%	.3%	15.0%	
หญิง	90	3	0	3	32	174	36	2	340	
	22.5%	.8%	0.0%	.8%	8.0%	43.5%	9.0%	.5%	85.0%	

จากตารางที่ 21. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 16.249 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 22. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

เพศ	โรงพยาบาลรัฐ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	55	5	60	4.882 (0.027*)
	13.8%	1.3%	15.0%	
หญิง	331	9	340	
	82.8%	2.3%	85.0%	

จากตารางที่ 22. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

เพศ	โรงพยาบาลเอกชน		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	54	6	60	0.072 (0.788)
	13.5%	1.5%	15.0%	
หญิง	302	38	340	
	75.5%	9.5%	85.0%	

จากตารางที่ 23. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 24.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลดกรรมตแต่งความงาม

เพศ	คลินิกที่มีชื่อเสียง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	3	57	60	.985 (0.321)
	0.8%	14.3%	15.0%	
หญิง	30	310	340	
	7.5%	77.5%	85.0%	

จากตารางที่ 24. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลดกรรมตแต่งความงาม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลดกรรมตแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 25.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทิวรีศัลยกรรมเกาหลีที่ทำให้ลดกรรมตแต่งความงาม

เพศ	ทิวรีศัลยกรรมเกาหลี		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	60	0	60	1.075 (0.300)
	15.0%	0.0%	15.0%	
หญิง	334	6	340	
	83.5%	1.5%	85.0%	

จากตารางที่ 25. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อทิวรีศัลยกรรมเกาหลีที่ทำให้ลดกรรมตแต่งความงาม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทิวรีศัลยกรรมเกาหลีที่ทำให้ลดกรรมตแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

เพศ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ราคา	คุณภาพ/ ผลลัพธ์ที่ ได้	ชื่อเสียง	ที่ตั้ง	ความ สะอาด	ความ ปลอดภัย		
ชาย	6	31	7	0	3	13	60	11.256 (0.047*)
	1.5%	7.8%	1.8%	0.0%	.8%	3.3%	15.0%	
หญิง	19	234	36	3	16	32	340	
	4.8%	58.5%	9.0%	.8%	4.0%	8.0%	85.0%	

จากตารางที่ 26. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 11.256 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

เพศ	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ได้รูปแบบตามที่ ต้องการ	มีความมั่นใจใน ตนเองมากขึ้น	ไม่มีอาการ แทรกซ้อน	อื่นๆ		
ชาย	27	29	4	0	60	4.484 (0.214)
	6.8%	7.3%	1.0%	0.0%	15.0%	
หญิง	198	117	24	1	340	
	49.5%	29.3%	6.0%	.3%	85.0%	

จากตารางที่ 27. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.484 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

เพศ	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	10,000-20,000	20,000-30,000	30,000-40,000	มากกว่า 40,000 ขึ้นไป		
ชาย	29	15	13	3	60	9.801 (0.020*)
	7.3%	3.8%	3.3%	.8%	15.0%	
หญิง	168	111	30	31	340	
	42.0%	27.8%	7.5%	7.8%	85.0%	

จากตารางที่ 28. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.801 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 29. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

เพศ	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 1 เดือน	1-2 เดือน	2-3 เดือน	3 เดือน ขึ้นไป		
ชาย	6	12	21	21	60	2.660 (0.447)
	1.5%	3.0%	5.3%	5.3%	15.0%	
หญิง	20	91	126	103	340	
	5.0%	22.8%	31.5%	25.8%	85.0%	

จากตารางที่ 29. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 2.660 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก

เพศ	เสริมจมูก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	19	41	60	2.619 (0.106)
	4.8%	10.3%	15.0%	
หญิง	75	265	340	
	18.8%	66.3%	85.0%	

จากตารางที่ 30. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 2.619 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกกล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง

เพศ	เสริมคาง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	52	8	60	0.491 (0.483)
	13.0%	2.0%	15.0%	
หญิง	305	35	340	
	76.3%	8.8%	85.0%	

จากตารางที่ 31. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคางกล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น

เพศ	ทำตา 2 ชั้น		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	46	14	60	0.232 (0.630)
	11.5%	3.5%	15.0%	
หญิง	270	70	340	
	67.5%	17.5%	85.0%	

จากตารางที่ 32. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 0.232 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้นกล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภททำปาก

เพศ	ทำปาก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	56	4	60	0.036 (0.850)
	14.0%	1.0%	15.0%	
หญิง	315	25	340	
	78.8%	6.3%	85.0%	

จากตารางที่ 33. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 0.036 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปากกล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปาก ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 34. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทdingหน้า

เพศ	dingหน้า		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	58	2	60	0.313 (0.576)
	14.5%	.5%	15.0%	
หญิง	323	17	340	
	80.8%	4.3%	85.0%	

จากตารางที่ 34. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 0.313 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทdingหน้ากล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทdingหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 35. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทตัดกรม

เพศ	ตัดกรม		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	58	2	60	0.027 (0.870)
	14.5%	.5%	15.0%	
หญิง	330	10	340	
	82.5%	2.5%	85.0%	

จากตารางที่ 35. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 0.027 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรมกล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 36. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนก

เพศ	ทูปโหนก,ตัดโหนก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	60	0	60	4.306 (0.038*)
	15.0%	0.0%	15.0%	
หญิง	317	23	340	
	79.3%	5.8%	85.0%	

จากตารางที่ 36. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.306 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนกกล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนกที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 37. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line

เพศ	ปรับโครงหน้า V-Line		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	57	3	60	6.355 (0.012*)
	14.3%	.8%	15.0%	
หญิง	279	61	340	
	69.8%	15.3%	85.0%	

จากตารางที่ 37. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.355 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภท ปรับโครงหน้า V-Line ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 38. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ

เพศ	อื่นๆ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ชาย	58	2	60	1.029 (0.310)
	14.5%	.5%	15.0%	
หญิง	335	5	340	
	83.8%	1.3%	85.0%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงไตดำ, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 38. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 1.029 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ เช่น ผ่าตัดถุงไตดำ, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์ ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 39. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

อายุ	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	0	0	0	12	60.202 (0.000*)
	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	78	40	9	3	2	132	
	19.5%	10.0%	2.3%	.8%	.5%	33.0%	
26 - 30 ปี	109	34	13	14	3	173	
	27.3%	8.5%	3.3%	3.5%	.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	25	26	9	3	1	64	
	6.3%	6.5%	2.3%	.8%	.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	4	5	1	0	3	13	
	1.0%	1.3%	.3%	0.0%	.8%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	4	2	0	0	0	6	
	1.0%	.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	

จากตารางที่ 39. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 60.202 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 40.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

อายุ	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อแก้ไข ปัญหาความ บกพร่องบน ใบหน้า	เพื่อ สร้าง ความ มั่นใจ ของ ตนเอง	เพื่อ ความก้าวหน้า ทางด้านกร งาน	เพื่อ ครอบครัว/ คนรัก	เพื่อ ตาม แฟชั่น ดารา/ นักร้อง	เพื่อ ความ ต้องการ ส่วนตัว		
ต่ำกว่า 20 ปี	0	9	0	1	0	2	12	35.352  (0.082)
	0.0%	2.3%	0.0%	.3%	0.0%	.5%	3.0%	
21 - 25 ปี	21	85	6	1	2	17	132	
	5.3%	21.3%	1.5%	.3%	.5%	4.3%	33.0%	
26 - 30 ปี	23	117	8	7	2	16	173	
	5.8%	29.3%	2.0%	1.8%	.5%	4.0%	43.3%	
31 - 35 ปี	9	45	6	1	0	3	64	
	2.3%	11.3%	1.5%	.3%	0.0%	.8%	16.0%	
36 - 40 ปี	4	3	2	0	0	4	13	
	1.0%	.8%	.5%	0.0%	0.0%	1.0%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	3	2	0	0	0	1	6	
	.8%	.5%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 40. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 35.352 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 41. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม

อายุ	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารา/ นักร้อง	ความ ต้องการ ส่วนตัว		
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0	1	1	9	12	39.903 (0.005*)
	0.3%	0.0%	0.3%	0.3%	2.3%	3.0%	
21 - 25 ปี	20	16	5	1	90	132	
	5.0%	4.0%	1.3%	.3%	22.5%	33.0%	
26 - 30 ปี	30	21	9	2	111	173	
	7.5%	5.3%	2.3%	.5%	27.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	15	8	4	1	36	64	
	3.8%	2.0%	1.0%	.3%	9.0%	16.0%	
36 - 40 ปี	0	1	0	0	12	13	
	0.0%	.3%	0.0%	0.0%	3.0%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	1	1	3	0	1	6	
	.3%	.3%	.8%	0.0%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 41. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 39.903 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 42. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับที่มาของแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม

อายุ	ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จากแหล่งใด								รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน แนะนำ	หนังสือพิมพ์	ป้าย ประกาศ	โทรทัศน์	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก	อินสตา แกรม	ไลน์		
ต่ำกว่า 20 ปี	6	0	0	0	0	5	1	0	12	75.136 (0.000*)
	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	.3%	0.0%	3.0%	
21 – 25 ปี	36	0	1	1	12	64	17	1	132	33.0%
	9.0%	0.0%	.3%	.3%	3.0%	16.0%	4.3%	.3%		
26 – 30 ปี	43	1	0	2	15	94	18	0	173	43.3%
	10.8%	.3%	0.0%	.5%	3.8%	23.5%	4.5%	0.0%		
31 - 35 ปี	17	1	0	1	7	31	6	1	64	16.0%
	4.3%	.3%	0.0%	.3%	1.8%	7.8%	1.5%	.3%		
36 – 40 ปี	5	1	1	0	3	2	0	1	13	3.3%
	1.3%	.3%	.3%	0.0%	.8%	.5%	0.0%	.3%		
มากกว่า 40 ปี	2	1	0	0	3	0	0	0	6	1.5%
	.5%	.3%	0.0%	0.0%	.8%	0.0%	0.0%	0.0%		

จากตารางที่ 42. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 75.136 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม กล่าวคืออายุแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 43. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

อายุ	โรงพยาบาลรัฐ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	12	4.464 (0.485)
	3.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	125	7	132	
	31.3%	1.8%	33.0%	
26 - 30 ปี	170	3	173	
	42.5%	.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	61	3	64	
	15.3%	.8%	16.0%	
36 - 40 ปี	12	1	13	
	3.0%	.3%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	6	0	6	
	1.5%	0.0%	1.5%	

จากตารางที่ 43. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.464 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 44. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการยกรรมตกแต่งความงาม

อายุ	โรงพยาบาลเอกชน		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	11	1	12	20.831 (0.001*)
	2.8%	.3%	3.0%	
21 - 25 ปี	115	17	132	
	28.8%	4.3%	33.0%	
26 - 30 ปี	158	15	173	
	39.5%	3.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	58	6	64	
	14.5%	1.5%	16.0%	
36 - 40 ปี	12	1	13	
	3.0%	.3%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	2	4	6	
	.5%	1.0%	1.5%	

จากตารางที่ 44. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 20.831 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำการยกรรมตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 45. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลยกรรมตกแต่งความงาม

อายุ	คลินิกที่มีชื่อเสียง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	1	11	12	4.913 (0.0427*)
	.3%	2.8%	3.0%	
21 - 25 ปี	16	116	132	
	4.0%	29.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	10	163	173	
	2.5%	40.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	4	60	64	
	1.0%	15.0%	16.0%	
36 - 40 ปี	1	12	13	
	.3%	3.0%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	1	5	6	
	.3%	1.3%	1.5%	

จากตารางที่ 45. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 4.913 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลยกรรมตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 46.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

อายุ	ทวิรศัลยกรรมเกาหลี		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	12	9.862 (0.079)
	3.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	130	2	132	
	32.5%	.5%	33.0%	
26 - 30 ปี	171	2	173	
	42.8%	.5%	43.3%	
31 - 35 ปี	63	1	64	
	15.8%	.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	13	0	13	
	3.3%	0.0%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	5	1	6	
	1.3%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 46. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.862 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 47. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

อายุ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ราคา	คุณภาพ/ ผลลัพธ์ที่ได้	ชื่อเสียง	ที่ตั้ง	ความ สะอาด	ความ ปลอดภัย		
ต่ำกว่า 20 ปี	4	6	2	0	0	0	12	62.578  (0.000*)
	1.0%	1.5%	.5%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	10	84	15	2	5	16	132	
	2.5%	21.0%	3.8%	.5%	1.3%	4.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	9	121	16	1	9	17	173	
	2.3%	30.3%	4.0%	.3%	2.3%	4.3%	43.3%	
31 - 35 ปี	2	47	8	0	3	4	64	
	.5%	11.8%	2.0%	0.0%	.8%	1.0%	16.0%	
36 - 40 ปี	0	7	1	0	2	3	13	
	0.0%	1.8%	.3%	0.0%	.5%	.8%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	0	0	1	0	0	5	6	
	0.0%	0.0%	.3%	0.0%	0.0%	1.3%	1.5%	

