

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้  
The Relationship of Factors Affecting the Acceptance of the Beauty Business of People in  
The Three Southern Border Provinces

นุรรีเยะ ล่าเตะเกะ\* และ เดียร์นา แม็ง

สาขาวิทยาการธุรกิจสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Email: Nurreeyah.m@yru.ac.th, diana.ma@yru.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์การยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ศึกษาในกลุ่มประชากรที่มาใช้บริการ ณ ศูนย์การเรียนรู้ด้านแพทย์วิถีไทย สาขาวิชาวิทยาการธุรกิจสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จำนวน 400 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครชชี และมอแกน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติอ้างอิง (Inferential statistics) สถิติที่ใช้คือ ไค - สแควร์ (Chi-square test) ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 80.75) ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี (ร้อยละ 64.25) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 95.50) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 64.75) การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72.25) กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 80 (ร้อยละ 88.75) มีประสบการณ์การรับบริการด้านธุรกิจความงาม ส่วนใหญ่มีรายรับที่ได้รับต่อเดือนประมาณ 20,000 - 35,000 บาท (ร้อยละ 56.50) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับปัจจัยทางด้านราคา (ร้อยละ 79.75) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ร้อยละ 61.75) 2) จากการทดสอบสมมุติฐานด้วยสถิติ Chi-square พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับระดับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การรับบริการด้านธุรกิจความงาม รายรับที่ได้รับต่อเดือน ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

**คำสำคัญ :** การยอมรับ ธุรกิจความงาม สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

### Abstract

This research focuses on studying and analyzing the acceptance of the beauty business of people in the three southern border provinces. With a specific purpose to study and analyze the acceptance of the beauty business of people in the three southern border provinces, Study in the group of people who use the service at the Thai Way of Learning Center, Health Science Business, Faculty of Science Agricultural Technology, Yala Rajabhat University, 400 people, Sample size calculation the formula of Craze and Moken and random sampling Statistics used in education, The research found that :

\* Corresponding auther, e-mail:Nurreeyah.m@yru.ac.th

1. The sample group was female rather than male (80.75%). Most of them are less than or equal to 40 years (64.25%). Most of the samples are Muslims (95.50%). Most of the sample groups have a career in government service (64.75%). Most studies at the undergraduate level (72.25 percent) More than 80% of the sample group (88.75%) have experience in beauty business services. Most have monthly income of approximately 20,000 - 35,000 baht (56.50 percent). Most of the samples accepted the price factor (79.75%). And Process factors (61.75 percent)

2. Based on hypothesis testing with statistics Chi-square It was found that the variables that had statistical correlation with the level of acceptance in the beauty business of people in the three southern border provinces significance at the level of .05 is gender, age, education, experience in the beauty business service, income, price factors and Service process factors

Keywords: Acceptance, Beauty business, Three southern border provinces.

## 1. ที่มาและความสำคัญ

ความงามเป็นกิจกรรมที่หลายต่อหลายคนไม่สามารถจะเลี่ยงได้ ทุกคนอยากสวย และดูดีเสมอตลอดเวลา ส่งผลทำให้ธุรกิจความงามเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงภูมิภาคต่าง ๆ ใน AEC ตลอดจนถึงตะวันออกกลางด้วย ผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนเข้าสู่ยุค AEC สำหรับประเทศไทยนั้นมุ่งเป็นศูนย์กลางทางโลจิสติกส์ ดังนั้นจึงคาดการณ์ได้เลยว่าอนาคตของไทยจะได้รับการตอบรับจากกลุ่มนักลงทุนมากขึ้นในด้านการทำตลาดด้านความสวยความงาม ค่านิยมของผู้บริโภคในสังคมไทยปัจจุบันให้ความสำคัญกับความสวยความงามบนใบหน้า และผิวพรรณกันอย่างแพร่หลาย และมีแนวโน้มที่จะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในอนาคต จึงผลักดันให้ตลาดธุรกิจด้านการบริการความงามเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจความงามในตลาดจะต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้ในสภาวะดังกล่าว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาการให้บริการด้วยกลยุทธ์ในการแข่งขันที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ (อณิษฐา ผลประเสริฐ , 2558 : บทคัดย่อ)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งเป็นวิจัยเชิงวิเคราะห์แบบภาคตัดขวาง (Analytical Cross Sectional Studies) มีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อศึกษาและวิเคราะห์การยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ศึกษาในกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ศูนย์การเรียนรู้ด้านแพทย์วิถีไทย สาขาวิชาวิทยาการธุรกิจสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

## 2. วัตถุประสงค์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์การยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ศึกษาในกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ศูนย์การเรียนรู้ด้านแพทย์วิถีไทย สาขาวิชาวิทยาการธุรกิจสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

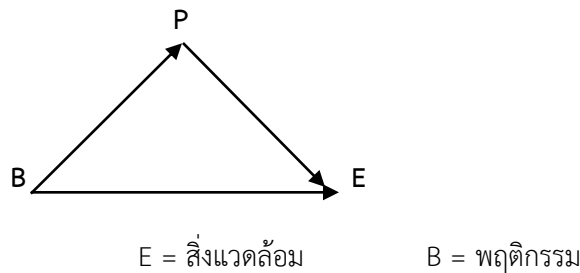
### 3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 3.1 ทฤษฎีที่อธิบายการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

##### 3.1.1 Social Cognitive Theory

ผู้พัฒนาทฤษฎี : Albert Bandura, 1977

แนวคิด : แบนดูราเชื่อว่าพฤติกรรมของคนไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนไปจากปัจจัยสภาพแวดล้อมแต่เพียงอย่างเดียว จะต้องมียังปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยภายในตัวของบุคคลร่วมด้วย และการร่วมของปัจจัยส่วนบุคคลจะต้องร่วมกันในลักษณะที่กำหนด



ภาพที่ 1 ปัจจัยการเกิดพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

(ที่มา : Bandura Albert. (1977). Social learning theory. Pantrice. Hall, Inc, 1977)

##### การเชื่อในความสามารถของตน (Self - Efficacy)

แบนดูรามีความเชื่อว่า ถ้าบุคคลใดเชื่อความสามารถของตนที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด จะสามารถดำเนินการบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การเชื่อความสามารถของตนได้แก่

1. การรับรู้ความสามารถตนเอง (Perceived Self - Efficacy) คือการที่บุคคลเชื่อว่าตนเองสามารถกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้
2. ความคาดหวังในผลลัพธ์จากการปฏิบัติ (Outcome Expectation) คือการที่บุคคลมีความคาดหวังในผลลัพธ์ที่สืบเนื่องจากการกระทำ (รุจิรา ดวงสงค์ , 2550 : 222 – 223)

จากทฤษฎีผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่ได้เกิดขึ้นจากปัจจัยสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องมีปัจจัยส่วนบุคคลร่วมด้วยอันได้แก่ เพศ อายุ ศาสนาที่นับถือ อาชีพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การ วัตถุประสงค์ของการรับบริการ รูปแบบของการบริการ รายรับที่ได้รับต่อเดือน ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