จากตารางที่ 47. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 62.578 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 48. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

อายุ	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ได้รูปแบบตามที่ต้องการ	มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น	ไม่มีอาการแทรกซ้อน	อื่นๆ		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	5	0	0	12	20.915 (0.140)
	1.8%	1.3%	0.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	62	58	12	0	132	
	15.5%	14.5%	3.0%	0.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	107	57	9	0	173	
	26.8%	14.3%	2.3%	0.0%	43.3%	
31 - 35 ปี	42	17	4	1	64	
	10.5%	4.3%	1.0%	.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	4	7	2	0	13	
	1.0%	1.8%	.5%	0.0%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	3	2	1	0	6	
	.8%	.5%	.3%	0.0%	1.5%	

จากตารางที่ 48. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 20.915 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 49. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

อายุ	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	10,000-20,000	20,000-30,000	30,000-40,000	มากกว่า 40,000 ขึ้นไป		
ต่ำกว่า 20 ปี	6	5	0	1	12	43.261 (0.000*)
	1.5%	1.3%	0.0%	.3%	3.0%	
21 - 25 ปี	72	46	10	4	132	
	18.0%	11.5%	2.5%	1.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	97	45	14	17	173	
	24.3%	11.3%	3.5%	4.3%	43.3%	
31 - 35 ปี	16	24	16	8	64	
	4.0%	6.0%	4.0%	2.0%	16.0%	
36 - 40 ปี	3	4	3	3	13	
	.8%	1.0%	.8%	.8%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	3	2	0	1	6	
	.8%	.5%	0.0%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 49. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 43.261 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุมีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 50. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

อายุ	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 1 เดือน	1-2 เดือน	2-3 เดือน	3 เดือนขึ้นไป		
ต่ำกว่า 20 ปี	0	6	3	3	12	51.145 (0.000*)
	0.0%	1.5%	.8%	.8%	3.0%	
21 - 25 ปี	14	42	48	28	132	
	3.5%	10.5%	12.0%	7.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	9	40	78	46	173	
	2.3%	10.0%	19.5%	11.5%	43.3%	
31 - 35 ปี	2	9	17	36	64	
	.5%	2.3%	4.3%	9.0%	16.0%	
36 - 40 ปี	1	5	1	6	13	
	.3%	1.3%	.3%	1.5%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	0	1	0	5	6	
	0.0%	.3%	0.0%	1.3%	1.5%	

จากตารางที่ 50. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 51.145 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 51. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก

อายุ	เสริมจมูก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	3	9	12	3.013 (0.698)
	.8%	2.3%	3.0%	
21 - 25 ปี	33	99	132	
	8.3%	24.8%	33.0%	
26 - 30 ปี	39	134	173	
	9.8%	33.5%	43.3%	
31 - 35 ปี	12	52	64	
	3.0%	13.0%	16.0%	
36 - 40 ปี	5	8	13	
	1.3%	2.0%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	2	4	6	
	.5%	1.0%	1.5%	

จากตารางที่ 51. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 3.013 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกกล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 52. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง

อายุ	เสริมคาง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2	12	2.477 (0.780)
	2.5%	.5%	3.0%	
21 - 25 ปี	117	15	132	
	29.3%	3.8%	33.0%	
26 - 30 ปี	157	16	173	
	39.3%	4.0%	43.3%	
31 - 35 ปี	55	9	64	
	13.8%	2.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	12	1	13	
	3.0%	.3%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	6	0	6	
	1.5%	0.0%	1.5%	

จากตารางที่ 52. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 2.477 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคางกล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 53. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น

อายุ	ทำตา 2 ชั้น		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	4	12	11.933 (0.036*)
	2.0%	1.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	109	23	132	
	27.3%	5.8%	33.0%	
26 - 30 ปี	143	30	173	
	35.8%	7.5%	43.3%	
31 - 35 ปี	45	19	64	
	11.3%	4.8%	16.0%	
36 - 40 ปี	7	6	13	
	1.8%	1.5%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	4	2	6	
	1.0%	.5%	1.5%	

จากตารางที่ 53. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 11.933 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 54. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเกศทำปาก

อายุ	ทำปาก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2	12	5.031 (0.412)
	2.5%	.5%	3.0%	
21 - 25 ปี	125	7	132	
	31.3%	1.8%	33.0%	
26 - 30 ปี	162	11	173	
	40.5%	2.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	58	6	64	
	14.5%	1.5%	16.0%	
36 - 40 ปี	11	2	13	
	2.8%	.5%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	5	1	6	
	1.3%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 54. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 5.031 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเกศทำปากกล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเกศทำปาก ที่ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 55. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทดิงหน้า

อายุ	ดิงหน้า		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	12	8.508 (0.130)
	3.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	126	6	132	
	31.5%	1.5%	33.0%	
26 - 30 ปี	168	5	173	
	42.0%	1.3%	43.3%	
31 - 35 ปี	58	6	64	
	14.5%	1.5%	16.0%	
36 - 40 ปี	11	2	13	
	2.8%	.5%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	6	0	6	
	1.5%	0.0%	1.5%	

จากตารางที่ 55 ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 8.508 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทดิงหน้ากล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทดิงหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 56. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทตัดกราม

อายุ	ตัดกราม		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	12	12.862 (0.025*)
	3.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	131	1	132	
	32.8%	.3%	33.0%	
26 - 30 ปี	169	4	173	
	42.3%	1.0%	43.3%	
31 - 35 ปี	59	5	64	
	14.8%	1.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	12	1	13	
	3.0%	.3%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	5	1	6	
	1.3%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 56. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 12.862 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรามกล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรามแตกต่างกัน

ตารางที่ 57. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนก

อายุ	ทุบโหนก,ตัดโหนก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	12	8.764 (0.119)
	3.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	130	2	132	
	32.5%	.5%	33.0%	
26 - 30 ปี	159	14	173	
	39.8%	3.5%	43.3%	
31 - 35 ปี	59	5	64	
	14.8%	1.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	12	1	13	
	3.0%	.3%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	5	1	6	
	1.3%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 57. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 8.764 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนกกล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนกที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 58. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line

อายุ	ปรับโครงหน้า V-Line		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	11	1	12	1.197 (0.945)
	2.8%	.3%	3.0%	
21 - 25 ปี	108	24	132	
	27.0%	6.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	146	27	173	
	36.5%	6.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	55	9	64	
	13.8%	2.3%	16.0%	
36 - 40 ปี	11	2	13	
	2.8%	.5%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	5	1	6	
	1.3%	.3%	1.5%	

จากตารางที่ 58. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 1.197 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภท ปรับโครงหน้า V-Line ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 59. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ

อายุ	อื่นๆ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 20 ปี	12	0	12	17.432 (0.004*)
	3.0%	0.0%	3.0%	
21 - 25 ปี	132	0	132	
	33.0%	0.0%	33.0%	
26 - 30 ปี	170	3	173	
	42.5%	.8%	43.3%	
31 - 35 ปี	62	2	64	
	15.5%	.5%	16.0%	
36 - 40 ปี	11	2	13	
	2.8%	.5%	3.3%	
มากกว่า 40 ปี	6	0	6	
	1.5%	0.0%	1.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงไต, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 59. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 17.432 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อายุมีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ กล่าวคือ อายุแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ เช่น ผ่าตัดถุงไต, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 60. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

สถานภาพ	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
โสด	187	84	27	14	6	318	3.591 (0.892)
	46.8%	21.0%	6.8%	3.5%	1.5%	79.5%	
สมรส	44	23	5	6	3	81	
	11.0%	5.8%	1.3%	1.5%	.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	0	0	0	1	
	.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 60. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 3.591 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 61. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

สถานภาพ	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อแก้ไข ปัญหาความ บกพร่องบน ใบหน้า	เพื่อ สร้าง ความ มั่นใจ ของ ตนเอง	เพื่อ ความก้าวหน้า ทางการ งาน	เพื่อ ครอบครัว/ คนรัก	เพื่อ ตาม แฟชั่น ดารา/ นักร้อง	เพื่อ ความ ต้องการ ส่วนตัว		
โสด	50	209	16	6	2	35	318	14.426  (0.154)
	12.5%	52.3%	4.0%	1.5%	.5%	8.8%	79.5%	
สมรส	10	52	6	4	2	7	81	
	2.5%	13.0%	1.5%	1.0%	.5%	1.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	0	0	0	0	0	1	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.3%	

จากตารางที่ 61. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 14.426 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 62.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำ  
 ศัลยกรรม

สถานภาพ	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารา/ นักร้อง	ความต้องการ ส่วนตัว		
โสด	55	32	13	4	214	318	12.179 (0.143)
	13.8%	8.0%	3.3%	1.0%	53.5%	79.5%	
สมรส	12	15	9	1	44	81	
	3.0%	3.8%	2.3%	.3%	11.0%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่า ร้าง	0	0	0	0	1	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.3%	

จากตารางที่ 62. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 12.179 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 63.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม

สถานภาพ	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารา/ นักร้อง	ความต้องการ ส่วนตัว		
โสด	55	32	13	4	214	318	101.273 (0.000*)
	13.8%	8.0%	3.3%	1.0%	53.5%	79.5%	
สมรส	12	15	9	1	44	81	
	3.0%	3.8%	2.3%	.3%	11.0%	20.3%	
แยกกัน อยู่/หย่า ร้าง	0	0	0	0	1	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.3%	



จากตารางที่ 63. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 101.273 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 64.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

สถานภาพ	โรงพยาบาลรัฐ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	308	10	318	0.651 (0.722)
	77.0%	2.5%	79.5%	
สมรส	77	4	81	
	19.3%	1.0%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 64. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.651 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพไม่มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 65.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

สถานภาพ	โรงพยาบาลเอกชน		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	285	33	318	0.800 (0.670)
	71.3%	8.3%	79.5%	
สมรส	70	11	81	
	17.5%	2.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 65. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.800 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 66.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

สถานภาพ	คลินิกที่มีชื่อเสียง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	27	291	318	11.607 (0.003*)
	6.8%	72.8%	79.5%	
สมรส	5	76	81	
	1.3%	19.0%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 66. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 11.607 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพมีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้สัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้สัลยกรรมตกแต่งความงามที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 67.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับทิวทัศน์กรรมเกาหลีที่ทำให้สัลยกรรมตกแต่งความงาม

สถานภาพ	ทิวทัศน์กรรมเกาหลี		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	316	2	318	8.129 (0.017*)
	79.0%	.5%	79.5%	
สมรส	77	4	81	
	19.3%	1.0%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 4.67 ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 8.129 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพมีผลต่อทิวทัศน์กรรมเกาหลีที่ทำให้สัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อทิวทัศน์กรรมเกาหลีที่ทำให้สัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 68.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

สถานภาพ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ราคา	คุณภาพ/ ผลลัพธ์ที่ได้	ชื่อเสียง	ที่ตั้ง	ความสะดวก	ความปลอดภัย		
โสด	20	220	33	3	8	34	318	20.780 (0.023*)
	5.0%	55.0%	8.3%	.8%	2.0%	8.5%	79.5%	
สมรส	5	44	10	0	11	11	81	
	1.3%	11.0%	2.5%	0.0%	2.8%	2.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/ หย่าร้าง	0	1	0	0	0	0	1	
	0.0%	.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 68. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 20.780 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 69.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

สถานภาพ	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ได้รูปแบบตามที่ ต้องการ	มีความมั่นใจใน ตนเองมากขึ้น	ไม่มีอาการ แทรกซ้อน	อื่นๆ		
โสด	178	122	18	0	318	10.194 (0.117)
	44.5%	30.5%	4.5%	0.0%	79.5%	
สมรส	46	24	10	1	81	
	11.5%	6.0%	2.5%	.3%	20.3%	
แยกกันอยู่/ หย่าร้าง	1	0	0	0	1	
	.3%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 69. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 10.194 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 70.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

สถานภาพ	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	10,000-20,000	20,000-30,000	30,000-40,000	มากกว่า 40,000 ขึ้นไป		
โสด	163	108	20	27	318	44.180  (0.000*)
	40.8%	27.0%	5.0%	6.8%	79.5%	
สมรส	34	18	23	6	81	
	8.5%	4.5%	5.8%	1.5%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่า ร้าง	0	0	0	1	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.3%	

จากตารางที่ 70. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 44.180 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพมีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 71.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

สถานภาพ	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 1 เดือน	1-2 เดือน	2-3 เดือน	3 เดือนขึ้นไป		
โสด	22	81	125	90	318	8.507 (0.203)
	5.5%	20.3%	31.3%	22.5%	79.5%	
สมรส	4	22	22	33	81	
	1.0%	5.5%	5.5%	8.3%	20.3%	
แยกกันอยู่/ หย่าร้าง	0	0	0	1	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.3%	

จากตารางที่ 71. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.507 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 72.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก

สถานภาพ	เสริมจมูก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	73	245	318	0.625 (0.732)
	18.3%	61.3%	79.5%	
สมรส	21	60	81	
	5.3%	15.0%	20.3%	
แยกกันอยู่/ หย่าร้าง	0	1	1	
	0.0%	.3%	.3%	

จากตารางที่ 72. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.625 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกกล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 73.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง

สถานภาพ	เสริมคาง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	285	33	318	0.381 (0.826)
	71.3%	8.3%	79.5%	
สมรส	71	10	81	
	17.8%	2.5%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 73. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.381 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคางกล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 74. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศีลกรรมประเภททำตา 2 ชั้น

สถานภาพ	ทำตา 2 ชั้น		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	259	59	318	6.164 (0.046*)
	64.8%	14.8%	79.5%	
สมรส	56	25	81	
	14.0%	6.3%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 74. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.164 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพมีผลต่อศีลกรรมประเภททำตา 2 ชั้น กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อศีลกรรมประเภททำตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 75. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศีลกรรมประเภททำปาก

สถานภาพ	ทำปาก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	300	18	318	6.100 (0.047*)
	75.0%	4.5%	79.5%	
สมรส	70	11	81	
	17.5%	2.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 75. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.100 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพมีผลต่อศีลกรรมประเภททำปาก กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อศีลกรรมประเภททำปาก ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 76. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศีลกรรมประเภทตั้งหน้า

สถานภาพ	ตั้งหน้า		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	306	12	318	3.432 (0.180)
	76.5%	3.0%	79.5%	
สมรส	74	7	81	
	18.5%	1.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 76. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 3.432 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศีลกรรมประเภทตั้งหน้ากล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศีลกรรมประเภทตั้งหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 77. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศีลกรรมประเภทตัดกรม

สถานภาพ	ตัดกรม		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	310	8	318	1.333 (0.514)
	77.5%	2.0%	79.5%	
สมรส	77	4	81	
	19.3%	1.0%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 77. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 1.333 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศีลกรรมประเภทตัดกรมกล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศีลกรรมประเภทตัดกรมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 78. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนก

สถานภาพ	ทูปโหนก,ตัดโหนก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	297	21	318	2.098 (0.350)
	74.3%	5.3%	79.5%	
สมรส	79	2	81	
	19.8%	.5%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 78. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 2.098 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนก กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททูปโหนก,ตัดโหนกที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 79. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line

สถานภาพ	ปรับโครงหน้า V-Line		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	261	57	318	4.330 (0.115)
	65.3%	14.3%	79.5%	
สมรส	74	7	81	
	18.5%	1.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

จากตารางที่ 79. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.330 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 80.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ

สถานภาพ	อื่นๆ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
โสด	314	4	318	2.264 (0.322)
	78.5%	1.0%	79.5%	
สมรส	78	3	81	
	19.5%	.8%	20.3%	
แยกกันอยู่/หย่าร้าง	1	0	1	
	.3%	0.0%	.3%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงไตดำ, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 80. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 2.264 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ กล่าวคือ สถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ เช่น ผ่าตัดถุงไตดำ, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 81.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0	0	0	1	3	34.047 (0.005*)
	.5%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	4	2	1	0	18	
	2.8%	1.0%	.5%	.3%	0.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	14	5	1	2	1	23	
	3.5%	1.3%	.3%	.5%	.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	192	77	27	16	6	318	
	48.0%	19.3%	6.8%	4.0%	1.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	13	21	2	1	1	38	
	3.3%	5.3%	.5%	.3%	.3%	9.5%	

จากตารางที่ 81. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 34.047 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษามีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 82.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

ระดับการศึกษา	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อแก้ไขปัญหาความบกพร่องบนใบหน้า	เพื่อสร้างความมั่นใจของตนเอง	เพื่อความก้าวหน้าทางด้านการงาน	เพื่อครอบครัว/คนรัก	เพื่อตามแฟชั่น	เพื่อความต้องการส่วนตัว		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0	1	0	0	1	3	34.135 (0.025*)
	.3%	0.0%	.3%	0.0%	0.0%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2	11	0	1	0	4	18	
	.5%	2.8%	0.0%	.3%	0.0%	1.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	10	2	3	0	5	23	
	.8%	2.5%	.5%	.8%	0.0%	1.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	47	216	16	4	4	31	318	
	11.8%	54.0%	4.0%	1.0%	1.0%	7.8%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	7	24	3	2	0	2	38	
	1.8%	6.0%	.8%	.5%	0.0%	.5%	9.5%	

จากตารางที่ 82. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 34.135 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษามีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำกิจกรรมเสริมความงามบนใบหน้า กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำกิจกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 83.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำกิจกรรม

ระดับการศึกษา	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำกิจกรรม					รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารา/ นักร้อง	ความ ต้องการ ส่วนตัว		
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0	0	0	3	3	33.254 (0.007*)
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.8%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	2	3	2	10	18	
	.3%	.5%	.8%	.5%	2.5%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	7	4	2	0	10	23	
	1.8%	1.0%	.5%	0.0%	2.5%	5.8%	
ปริญญาตรี	56	33	15	3	211	318	
	14.0%	8.3%	3.8%	.8%	52.8%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3	8	2	0	25	38	
	.8%	2.0%	.5%	0.0%	6.3%	9.5%	

จากตารางที่ 83. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 33.254 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษามีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำกิจกรรม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำกิจกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 84. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่  
ศัลยกรรม

ระดับ การศึกษา	ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จากแหล่งใด								รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน แนะนำ	หนังสือพิมพ์	ป้าย ประกาศ	โทรทัศน์	เว็บไซต์	เฟสบุ๊ก	อินสตา แกรม	ไลน์		
มัธยมศึกษา ตอนต้น	1	0	0	0	0	2	0	0	3	27.337  (0.500)
	.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.5%	0.0%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	9	0	0	0	1	7	1	0	18	
	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	1.8%	.3%	0.0%	4.5%	
อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	10	1	0	0	3	7	1	1	23	
	2.5%	.3%	0.0%	0.0%	.8%	1.8%	.3%	.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	76	2	2	3	34	163	37	1	318	
	19.0%	.5%	.5%	.8%	8.5%	40.8%	9.3%	.3%	79.5%	
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	13	1	0	1	2	17	3	1	38	
	3.3%	.3%	0.0%	.3%	.5%	4.3%	.8%	.3%	9.5%	

จากตารางที่ 84. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 27.337 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมี  
ค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่  
ศัลยกรรม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม ที่ไม่  
แตกต่างกัน

ตารางที่ 85. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

ระดับการศึกษา	โรงพยาบาลรัฐ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	0	3	3.069 (0.546)
	.8%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18	0	18	
	4.5%	0.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	2	23	
	5.3%	.5%	5.8%	
ปริญญาตรี	308	10	318	
	77.0%	2.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	36	2	38	
	9.0%	.5%	9.5%	

จากตารางที่ 85. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 3.069 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 86.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรม  
ตกแต่งความงาม

ระดับการศึกษา	โรงพยาบาลเอกชน		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	4.594 (0.331)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	1	18	
	4.3%	.3%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	20	3	23	
	5.0%	.8%	5.8%	
ปริญญาตรี	286	32	318	
	71.5%	8.0%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	31	7	38	
	7.8%	1.8%	9.5%	

จากตารางที่ 86. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.594 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 87. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม

ระดับการศึกษา	คลินิกที่มีชื่อเสียง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2	3	12.664 (0.013*)
	.3%	.5%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	17	18	
	.3%	4.3%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	5	18	23	
	1.3%	4.5%	5.8%	
ปริญญาตรี	20	298	318	
	5.0%	74.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	6	32	38	
	1.5%	8.0%	9.5%	

จากตารางที่ 87. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 12.664 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษามีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรม ตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 88. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่  
ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

ระดับการศึกษา	ทวิรศัลยกรรมเกาหลี		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	0	3	9.376 (0.052)
	.8%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18	0	18	
	4.5%	0.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	2	23	
	5.3%	.5%	5.8%	
ปริญญาตรี	315	3	318	
	78.8%	.8%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	37	1	38	
	9.3%	.3%	9.5%	

จากตารางที่ 88. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.376 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่  
ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่  
ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 89. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

ระดับการศึกษา	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม						รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ราคา	คุณภาพ/ ผลลัพธ์ที่ ได้	ชื่อเสียง	ที่ตั้ง	ความ สะอาด	ความ ปลอดภัย		
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	2	0	0	1	0	3	24.245 (0.232)
	0.0%	.5%	0.0%	0.0%	.3%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3	9	2	0	1	3	18	
	.8%	2.3%	.5%	0.0%	.3%	.8%	4.5%	
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	2	11	3	0	4	3	23	
	.5%	2.8%	.8%	0.0%	1.0%	.8%	5.8%	
ปริญญาตรี	18	220	33	3	10	34	318	
	4.5%	55.0%	8.3%	.8%	2.5%	8.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2	23	5	0	3	5	38	
	.5%	5.8%	1.3%	0.0%	.8%	1.3%	9.5%	

จากตารางที่ 89. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 24.245 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 90. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

ระดับการศึกษา	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ได้รูปแบบตามที่ต้องการ	มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น	ไม่มีอาการแทรกซ้อน	อื่นๆ		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0	1	0	3	26.041 (0.011*)
	.5%	0.0%	.3%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	9	6	3	0	18	
	2.3%	1.5%	.8%	0.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	10	11	1	1	23	
	2.5%	2.8%	.3%	.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	182	114	22	0	318	
	45.5%	28.5%	5.5%	0.0%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	22	15	1	0	38	
	5.5%	3.8%	.3%	0.0%	9.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ได้รับความสนใจจากเพศตรงข้ามมากขึ้น, มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, แฟนเก่ากลับมา

จากตารางที่ 90. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 26.041 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 91. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

ระดับการศึกษา	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	10,000-20,000	20,000-30,000	30,000-40,000	มากกว่า 40,000 ขึ้นไป		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0	0	1	3	19.387  (0.080)
	.5%	0.0%	0.0%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	12	4	0	2	18	
	3.0%	1.0%	0.0%	.5%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	9	7	4	3	23	
	2.3%	1.8%	1.0%	.8%	5.8%	
ปริญญาตรี	161	104	30	23	318	
	40.3%	26.0%	7.5%	5.8%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	13	11	9	5	38	
	3.3%	2.8%	2.3%	1.3%	9.5%	

จากตารางที่ 91. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 19.387 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 92.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม				รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 1 เดือน	1-2 เดือน	2-3 เดือน	3 เดือนขึ้นไป		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	0	0	3	52.094 (0.000*)
	.5%	.3%	0.0%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	3	10	2	3	18	
	.8%	2.5%	.5%	.8%	4.5%	
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	2	6	6	9	23	
	.5%	1.5%	1.5%	2.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	18	81	130	89	318	
	4.5%	20.3%	32.5%	22.3%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	1	5	9	23	38	
	.3%	1.3%	2.3%	5.8%	9.5%	

จากตารางที่ 92. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 52.094 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษามีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 93. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก

ระดับการศึกษา	เสริมจมูก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2	3	1.394 (0.845)
	.3%	.5%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	12	18	
	1.5%	3.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	6	17	23	
	1.5%	4.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	73	245	318	
	18.3%	61.3%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	8	30	38	
	2.0%	7.5%	9.5%	

จากตารางที่ 93. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 1.394 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 94. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง

ระดับการศึกษา	เสริมคาง		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	4.524 (0.340)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	14	4	18	
	3.5%	1.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	20	3	23	
	5.0%	.8%	5.8%	
ปริญญาตรี	287	31	318	
	71.8%	7.8%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	34	4	38	
	8.5%	1.0%	9.5%	

จากตารางที่ 94. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.524 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคางกล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 95. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น

ระดับการศึกษา	ทำตา 2 ชั้น		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2	3	11.737 (0.019*)
	.3%	.5%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	7	18	
	2.8%	1.8%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	16	7	23	
	4.0%	1.8%	5.8%	
ปริญญาตรี	261	57	318	
	65.3%	14.3%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	27	11	38	
	6.8%	2.8%	9.5%	



จากตารางที่ 95. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 11.737 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 96. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภททำปาก

ระดับการศึกษา	ทำปาก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	8.359 (0.079)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15	3	18	
	3.8%	.8%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	20	3	23	
	5.0%	.8%	5.8%	
ปริญญาตรี	300	18	318	
	75.0%	4.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	34	4	38	
	8.5%	1.0%	9.5%	

จากตารางที่ 96. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 8.359 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปาก กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปาก ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 97. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทdingหน้า

ระดับการศึกษา	dingหน้า		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	6.565  (0.161)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	1	18	
	4.3%	.3%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	2	23	
	5.3%	.5%	5.8%	
ปริญญาตรี	305	13	318	
	76.3%	3.3%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	36	2	38	
	9.0%	.5%	9.5%	

จากตารางที่ 97. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 6.565 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทdingหน้ากล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทdingหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 98. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทตัดกราม

ระดับการศึกษา	ตัดกราม		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	14.516  (0.006*)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	1	18	
	4.3%	.3%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	22	1	23	
	5.5%	.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	312	6	318	
	78.0%	1.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	35	3	38	
	8.8%	.8%	9.5%	

จากตารางที่ 98. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 14.516 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษามีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรามกล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรามแตกต่างกัน

**ตารางที่ 99.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภททุบโหนก, ตัดโหนก

ระดับการศึกษา	ทุบโหนก, ตัดโหนก		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	4.715 (0.318)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	1	18	
	4.3%	.3%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	22	1	23	
	5.5%	.3%	5.8%	
ปริญญาตรี	301	17	318	
	75.3%	4.3%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	35	3	38	
	8.8%	.8%	9.5%	

จากตารางที่ 99. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 4.715 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก, ตัดโหนก กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก, ตัดโหนกที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 100. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line

ระดับการศึกษา	ปรับโครงหน้า V-Line		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	3	3.844 (0.427)
	.5%	.3%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15	3	18	
	3.8%	.8%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	2	23	
	5.3%	.5%	5.8%	
ปริญญาตรี	263	55	318	
	65.8%	13.8%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	35	3	38	
	8.8%	.8%	9.5%	

จากตารางที่ 100. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 3.844 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภท ปรับโครงหน้า V-Line ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 101. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ

ระดับการศึกษา	อื่นๆ		รวม	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	0	3	0.990 (0.911)
	.8%	0.0%	.8%	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18	0	18	
	4.5%	0.0%	4.5%	
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	23	0	23	
	5.8%	0.0%	5.8%	
ปริญญาตรี	312	6	318	
	78.0%	1.5%	79.5%	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	37	1	38	
	9.3%	.3%	9.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดงูไต่ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 101. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.990 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ เช่น ผ่าตัดงูไต่ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์ ที่ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 102.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

อาชีพ	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
นักเรียน/นักศึกษา	23	4	0	0	0	27	59.272 (0.000*)
	5.8%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	14	6	3	3	1	27	6.8%
	3.5%	1.5%	.8%	.8%	.3%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	132	53	16	5	3	209	52.3%
	33.0%	13.3%	4.0%	1.3%	.8%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	16	5	11	0	61	15.3%
	7.3%	4.0%	1.3%	2.8%	0.0%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	34	27	7	1	5	74	18.5%
	8.5%	6.8%	1.8%	.3%	1.3%	18.5%	
อื่นๆ	0	1	1	0	0	2	.5%
	0.0%	.3%	.3%	0.0%	0.0%	.5%	

จากตารางที่ 102. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 59.272 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 103. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

อาชีพ	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด						Total	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อแก้ไข ปัญหา ความ บกพร่อง บนใบหน้า	เพื่อสร้าง ความ มั่นใจของ ตนเอง	เพื่อ ความก้าวหน้า ทางด้านการ งาน	เพื่อ ครอบครัว/ คนรัก	เพื่อตาม แฟชั่น ดารา/ นักร้อง	เพื่อความ ต้องการ ส่วนตัว		
นักเรียน/ นักศึกษา	6	14	0	1	1	5	27	34.699  (0.094)
	1.5%	3.5%	0.0%	.3%	.3%	1.3%	6.8%	
ข้าราชการ	9	12	1	1	0	4	27	6.8%
	2.3%	3.0%	.3%	.3%	0.0%	1.0%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	24	149	12	5	2	17	209	52.3%
	6.0%	37.3%	3.0%	1.3%	.5%	4.3%	52.3%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	9	42	2	1	1	6	61	15.3%
	2.3%	10.5%	.5%	.3%	.3%	1.5%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	11	44	6	2	0	11	74	18.5%
	2.8%	11.0%	1.5%	.5%	0.0%	2.8%	18.5%	
อื่นๆ	1	0	1	0	0	0	2	.5%
	.3%	0.0%	.3%	0.0%	0.0%	0.0%	.5%	

จากตารางที่ 103. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 34.699 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 104. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม

อาชีพ	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารา/ นักร้อง	ความต้องการ ส่วนตัว		
นักเรียน/ นักศึกษา	3	2	4	2	16	27	63.310 (0.000*)
	.8%	.5%	1.0%	.5%	4.0%	6.8%	
ข้าราชการ	7	3	3	0	14	27	63.310 (0.000*)
	1.8%	.8%	.8%	0.0%	3.5%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	29	27	8	2	143	209	63.310 (0.000*)
	7.3%	6.8%	2.0%	.5%	35.8%	52.3%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	13	8	4	0	36	61	63.310 (0.000*)
	3.3%	2.0%	1.0%	0.0%	9.0%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	15	7	3	0	49	74	63.310 (0.000*)
	3.8%	1.8%	.8%	0.0%	12.3%	18.5%	
อื่นๆ	0	0	0	1	1	2	63.310 (0.000*)
	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	.3%	.5%	

จากตารางที่ 104. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไ้มีค่า 63.310 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพมีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 105. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม

อาชีพ	ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จากแหล่งใด								Total	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน แนะนำ	หนังสือพิมพ์	ป้าย ประกาศ	โทรทัศน์	เว็บ ไซด์	เฟซบุ๊ก	อินستا แกรม	ไลน์		
นักเรียน/ นักศึกษา	10	0	0	1	5	7	3	1	27	105.789  (0.000*)
	2.5%	0.0%	0.0%	.3%	1.3%	1.8%	.8%	.3%	6.8%	
ข้าราชการ	12	1	0	1	5	7	1	0	27	105.789  (0.000*)
	3.0%	.3%	0.0%	.3%	1.3%	1.8%	.3%	0.0%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	49	2	2	0	17	111	27	1	209	105.789  (0.000*)
	12.3%	.5%	.5%	0.0%	4.3%	27.8%	6.8%	.3%	52.3%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	18	0	0	1	3	36	3	0	61	105.789  (0.000*)
	4.5%	0.0%	0.0%	.3%	.8%	9.0%	.8%	0.0%	15.3%	
ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	20	1	0	1	10	34	8	0	74	105.789  (0.000*)
	5.0%	.3%	0.0%	.3%	2.5%	8.5%	2.0%	0.0%	18.5%	
อื่นๆ	0	0	0	0	0	1	0	1	2	105.789  (0.000*)
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	0.0%	.3%	.5%	

จากตารางที่ 105. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 105.789 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 106. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

อาชีพ	โรงพยาบาลรัฐ		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	26	1	27	11.218 (0.047*)
	6.5%	.3%	6.8%	
ข้าราชการ	23	4	27	
	5.8%	1.0%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	204	5	209	
	51.0%	1.3%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59	2	61	
	14.8%	.5%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	72	2	74	
	18.0%	.5%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีตี้

จากตารางที่ 106. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 11.218 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพมีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 107. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

อาชีพ	โรงพยาบาลเอกชน		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	25	2	27	4.630 (0.463)
	6.3%	.5%	6.8%	
ข้าราชการ	21	6	27	4.630 (0.463)
	5.3%	1.5%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	189	20	209	4.630 (0.463)
	47.3%	5.0%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	7	61	4.630 (0.463)
	13.5%	1.8%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	65	9	74	4.630 (0.463)
	16.3%	2.3%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	4.630 (0.463)
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 107. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 108. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลยกรรมตกแต่่งความงาม

อาชีพ	คลินิกที่มีชื่อเสียง		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	2	25	27	2.214 (0.819)
	.5%	6.3%	6.8%	
ข้าราชการ	4	23	27	
	1.0%	5.8%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	16	193	209	
	4.0%	48.3%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	57	61	
	1.0%	14.3%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	7	67	74	
	1.8%	16.8%	18.5%	
อื่นๆ	0	2	2	
	0.0%	.5%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีตี้

จากตารางที่ 108. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 2.214 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลยกรรมตกแต่่งความงาม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำให้ลยกรรมตกแต่่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 109. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทวิร์ศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

อาชีพ	ทวิร์ศัลยกรรมเกาหลี		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	27	0	27	1.114 (0.953)
	6.8%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	27	0	27	
	6.8%	0.0%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	205	4	209	
	51.3%	1.0%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	1	61	
	15.0%	.3%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	73	1	74	
	18.3%	.3%	18.5%	
อื่นๆ***	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีตี้

จากตารางที่ 109. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 1.114 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อทวิร์ศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทวิร์ศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงามที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 110. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

อาชีพ	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม						Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ราคา	คุณภาพ/ ผลลัพธ์ที่ ได้	ชื่อเสียง	ที่ตั้ง	ความ สะอาด	ความ ปลอดภัย		
นักเรียน/ นักศึกษา	8	7	6	0	3	3	27	57.744  (0.000*)
	2.0%	1.8%	1.5%	0.0%	.8%	.8%	6.8%	
ข้าราชการ	1	14	3	0	4	5	27	6.8%
	.3%	3.5%	.8%	0.0%	1.0%	1.3%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	11	152	15	2	7	22	209	52.3%
	2.8%	38.0%	3.8%	.5%	1.8%	5.5%	52.3%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2	41	7	1	4	6	61	15.3%
	.5%	10.3%	1.8%	.3%	1.0%	1.5%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3	49	12	0	1	9	74	18.5%
	.8%	12.3%	3.0%	0.0%	.3%	2.3%	18.5%	
อื่นๆ***	0	2	0	0	0	0	2	.5%
	0.0%	.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 110. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 57.744 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 111. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

อาชีพ	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ได้รูปแบบ ตามที่ ต้องการ	มีความมั่นใจใน ตนเองมากขึ้น	ไม่มีอาการ แทรกซ้อน	อื่นๆ***		
นักเรียน/ นักศึกษา	12	13	2	0	27	211.340 (0.000*)
	3.0%	3.3%	.5%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	9	14	4	0	27	
	2.3%	3.5%	1.0%	0.0%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	123	70	16	0	209	
	30.8%	17.5%	4.0%	0.0%	52.3%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	35	22	4	0	61	
	8.8%	5.5%	1.0%	0.0%	15.3%	
ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	45	27	2	0	74	
	11.3%	6.8%	.5%	0.0%	18.5%	
อื่นๆ**	1	0	0	1	2	
	.3%	0.0%	0.0%	.3%	.5%	

\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีตี้

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ได้รับความสนใจจากเพศตรงข้ามมากขึ้น, มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, แพนเก่ากลับมา

จากตารางที่ 111. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 211.340 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพมีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 112. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

อาชีพ	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	10,000-20,000	20,000-30,000	30,000-40,000	มากกว่า 40,000 ขึ้นไป		
นักเรียน/นักศึกษา	13	11	2	1	27	59.620 (0.000*)
	3.3%	2.8%	.5%	.3%	6.8%	
ข้าราชการ	7	10	7	3	27	
	1.8%	2.5%	1.8%	.8%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	129	59	13	8	209	
	32.3%	14.8%	3.3%	2.0%	52.3%	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	20	22	5	14	61	
	5.0%	5.5%	1.3%	3.5%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	27	24	15	8	74	
	6.8%	6.0%	3.8%	2.0%	18.5%	
อื่นๆ	1	0	1	0	2	
	.3%	0.0%	.3%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 112. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 59.620 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพมีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 113. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

อาชีพ	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 1 เดือน	1-2 เดือน	2-3 เดือน	3 เดือนขึ้นไป		
นักเรียน/นักศึกษา	4	10	7	6	27	24.519 (0.057)
	1.0%	2.5%	1.8%	1.5%	6.8%	
ข้าราชการ	2	7	8	10	27	24.519 (0.057)
	.5%	1.8%	2.0%	2.5%	6.8%	
พนักงาน บริษัทเอกชน	9	51	94	55	209	24.519 (0.057)
	2.3%	12.8%	23.5%	13.8%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	16	15	27	61	24.519 (0.057)
	.8%	4.0%	3.8%	6.8%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	8	18	22	26	74	24.519 (0.057)
	2.0%	4.5%	5.5%	6.5%	18.5%	
อื่นๆ	0	1	1	0	2	24.519 (0.057)
	0.0%	.3%	.3%	0.0%	.5%	

จากตารางที่ 113. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 24.519 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 114. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับคัลยกรรมประเภทเสริมจมูก

อาชีพ	เสริมจมูก		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	8	19	27	12.841 (0.025*)
	2.0%	4.8%	6.8%	
ข้าราชการ	7	20	27	
	1.8%	5.0%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	39	170	209	
	9.8%	42.5%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	41	61	
	5.0%	10.3%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	18	56	74	
	4.5%	14.0%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 114. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 12.841 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพมีผลต่อคัลยกรรมประเภทเสริมจมูกกล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อคัลยกรรมประเภทเสริมจมูกที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 115. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง

อาชีพ	เสริมคาง		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	23	4	27	8.556 (0.128)
	5.8%	1.0%	6.8%	
ข้าราชการ	26	1	27	
	6.5%	.3%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	186	23	209	
	46.5%	5.8%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3	61	
	14.5%	.8%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	63	11	74	
	15.8%	2.8%	18.5%	
อื่นๆ	1	1	2	
	.3%	.3%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 115. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.556 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคางกล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 116. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น

อาชีพ	ทำตา 2 ชั้น		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	19	8	27	6.860 (0.231)
	4.8%	2.0%	6.8%	
ข้าราชการ	21	6	27	
	5.3%	1.5%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	172	37	209	
	43.0%	9.3%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	11	61	
	12.5%	2.8%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	52	22	74	
	13.0%	5.5%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 116. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.860 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 117. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภททำปาก

อาชีพ	ทำปาก		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	24	3	27	4.019 (0.547)
	6.0%	.8%	6.8%	
ข้าราชการ	24	3	27	
	6.0%	.8%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	198	11	209	
	49.5%	2.8%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	4	61	
	14.3%	1.0%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	66	8	74	
	16.5%	2.0%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 117. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 4.019 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปากกล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปาก ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 118. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทดิงหน้า

อาชีพ	ดิงหน้า		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	27	0	27	9.591 (0.088)
	6.8%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	26	1	27	
	6.5%	.3%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	203	6	209	
	50.8%	1.5%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	4	61	
	14.3%	1.0%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	66	8	74	
	16.5%	2.0%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 118. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.591 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทดิงหน้ากล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทดิงหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 119. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทตัดกราม

อาชีพ	ตัดกราม		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	27	0	27	8.523 (0.130)
	6.8%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	27	0	27	
	6.8%	0.0%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	205	4	209	
	51.3%	1.0%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	5	61	
	14.0%	1.3%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	71	3	74	
	17.8%	.8%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 119. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.523 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรามกล่าวคืออาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดกรามที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 120. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนก

อาชีพ	ทุบโหนก,ตัดโหนก		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	27	0	27	27.008 (0.000*)
	6.8%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	26	1	27	
	6.5%	.3%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	203	6	209	
	50.8%	1.5%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	12	61	
	12.3%	3.0%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	70	4	74	
	17.5%	1.0%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 120. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 27.008 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพมีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนกกล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนกที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 121. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line

อาชีพ	ปรับโครงหน้า V-Line		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	24	3	27	17.208 (0.004*)
	6.0%	.8%	6.8%	
ข้าราชการ	26	1	27	
	6.5%	.3%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	177	32	209	
	44.3%	8.0%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	19	61	
	10.5%	4.8%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	66	8	74	
	16.5%	2.0%	18.5%	
อื่นๆ	1	1	2	
	.3%	.3%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 121. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 17.208 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพมีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภท ปรับโครงหน้า V-Line ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 122. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ

อาชีพ	อื่นๆ		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
นักเรียน/นักศึกษา	27	0	27	15.115 (0.010*)
	6.8%	0.0%	6.8%	
ข้าราชการ	24	3	27	
	6.0%	.8%	6.8%	
พนักงานบริษัทเอกชน	207	2	209	
	51.8%	.5%	52.3%	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	1	61	
	15.0%	.3%	15.3%	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	73	1	74	
	18.3%	.3%	18.5%	
อื่นๆ	2	0	2	
	.5%	0.0%	.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 122. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 15.115 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า อาชีพมีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ เช่น ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท์อก, ฟิวเจอร์ กล่าวคือ อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 123. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	20	4	1	1	1	27	95.130 (0.000*)
	5.0%	1.0%	.3%	.3%	.3%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	136	34	10	3	1	184	
	34.0%	8.5%	2.5%	.8%	.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	43	39	14	12	1	109	
	10.8%	9.8%	3.5%	3.0%	.3%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	19	10	2	2	1	34	
	4.8%	2.5%	.5%	.5%	.3%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	7	11	1	1	0	20	
	1.8%	2.8%	.3%	.3%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	7	9	4	1	5	26	
	1.8%	2.3%	1.0%	.3%	1.3%	6.5%	

จากตารางที่ 123. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 95.130 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศมีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 124. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือก  
ทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

รายได้ต่อเดือน	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด						Total	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อแก้ไข ปัญหา ความ บกพร่อง บน ใบหน้า	เพื่อสร้าง ความ มั่นใจของ ตนเอง	เพื่อ ความก้าวหน้า ทางด้านการ งาน	เพื่อ ครอบครัว/ คนรัก	เพื่อตาม แฟชั่น ดารา/ นักร้อง	เพื่อความ ต้องการ ส่วนตัว		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	5	16	0	1	1	4	27	35.233  (0.084)
	1.3%	4.0%	0.0%	.3%	.3%	1.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	24	132	6	2	1	19	184	
	6.0%	33.0%	1.5%	.5%	.3%	4.8%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	12	73	8	2	2	12	109	
	3.0%	18.3%	2.0%	.5%	.5%	3.0%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	9	18	1	3	0	3	34	
	2.3%	4.5%	.3%	.8%	0.0%	.8%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	4	10	3	1	0	2	20	
	1.0%	2.5%	.8%	.3%	0.0%	.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	6	12	4	1	0	3	26	
	1.5%	3.0%	1.0%	.3%	0.0%	.8%	6.5%	

จากตารางที่ 124. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 35.233 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือก  
ทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อเหตุผลในการ  
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 125. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม

รายได้ต่อเดือน	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม					Total	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน	คนรัก	ครอบครัว	ดารา/นักร้อง	ความต้องการส่วนตัว		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3	2	1	1	20	27	37.442 (0.010*)
	.8%	.5%	.3%	.3%	5.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	19	21	9	1	134	184	
	4.8%	5.3%	2.3%	.3%	33.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	24	14	4	1	66	109	
	6.0%	3.5%	1.0%	.3%	16.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	10	4	5	0	15	34	
	2.5%	1.0%	1.3%	0.0%	3.8%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	4	2	2	0	12	20	
	1.0%	.5%	.5%	0.0%	3.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	7	4	1	2	12	26	
	1.8%	1.0%	.3%	.5%	3.0%	6.5%	

จากตารางที่ 125. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 37.442 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 126. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการรับรู้ข้อมูลของสถานที่  
ศัลยกรรม

รายได้ต่อเดือน	ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จากแหล่งใด								Total	$\chi^2$ (Sig.)
	เพื่อน แนะนำ	หนังสือพิมพ์	ป้าย ประกาศ	โทรทัศน์	เว็บไซต์	เฟซบุ๊ก	อินสตา แกรม	ไลน์		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	10	0	0	0	1	13	2	1	27	69.395  (0.000*)
	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	.3%	3.3%	.5%	.3%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	39	2	1	1	14	105	22	0	184	
	9.8%	.5%	.3%	.3%	3.5%	26.3%	5.5%	0.0%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	25	1	0	3	13	54	13	0	109	
	6.3%	.3%	0.0%	.8%	3.3%	13.5%	3.3%	0.0%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	16	0	0	0	6	10	2	0	34	
	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	2.5%	.5%	0.0%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	7	1	1	0	3	6	2	0	20	
	1.8%	.3%	.3%	0.0%	.8%	1.5%	.5%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	12	0	0	0	3	8	1	2	26	
	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	.8%	2.0%	.3%	.5%	6.5%	

จากตารางที่ 126. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 69.395 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่ง  
มีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม  
กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 127. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

รายได้ต่อเดือน	โรงพยาบาลรัฐ		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	0	27	14.001 (0.016*)
	6.8%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	182	2	184	
	45.5%	.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	103	6	109	
	25.8%	1.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	31	3	34	
	7.8%	.8%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	20	0	20	
	5.0%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	23	3	26	
	5.8%	.8%	6.5%	

จากตารางที่ 127. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 14.001 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อโรงพยาบาลรัฐที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงามที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 128.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรม  
ตกแต่งความงาม

รายได้ต่อเดือน	โรงพยาบาลเอกชน		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	25	2	27	14.679 (0.012*)
	6.3%	.5%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	173	11	184	
	43.3%	2.8%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	92	17	109	
	23.0%	4.3%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	29	5	34	
	7.3%	1.3%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	18	2	20	
	4.5%	.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	19	7	26	
	4.8%	1.8%	6.5%	

จากตารางที่ 128. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 14.679 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อโรงพยาบาลเอกชนที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน



**ตารางที่ 129.** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

รายได้ต่อเดือน	คลินิกที่มีชื่อเสียง		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	1	26	27	12.282 (0.031*)
	.3%	6.5%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	7	177	184	
	1.8%	44.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	14	95	109	
	3.5%	23.8%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	5	29	34	
	1.3%	7.3%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	2	18	20	
	.5%	4.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	4	22	26	
	1.0%	5.5%	6.5%	

จากตารางที่ 129. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 12.282 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อคลินิกที่มีชื่อเสียงที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 130. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม

รายได้ต่อเดือน	ทวิรศัลยกรรมเกาหลี		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	0	27	7.326 (0.198)
	6.8%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	183	1	184	
	45.8%	.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	107	2	109	
	26.8%	.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	32	2	34	
	8.0%	.5%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	20	0	20	
	5.0%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	25	1	26	
	6.3%	.3%	6.5%	

จากตารางที่ 130. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 7.326 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทวิรศัลยกรรมเกาหลีที่ทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 131. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม

รายได้ต่อเดือน	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม						Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ราคา	คุณภาพ/ ผลลัพธ์ที่ได้	ชื่อเสียง	ที่ตั้ง	ความสะอาด	ความปลอดภัย		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	9	11	2	0	1	4	27	54.895 (0.001*)
	2.3%	2.8%	.5%	0.0%	.3%	1.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	8	132	18	3	5	18	184	
	2.0%	33.0%	4.5%	.8%	1.3%	4.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	3	73	13	0	8	12	109	
	.8%	18.3%	3.3%	0.0%	2.0%	3.0%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	3	20	3	0	3	5	34	
	.8%	5.0%	.8%	0.0%	.8%	1.3%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	0	14	2	0	2	2	20	
	0.0%	3.5%	.5%	0.0%	.5%	.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	2	15	5	0	0	4	26	
	.5%	3.8%	1.3%	0.0%	0.0%	1.0%	6.5%	

จากตารางที่ 131. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 54.895 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 132. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

รายได้ต่อเดือน	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ได้รูปแบบตามที่ต้องการ	มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น	ไม่มีอาการแทรกซ้อน	อื่นๆ		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	14	9	4	0	27	20.795 (0.144)
	3.5%	2.3%	1.0%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	108	62	14	0	184	
	27.0%	15.5%	3.5%	0.0%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	59	45	5	0	109	
	14.8%	11.3%	1.3%	0.0%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	17	14	3	0	34	
	4.3%	3.5%	.8%	0.0%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	11	8	1	0	20	
	2.8%	2.0%	.3%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	16	8	1	1	26	
	4.0%	2.0%	.3%	.3%	6.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ได้รับความสนใจจากเพศตรงข้ามมากขึ้น, มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน, แฟนเก่ากลับมา

จากตารางที่ 132. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 20.795 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 133. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

รายได้ต่อเดือน	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	10,000-20,000	20,000-30,000	30,000-40,000	มากกว่า 40,000 ขึ้นไป		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	17	8	1	1	27	150.686 (0.000*)
	4.3%	2.0%	.3%	.3%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	131	47	3	3	184	
	32.8%	11.8%	.8%	.8%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	32	47	13	17	109	
	8.0%	11.8%	3.3%	4.3%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	8	16	8	2	34	
	2.0%	4.0%	2.0%	.5%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	4	4	10	2	20	
	1.0%	1.0%	2.5%	.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	5	4	8	9	26	
	1.3%	1.0%	2.0%	2.3%	6.5%	

จากตารางที่ 133. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 150.686 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 134. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

รายได้ต่อเดือน	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม				Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 1 เดือน	1-2 เดือน	2-3 เดือน	3 เดือนขึ้นไป		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3	13	5	6	27	52.184 (0.000*)
	.8%	3.3%	1.3%	1.5%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	12	42	92	38	184	
	3.0%	10.5%	23.0%	9.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	4	28	36	41	109	
	1.0%	7.0%	9.0%	10.3%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	3	10	9	12	34	
	.8%	2.5%	2.3%	3.0%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	1	6	2	11	20	
	.3%	1.5%	.5%	2.8%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	3	4	3	16	26	
	.8%	1.0%	.8%	4.0%	6.5%	

จากตารางที่ 134. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 52.184 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 135. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก

รายได้ต่อเดือน	เสริมจมูก		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	7	20	27	3.891 (0.565)
	1.8%	5.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	39	145	184	
	9.8%	36.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	26	83	109	
	6.5%	20.8%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	10	24	34	
	2.5%	6.0%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	3	17	20	
	.8%	4.3%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	9	17	26	
	2.3%	4.3%	6.5%	

จากตารางที่ 135. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 3.891 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูก กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมจมูกที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 136. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทเสริมคาง

รายได้ต่อเดือน	เสริมคาง		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	24	3	27	15.070 (0.010*)
	6.0%	.8%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	174	10	184	
	43.5%	2.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	95	14	109	
	23.8%	3.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	28	6	34	
	7.0%	1.5%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	17	3	20	
	4.3%	.8%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	19	7	26	
	4.8%	1.8%	6.5%	

จากตารางที่ 136. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 15.070 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภทเสริมคาง ที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 137. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น

รายได้ต่อเดือน	ทำตา 2 ชั้น		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	19	8	27	12.523 (0.028*)
	4.8%	2.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	155	29	184	
	38.8%	7.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	87	22	109	
	21.8%	5.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	26	8	34	
	6.5%	2.0%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	14	6	20	
	3.5%	1.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	15	11	26	
	3.8%	2.8%	6.5%	

จากตารางที่ 137. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 12.523 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 138. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภททำปาก

รายได้ต่อเดือน	ทำปาก		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	25	2	27	16.875 (0.005*)
	6.3%	.5%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	175	9	184	
	43.8%	2.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	102	7	109	
	25.5%	1.8%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	31	3	34	
	7.8%	.8%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	19	1	20	
	4.8%	.3%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	19	7	26	
	4.8%	1.8%	6.5%	

จากตารางที่ 138. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 16.875 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปากกล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททำปาก ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 139. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทดึ่งหน้า

รายได้ต่อเดือน	ดึ่งหน้า		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	0	27	8.315 (0.140)
	6.8%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	177	7	184	
	44.3%	1.8%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	104	5	109	
	26.0%	1.3%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	32	2	34	
	8.0%	.5%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	19	1	20	
	4.8%	.3%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	22	4	26	
	5.5%	1.0%	6.5%	

จากตารางที่ 139. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.491 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทดึ่งหน้ากล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทดึ่งหน้าที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 140. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทตัดGRAM

รายได้ต่อเดือน	ตัดGRAM		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	0	27	21.323 (0.001*)
	6.8%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	183	1	184	
	45.8%	.3%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	103	6	109	
	25.8%	1.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	33	1	34	
	8.3%	.3%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	20	0	20	
	5.0%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	22	4	26	
	5.5%	1.0%	6.5%	

จากตารางที่ 140. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 21.323 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดGRAM กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทตัดGRAMแตกต่างกัน

ตารางที่ 141. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนก

รายได้ต่อเดือน	ทุบโหนก,ตัดโหนก		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	0	27	18.940 (0.002*)
	6.8%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	180	4	184	
	45.0%	1.0%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	95	14	109	
	23.8%	3.5%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	32	2	34	
	8.0%	5%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	20	0	20	
	5.0%	0.0%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	23	3	26	
	5.8%	8%	6.5%	

จากตารางที่ 141. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มีค่า 18.940 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนก กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อศัลยกรรมประเภททุบโหนก,ตัดโหนกที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 142. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line

รายได้ต่อเดือน	ปรับโครงหน้า V-Line		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	23	4	27	4.493 (0.481)
	5.8%	1.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	158	26	184	
	39.5%	6.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	86	23	109	
	21.5%	5.8%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	28	6	34	
	7.0%	1.5%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	19	1	20	
	4.8%	.3%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	22	4	26	
	5.5%	1.0%	6.5%	

จากตารางที่ 142. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 4.493 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทปรับโครงหน้า V-Line กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภท ปรับโครงหน้า V-Line ที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 143. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับศัลยกรรมประเภทอื่นๆ

รายได้ต่อเดือน	อื่นๆ		Total	$\chi^2$ (Sig.)
	ไม่เลือก	เลือก		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	27	0	27	10.253 (0.068)
	6.8%	0.0%	6.8%	
15,001 – 20,000 บาท	182	2	184	
	45.5%	.5%	46.0%	
20,001 – 25,000 บาท	108	1	109	
	27.0%	.3%	27.3%	
25,001 – 30,000 บาท	33	1	34	
	8.3%	.3%	8.5%	
30,001 – 35,000 บาท	18	2	20	
	4.5%	.5%	5.0%	
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	25	1	26	
	6.3%	.3%	6.5%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงไตดำ, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบ้ท็อก, ฟิเลออร์

จากตารางที่ 143. ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 10.253 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ เช่น ผ่าตัดถุงไตดำ, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบ้ท็อก, ฟิเลออร์ กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อศัลยกรรมประเภทอื่นๆ ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 144.** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบน  
ใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม	เพศ		$\chi^2$ (Sig.)
	ชาย	หญิง	
ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงาม	(60) 15%	(340) 85%	6.491 (0.165)
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงาม	(60) 15%	(340) 85%	14.162 (0.015*)
มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม	(60) 15%	(340) 85%	7.189 (0.126)
ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จากแหล่งใด	(60) 15%	(340) 85%	16.249 (0.023*)
ท่านทำศัลยกรรมตกแต่งความงามในสถานที่ใด	(60) 15%	(340) 85%	4.882 (0.027*)
- โรงพยาบาลรัฐ	(60) 15%	(340) 85%	0.072 (0.788)
- โรงพยาบาลเอกชน	(60) 15%	(340) 85%	.985 (0.321)
- คลินิกที่มีชื่อเสียง	(60) 15%	(340) 85%	1.075 (0.300)
- ทิวร์ศัลยกรรมเกาหลี	(60) 15%	(340) 85%	11.256 (0.047*)
เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม	(60) 15%	(340) 85%	4.484 (0.214)
ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม	(60) 15%	(340) 85%	9.801 (0.020*)
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง	(60) 15%	(340) 85%	2.660 (0.447)
ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม	(60) 15%	(340) 85%	



**ตารางที่ 144.** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม	เพศ		$\chi^2$ (Sig.)
	ชาย	หญิง	
ประเภทของการศัลยกรรมที่ท่านเคยใช้บริการ	(60)	(340)	2.619
- เสริมจมูก	15%	85%	(0.106)
- เสริมคาง	(60)	(340)	0.491
	15%	85%	(0.483)
- ทำตา 2 ชั้น	(60)	(340)	0.232
	15%	85%	(0.630)
- ทำปาก	(60)	(340)	0.036
	15%	85%	(0.850)
- ดึงหน้า	(60)	(340)	0.313
	15%	85%	(0.576)
- ตัดกราม	(60)	(340)	0.027
	15%	85%	(0.870)
- ทุบโหนก, ตัดโหนก	(60)	(340)	4.306
	15%	85%	(0.038*)
- ปรับโครงหน้า V-Line	(60)	(340)	6.355
	15%	85%	(0.012*)
- อื่นๆ	(60)	(340)	1.029
	15%	85%	(0.310)

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 144. พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  และ (Sig.) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภครวมที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

**ตารางที่ 145.** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบน  
ใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม	อายุ						$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 - 35 ปี	36 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
ความถี่ในการเข้ารับบริการ สถาบันเสริมความงาม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	60.202 (0.000*)
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม เสริมความงาม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	35.352 (0.082)
มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจ ทำศัลยกรรม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	39.903 (0.005*)
ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม นี้จากแหล่งใด	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	75.136 (0.000*)
ท่านทำศัลยกรรมตกแต่ง ความงามในสถานที่ใด	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	4.464 (0.485)
- โรงพยาบาลรัฐ	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	20.831 (0.001*)
- คลินิกที่มีชื่อเสียง	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	4.913 (0.0427*)
- ทิวร์ศัลยกรรมเกาหลี	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	9.862 (0.079)
เหตุผลในการตัดสินใจเลือก สถานที่ในการทำศัลยกรรม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	62.578 (0.000*)
ผลที่คาดหวังก่อนการ ทำศัลยกรรม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	20.915 (0.140)
ราคาค่าใช้จ่ายในการ ทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	43.261 (0.000*)
ระยะเวลาในการตัดสินใจ เลือกทำศัลยกรรม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	51.145 (0.000*)

ตารางที่ 145. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถานเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงาม	อายุ						$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 25 ปี	26 – 30 ปี	31 - 35 ปี	36 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
ประเภทของการศัลยกรรมที่ ท่านเคยใช้บริการ	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	3.013 (0.698)
- เสริมจมูก	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	2.477 (0.780)
- เสริมคาง	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	2.477 (0.780)
- ทำตา 2 ชั้น	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	11.933 (0.036*)
- ทำปาก	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	5.031 (0.412)
- ดึงหน้า	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	8.508 (0.130)
- ตัดกราม	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	12.862 (0.025*)
- ทุบโหนก,ตัดโหนก	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	8.764 (0.119)
- ปรับโครงหน้า V-Line	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	1.197 (0.945)
- อื่นๆ	(12) 3.00%	(132) 33%	(173) 43.30%	(64) 16%	(13) 3.30%	(6) 1.50%	17.432 (0.004*)

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิเลอร์

จากตารางที่ 145. พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถานเสริมความงาม โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  และ (Sig.) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถานเสริมความงามที่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถานเสริมความงาม

ตารางที่ 146. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจ  
ทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม	สถานภาพ			$\chi^2$ (Sig.)
	โสด	สมรส	แยกกันอยู่/หย่า ร้าง	
ความถี่ในการเข้ารับบริการ สถาบันเสริมความงาม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	3.591 (0.892)
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม เสริมความงาม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	14.426 (0.154)
มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจ ทำศัลยกรรม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	12.179 (0.143)
ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรม นี้จากแหล่งใด	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	101.273 (0.000*)
ท่านทำศัลยกรรมตกแต่ง ความงามในสถานที่ใด	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	0.651 (0.722)
- โรงพยาบาลเอกชน	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	0.800 (0.670)
- คลินิกที่มีชื่อเสียง	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	11.607 (0.003*)
- ทิวร์ศัลยกรรมเกาหลี	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	8.129 (0.017*)
เหตุผลในการตัดสินใจเลือก สถานที่ในการทำศัลยกรรม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	20.780 (0.023*)
ผลที่คาดหวังก่อนการ ทำศัลยกรรม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	10.194 (0.117)
ราคาค่าใช้จ่ายในการ ทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	44.180 (0.000*)
ระยะเวลาในการตัดสินใจ เลือกทำศัลยกรรม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	8.507 (0.203)

ตารางที่ 146. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม	สถานภาพ			$\chi^2$ (Sig.)
	โสด	สมรส	แยกกันอยู่/หย่า ร้าง	
ประเภทของการศัลยกรรมที่ ท่านเคยใช้บริการ - เสริมจมูก	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	0.625 (0.732)
- เสริมคาง	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	0.381 (0.826)
- ทำตา 2 ชั้น	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	6.164 (0.046*)
- ทำปาก	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	6.100 (0.047*)
- ดึงหน้า	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	3.432 (0.180)
- ตัดกราม	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	1.333 (0.514)
- ทุบโหนก, ตัดโหนก	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	2.098 (0.350)
- ปรับโครงหน้า V-Line	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	4.330 (0.115)
- อื่นๆ	(318) 79.5%	(81) 20.3%	(1) .3%	2.264 (0.322)

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลาเลอร์

จากตารางที่ 146. พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  และ (Sig.) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามที่ไม่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

ตารางที่ 147. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมในการตัดสินใจ  
ทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริม ความงาม	ระดับการศึกษา					$\chi^2$ (Sig.)
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	
ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบัน เสริมความงาม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	34.047 (0.005*)
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความ งาม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	34.135 (0.025*)
มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	33.254 (0.007*)
ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จาก แหล่งใด	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	27.337 (0.500)
ท่านทำศัลยกรรมตกแต่งความงามใน สถานที่ใด	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	3.069 (0.546)
- โรงพยาบาลรัฐ	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	4.594 (0.331)
- โรงพยาบาลเอกชน	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	12.664 (0.013*)
- คลินิกที่มีชื่อเสียง	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	9.376 (0.052)
- ทวีร์ศัลยกรรมเกาหลี	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	24.245 (0.232)
เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ใน การทำศัลยกรรม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	26.041 (0.011*)
ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	19.387 (0.080)
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมใน แต่ละครั้ง	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	52.094 (0.000*)
ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	

**ตารางที่ 147.** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมในการตัดสินใจ  
ทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม	ระดับการศึกษา					$\chi^2$ (Sig.)
	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	
ประเภทของการศัลยกรรมที่ ท่านเคยใช้บริการ - เสริมจมูก	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	1.394 (0.845)
- เสริมคาง	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	4.524 (0.340)
- ทำตา 2 ชั้น	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	11.737 (0.019*)
- ทำปาก	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	8.359 (0.079)
- ดึงหน้า	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	6.565 (0.161)
- ตัดกราม	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	14.516 (0.006*)
- ทุบโหนก,ตัดโหนก	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	4.715 (0.318)
- ปรับโครงหน้า V-Line	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	3.844 (0.427)
- อื่นๆ	(3) 0.80%	(18) 4.50%	(23) 5.80%	(318) 79.50%	(38) 9.50%	0.990 (0.911)

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 147. พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  และ (Sig.) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีผลพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

**ตารางที่ 148.** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบน  
 ใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบัน เสริมความงาม	อาชีพ						$\chi^2$ (Sig.)
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ	
ความถี่ในการเข้ารับบริการ สถาบันเสริมความงาม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	59.272 (0.000*)
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริม ความงาม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	34.699 (0.094)
มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัล ยกรรม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	63.310 (0.000*)
ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้จาก แหล่งใด	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	105.789 (0.000*)
ท่านทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ในสถานที่ใด	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	11.218 (0.047*)
- โรงพยาบาลรัฐ	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	4.630 (0.463)
- โรงพยาบาลเอกชน	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	4.630 (0.463)
- คลินิกที่มีชื่อเสียง	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	2.214 (0.819)
- ทวีร์ศัลยกรรมเกาหลี	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	1.114 (0.953)
เหตุผลในการตัดสินใจเลือก สถานที่ในการทำศัลยกรรม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	57.744 (0.000*)
ผลที่คาดหวังก่อนการ ทำศัลยกรรม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	211.340 (0.000*)
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม ในแต่ละครั้ง	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	59.620 (0.000*)
ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	24.519 (0.057)

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้



ตารางที่ 148. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม	อาชีพ						$\chi^2$ (Sig.)
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่นๆ***	
ประเภทของการศัลยกรรมที่ ท่านเคยใช้บริการ	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	12.841 (0.025*)
- เสริมจมูก	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	8.556 (0.128)
- เสริมคาง	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	6.860 (0.231)
- ทำตา 2 ชั้น	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	4.019 (0.547)
- ทำปาก	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	9.591 (0.088)
- ดึงหน้า	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	8.523 (0.130)
- ตัดกราม	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	27.008 (0.000*)
- ทูบโหนก, ตัดโหนก	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	17.208 (0.004*)
- ปรับโครงหน้า V-Line	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	15.115 (0.010*)
- อื่นๆ**	(27) 6.80%	(27) 6.80%	(209) 52.30%	(61) 15.30%	(74) 18.50%	(2) 0.50%	

\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง แม่ค้าออนไลน์ ฟรีดตี้

จากตารางที่ 148. พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  และ (Sig.) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

**ตารางที่ 149.** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	
ความถี่ในการเข้ารับบริการ สถาบันเสริมความงาม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	95.130 (0.000*)
ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริม ความงาม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	35.233 (0.084)
มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัล ยกรรม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	37.442 (0.010*)
ข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมนี้ จากแหล่งใด	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	69.395 (0.000*)
ท่านทำศัลยกรรมตกแต่งความ งามในสถานที่ใด	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	14.001 (0.016*)
- โรงพยาบาลรัฐ	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	14.679 (0.012*)
- โรงพยาบาลเอกชน	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	12.282 (0.031*)
- คลินิกที่มีชื่อเสียง	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	7.326 (0.198)
- ทิวร์ศัลยกรรมเกาหลี	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	54.895 (0.001*)
เหตุผลในการตัดสินใจเลือก สถานที่ในการทำศัลยกรรม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	20.795 (0.144)
ผลที่คาดหวังก่อนการ ทำศัลยกรรม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	150.686 (0.000*)
ราคาค่าใช้จ่ายในการ ทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	52.184 (0.000*)
ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือก ทำศัลยกรรม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	

ตารางที่ 149. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงาม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						$\chi^2$ (Sig.)
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – 35,000 บาท	มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	
ประเภทของการศัลยกรรมที่ ท่านเคยใช้บริการ	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	3.891 (0.565)
- เสริมจมูก	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	15.070 (0.010*)
- เสริมคาง	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	12.523 (0.028*)
- ทำตา 2 ชั้น	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	16.875 (0.005*)
- ทำปาก	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	8.315 (0.140)
- ดึงหน้า	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	21.323 (0.001*)
- ตัดกราม	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	18.940 (0.002*)
- ทูบโหนก, ตัดโหนก	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	4.493 (0.481)
- ปรับโครงหน้า V-Line	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	10.253 (0.068)
- อื่นๆ	(27) 6.80%	(184) 46.00%	(109) 27.30%	(34) 8.50%	(20) 5.00%	(26) 6.50%	

\*\*\*หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง ผ่าตัดถุงใต้ตา, ฉีดไขมันที่ใบหน้า, ฉีดโบท็อก, ฟิลเลอร์

จากตารางที่ 149. พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า  $\chi^2$  และ (Sig.) พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามที่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม โดยการแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ (Multiple Response) และการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า chi square ( $\chi^2$ )

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ แสดงค่าร้อยละ

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของคำตอบ เปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลขและนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS for Windows) ในการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างด้วยค่า  $\chi^2$  เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาครอบคลุมประเด็นหลัก ๆ คือ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม จำนวน 400 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85 มีอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 สถานภาพโสด จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 184 คน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงาม เคยใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เคยการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม 1 ครั้ง/ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 เลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าเพื่อสร้างความมั่นใจของตนเอง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 มีความต้องการส่วนตัว ในการตัดสินใจทำศัลยกรรม จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 ทราบแหล่งข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมจาก เฟสบุ๊ก จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 เลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรมจาก คลินิกที่มีชื่อเสียง จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 เลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรมจาก คุณภาพ/ผลลัพธ์ที่ได้ จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 มีความคาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม คือ ใต้รูปแบบตามที่ต้องการ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม 10,000-20,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม 3 เดือนขึ้นไป จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 เลือกทำศัลยกรรมเสริมจมูก จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9

## 5.2 อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าของลูกค้าที่ใช้บริการสถาบันเสริมความงามแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

ในภาพรวมระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าที่สถาบันเสริมความงาม ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า เพศหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงามมากกว่าผู้ชาย ดังคำกล่าวของ ชูชัย สมितिโกร (2554 : 369) ได้กล่าวถึงคุณภาพของการบริการไว้ว่า หมายถึงการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพของการบริการ โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการตามการรับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันมากเพียงไร การบริการที่มีคุณภาพจะเป็นบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค

ในภาพรวมด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม เนื่องจากเพื่อสร้างความมั่นใจของตนเอง ทำเพื่อคนที่เรารัก

ในภาพรวมของสถานภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

ในภาพรวมของการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

ในภาพรวมของอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

ในภาพรวมของรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันไป มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าในสถาบันเสริมความงาม

ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยอื่นๆ ดังนี้

กนกวรรณ ทองรีน (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาดำรงหรือเทียบเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลกับการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับภาพพจน์และชื่อเสียงของคลินิกด้านราคาให้ความสำคัญกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับโฆษณาผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ ด้านพนักงานให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและชำนาญของแพทย์ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพความสะอาดของคลินิก พฤติกรรมการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้บริการ คือ เพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพดีอยู่เสมอ โปรแกรมที่ใช้บริการคือ ชัดและพอกผิว ช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 16.00-18.00 น. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือ ตัวเอง ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านเหตุผลที่ทันทัดสินใจใช้บริการและด้านโปรแกรมที่บริการ

สิริธารณ์ พูลพิพัฒน์ (2555) ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้และการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 8 คน โดยเป็นเพศชาย 3 คน เพศหญิง 5 คน มีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นปริญญาตรีจำนวน 5 คน ปริญญาโทจำนวน 3 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ตนเอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับว่าตนเองมีข้อบกพร่อง มีความคิดที่ต้องการแก้ไขข้อบกพร่องนั้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมจากคนใกล้ชิด คนในครอบครัว เมื่อได้รับรู้ข้อมูลทุกแง่มุมของการทำศัลยกรรมเสริมความงามแล้ว จึงมีการตัดสินใจไปทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งเป็นการตัดสินใจรวมจำนวน 5 คน ศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 1 คน ศัลยกรรมทั้งจมูกทั้งตา จำนวน 2 คน โดยข้อมูลการตัดสินใจ

ทำศัลยกรรมที่มีน้ำหนักมากที่สุด สำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านการเสริมบุคลิกภาพ และด้านการแนะนำจากบุคคลต่างๆ หลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการเปลี่ยนแปลงของหน้าตา มีการรับรู้ในร่างกายตนเองมากขึ้น และได้มีการรับรู้จากสังคมในเชิงบวก

กึ่งกาญจน์ ผิวเผือก (2555) พฤติกรรมการทำศัลยกรรมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจ และทัศนคติในการเลือกทำศัลยกรรมการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามโดยเลือกตัวอย่างจำนวน 354 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่เคยมีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมากที่สุด ส่วนประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมส่วนใหญ่แล้ว เคยทำ 1-2 ครั้ง ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมอยู่ระหว่าง 5,001- 10,000 บาทปัจจัยทางด้านพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมตกแต่งความงามเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพทางหน้าตา สร้างความมั่นใจให้เกิดแรงดึงดูดเพศตรงข้าม โดยประเภทของการศัลยกรรมที่ไปใช้บริการส่วนใหญ่คือ การเสริมจมูก รองลงมาคือ การทำตาสองชั้นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า บริการที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ส่วนใหญ่เห็นว่า ขั้นตอนการรักษาและการจ่ายเงินอธิบายได้อย่างชัดเจน และในด้านลักษณะทางกายภาพ ที่เห็นว่าการจัดสถานที่รอการให้บริการมีความเหมาะสมต่อการเสริมสร้างความมั่นใจของลูกค้าปัจจัยทางด้านทัศนคติในการทำศัลยกรรม ด้านความเชื่อส่วนใหญ่เห็นว่าการทำศัลยกรรม ทำให้สวยเหมือนดารา / นักร้องเกาหลีมากที่สุด ด้านความรู้ความเข้าใจส่วนใหญ่เห็นว่าการทำศัลยกรรมคุ้มค่างบค่าใช้จ่าย และด้านพฤติกรรม / ประสบการณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การทำศัลยกรรมได้รับอิทธิพลจากดารา/นักร้อง จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำศัลยกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมตกแต่งความงามเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพทางหน้าตา สร้างความมั่นใจให้ เกิดแรงดึงดูดเพศตรงข้ามปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเลือกสถานบริการที่มีเครื่องหมาย รับรองคุณภาพส่วนใหญ่เห็นว่าการทำศัลยกรรมทำให้สวยเหมือนดาราและนักร้อง

(ขวัญพร พันธุ์โหมงค์ 2555) ทำการศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหญิงอายุระหว่าง 18-23 ปีที่กำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 15 คน และนักศึกษาหญิงอายุระหว่าง 18-23 ปี ที่กำลัง

ศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 15 คน แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 แห่ง และมหาวิทยาลัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 แห่ง รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการสื่อสารอันประกอบด้วยช่องนั้น นักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีการใช้บุคคลในการหาค่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งนักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ร้อยละน้อยรายเท่านั้นที่ใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ในการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

จากข้อมูลที่นักศึกษาหญิงต้องการที่จะศึกษาหาข้อมูลมี 2 ประเด็นหลักคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ ข้อมูลแพทย์ ความปลอดภัย วัสดุที่ใช้ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้านราคา และด้านสถานที่ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ รูปภาพแสดงการเปรียบเทียบก่อนและหลังทำ กระตุ้นแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามปัญหาและผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม การดูแลรักษาหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และผลเสียของการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

โดยมีกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ 1) ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการหรือปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง 2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล 3) ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก และ 4) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยเหตุผลที่นักศึกษาหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ 1) ปัจจัยจากความต้องการส่วนตัว ได้แก่ อยากรวยและอยากดูดีขึ้น การเพิ่มความมั่นใจ และเสริมบุคลิกภาพ 2) ปัจจัยจากบุคคลอื่น ได้แก่ การที่ได้เห็นคนรู้จักทำศัลยกรรมเสริมความงามแล้วออกมาสวย และคนรัก 3) ปัจจัยด้านหน้าที่ ได้แก่ ช่วงใกล้จบการศึกษา ด้านการสมัครงาน และเพื่อประกวดและแสดงละคร เหตุผลเหล่านี้เป็นส่วนสนับสนุนในแง่ของกระบวนการตัดสินใจของนักศึกษาหญิง ซึ่งนักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำจุมูก คือ การเสริมจุมูก และการตัดปีกจุมูกมากที่สุด และนักศึกษาหญิงส่วนน้อยเลือกที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรมตา คือการทำตา 2 ชั้น

พีระยุทธ คุ่มศักดิ์ (2557) ระดับการตัดสินใจทางการตลาดต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการระดับชาติเบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 4. วิทยาลัยราชพฤกษ์. การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุสถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่อระดับการตัดสินใจทางการตลาดในการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาการตัดสินใจทางการตลาดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (3) ศึกษาพฤติกรรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครต่อการทำศัลยกรรมบนใบหน้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ T-test และ F-test



วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยวิธี Scheffe' ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-25 ปีเป็นส่วนใหญ่สถานภาพโสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดโดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักการทำศัลยกรรมจากสถานที่ที่เป็นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุ , หนังสือ ต่างๆ กลัวการทำศัลยกรรมถ้ามีโอกาสทำศัลยกรรมบนใบหน้าจุดที่สนใจมากที่สุดคือจมูก โดยเลือกทำกับโรงพยาบาลเอกชน และคิดว่าอาชีพดารา/นักแสดงมีการทำศัลยกรรมมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่มีอายุสถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจทางการตลาดต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าแตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีเพศที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจทางการตลาดต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้า ไม่แตกต่างกัน จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีสภาพโสด อยู่ในกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพบริการบันเทิงที่ต้องการความก้าวหน้าในอาชีพที่ทำอยู่ และสร้างความมั่นใจให้เกิดแรงดึงดูดเพศตรงข้ามมีผลต่อการตัดสินใจทั้งนี้ทำให้เกิดทัศนคติต่อผู้พบเห็นซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามบนใบหน้าให้ความสำคัญมากที่สุดในด้าน ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มากกว่าผู้ให้บริการและมีความพึงพอใจในความสวยงามของรูปทรงโดยไม่ต้องกลับมาทำซ้ำ และผลของการทำผ่าตัดเป็นไปตามที่ต้องการ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเลือก สถานบริการที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพส่วนใหญ่เห็นว่า การทำศัลยกรรมทำให้สวยเหมือนดาราและนักร้อง

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

แพทย์ควรที่จะนำผลของการวิจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดของผู้ใช้บริการมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้

### 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

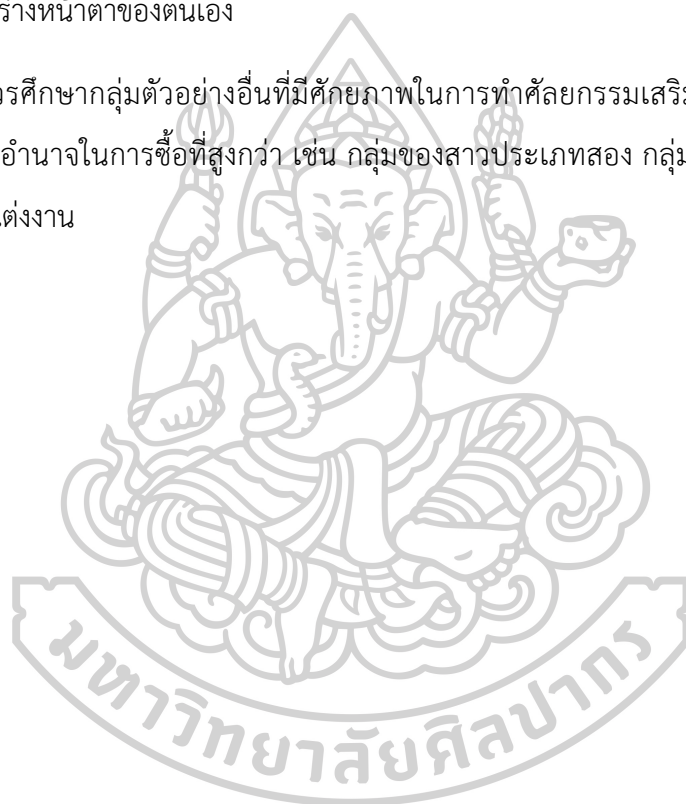
1. การศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศัลยกรรมเสริมความงาม เช่น ด้านบุคลิกภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิตรวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอกด้านต่าง ๆ
2. ควรขยายขอบเขตแบบสอบถามให้กว้างขึ้น และเปรียบเทียบการศัลยกรรมในแต่ละประเภท หรือรูปแบบต่าง ๆ เช่น การศัลยกรรมแบบผ่าตัด และแบบไม่ผ่าตัด

3. ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การศึกษาวิจัยในปริมาณพล หรือตามจังหวัดต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ ทั้งด้านความคล้าย หรือความแตกต่าง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม

4. ควรศึกษาเปรียบเทียบการทำคล้ายกรรมในสถานเสริมความงามต่าง ๆ เช่น คลินิก โรงพยาบาล เพื่อทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในสถานเสริมความงามแต่ละประเภท

5. ควรศึกษาเปรียบเทียบการใช้บริการคล้ายกรรมเสริมความงามในแต่ละกลุ่มตามระดับความพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาของตนเอง

6. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่มีศักยภาพในการทำคล้ายกรรมเสริมความงาม ทั้งด้านการตัดสินใจ และอำนาจในการซื้อที่สูงกว่า เช่น กลุ่มของสาวประเภทสอง กลุ่มเกย์ หรือกลุ่มผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ที่ยังไม่แต่งงาน



## รายการอ้างอิง

กนกวรรณ ทองรีน (2555). "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกความงามของผู้บริโภคใน จังหวัดสระบุรี." การค้นคว้าอิสระสาขาบริหารธุรกิจ. ม.ป.ท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนกคชัณบุรี.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2556). "ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์." Retrieved 16 มกราคม 2661, from <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/home/main.html>.

กิ่งกาญจน์ ผิวเผือก (2555). พฤติกรรมการทำศัลยกรรมของนักศึกษาคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ขวัญพร พันธุ์โมงค์ (2555). ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม, สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

วรรณิ์ แกมเกตุ (2555). วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ (Research methodology in behavioral sciences). กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546). การบริหารการตลาด ยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรม สาร.

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยนานาชาติ (2557). "เผยข้อมูลสถิติกิจกรรมการตกแต่งเสริมความงามทั่วโลก." Retrieved 16 มกราคม 2561, from <http://www.newswit.com>.

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย (2555). "สถานภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการศัลยกรรม."

สิริธารณ์ พูลพิพัฒน์ (2555). "การรับรู้และการตัดสินใจในการทำสัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาในจังหวัด  
เชียงใหม่." การศึกษาค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในข้อที่ตรงกับคุณมากที่สุด

1. เพศ  
 ชาย  หญิง
2. อายุ  
 ต่ำกว่า 20 ปี  31 - 35 ปี  
 21 - 25 ปี  36 - 40 ปี  
 26 - 30 ปี  มากกว่า 40 ปี
3. สถานะภาพ  
 โสด  สมรส  แยกกันอยู่/หย่าร้าง
3. ระดับการศึกษา  
 มัธยมศึกษาตอนต้น  อนุปริญญาหรือเทียบเท่า  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  ปริญญาตรี  ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. อาชีพ  
 นักเรียน/นักศึกษา  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ข้าราชการ  ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  
 พนักงานบริษัทเอกชน  อื่นๆ กรุณาระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือน  
 ต่ำกว่า 15,000 บาท  25,001 - 30,000 บาท  
 15,001 - 20,000 บาท  30,001 - 35,000 บาท  
 20,001 - 25,000 บาท  มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในข้อที่ตรงกับคุณมากที่สุด

7. ท่านเคยใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมหรือไม่

- ใช่  
 ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

8. ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

- 1 ครั้ง  
 2 ครั้ง  
 3 ครั้ง  
 4 ครั้ง  
 มากกว่า 5 ครั้ง

9. ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด

- เพื่อแก้ไขปัญหาความบกพร่องบนใบหน้า  
 เพื่อสร้างความมั่นใจของตนเอง  
 เพื่อความก้าวหน้าทางด้านการงาน  
 เพื่อครอบครัว/คนรัก  
 เพื่อตามแฟชั่นดารา/นักร้อง  
 เพื่อความต้องการส่วนตัว  
 อื่นๆ.....

10. ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม

- เพื่อน  ดารา/นักร้อง  
 คนรัก  ความต้องการส่วนตัว  
 ครอบครัว  อื่นๆ.....

11. ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมจากแหล่งใด

- เพื่อนแนะนำ  วิทยุ  เฟสบุ๊ก  อื่นๆ.....  
 หนังสือพิมพ์  โทรทัศน์  อินสตราแกรม  
 ป้ายประกาศ  เว็บไซต์  โลงน

12. ท่านทำศัลยกรรมตกแต่งความงามในสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โรงพยาบาลรัฐ  ทวีร์ศัลยกรรมเกาหลี  
 โรงพยาบาลเอกชน  คลินิกที่มีชื่อเสียง  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม (เลือกเหตุผลที่สำคัญที่สุดเรื่องเดียว)

- |   |                                    |                                      |
|---|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ราคา                 | <input type="checkbox"/> ที่ตั้ง   | <input type="checkbox"/> ความสะอาด   |
| <input type="checkbox"/> คุณภาพ/ผลลัพธ์ที่ได้ | <input type="checkbox"/> ชื่อเสียง | <input type="checkbox"/> ความปลอดภัย |

14. ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ได้รูปแบบตามที่ต้องการ | <input type="checkbox"/> มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ไม่มีอาการแทรกซ้อน     | <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....                 |

15. ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 10,000-20,000 | <input type="checkbox"/> 30,000-40,000         |
| <input type="checkbox"/> 20,000-30,000 | <input type="checkbox"/> มากกว่า 40,000 ขึ้นไป |

16. ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 เดือน | <input type="checkbox"/> 2-3 เดือน     |
| <input type="checkbox"/> 1-2 เดือน       | <input type="checkbox"/> 3 เดือนขึ้นไป |

17. ประเภทของการศัลยกรรมที่ท่านเคยใช้บริการหรือมีความต้องการที่จะทำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เสริมจมูก           | <input type="checkbox"/> ทำตา 2 ชั้น         |
| <input type="checkbox"/> เสริมคาง            | <input type="checkbox"/> ทำปาก               |
| <input type="checkbox"/> ดึงหน้า             | <input type="checkbox"/> ทุบโหนก, ตัดโหนก    |
| <input type="checkbox"/> ตัดกราม             | <input type="checkbox"/> ปรับโครงหน้า V-Line |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |  |

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดเติมข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

## ภาคผนวก ข

## แบบตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยของผู้เชี่ยวชาญ



แบบตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยของผู้เชี่ยวชาญ  
การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC)

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

แบบสอบถามการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

ผู้วิจัย นางสาวทิวานันท์ โตนุ่ม

เกณฑ์ค่าความเที่ยงตรงIOC

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อที่	รายการของความคิดเห็น	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1.	เพศ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
2.	สถานะภาพ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
3.	อายุ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
4.	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
5.	อาชีพ	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
6.	รายได้ต่อเดือน	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง



ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม

ข้อที่	รายการของความคิดเห็น	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
7	ท่านเคยใช้บริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรมหรือไม่	+1	+0	+1	0.67	สอดคล้อง
8	ความถี่ในการเข้ารับบริการสถาบันเสริมความงามด้านศัลยกรรม	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
ข้อที่	รายการของความคิดเห็น	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
9	ท่านตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจากเหตุผลใด	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
10	ผู้มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจทำศัลยกรรม	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
11	ท่านทราบข้อมูลของสถานที่ศัลยกรรมจากแหล่งใด	+1	+0	+1	0.67	สอดคล้อง
12	ท่านทำศัลยกรรมตกแต่งความงามในสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
13	เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการทำศัลยกรรม (เลือกเหตุผลที่สำคัญที่สุดเรื่องเดียว)	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
14	ผลที่คาดหวังก่อนการทำศัลยกรรม	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
15	ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมในแต่ละครั้ง	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
16	ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรม	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง
17	ประเภทของการศัลยกรรมที่ท่านเคยใช้บริการหรือมีความต้องการที่จะทำ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	+1	1.00	สอดคล้อง

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย

ลำดับที่	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	มหาวิทยาลัย
1.	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
2.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
3.	อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคคะวนิชชา	มหาวิทยาลัยศิลปากร



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ทิวานันท์ โตนุ่ม
วัน เดือน ปี เกิด	2 พฤศจิกายน 2531
สถานที่เกิด	กาญจนบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสิรินธรราชวิทยาลัย พ.ศ.2556 สำเร็จการศึกษาปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต คณะ วิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ.2560 สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	51/1 ม.9 ต.กรับใหญ่ อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 70190

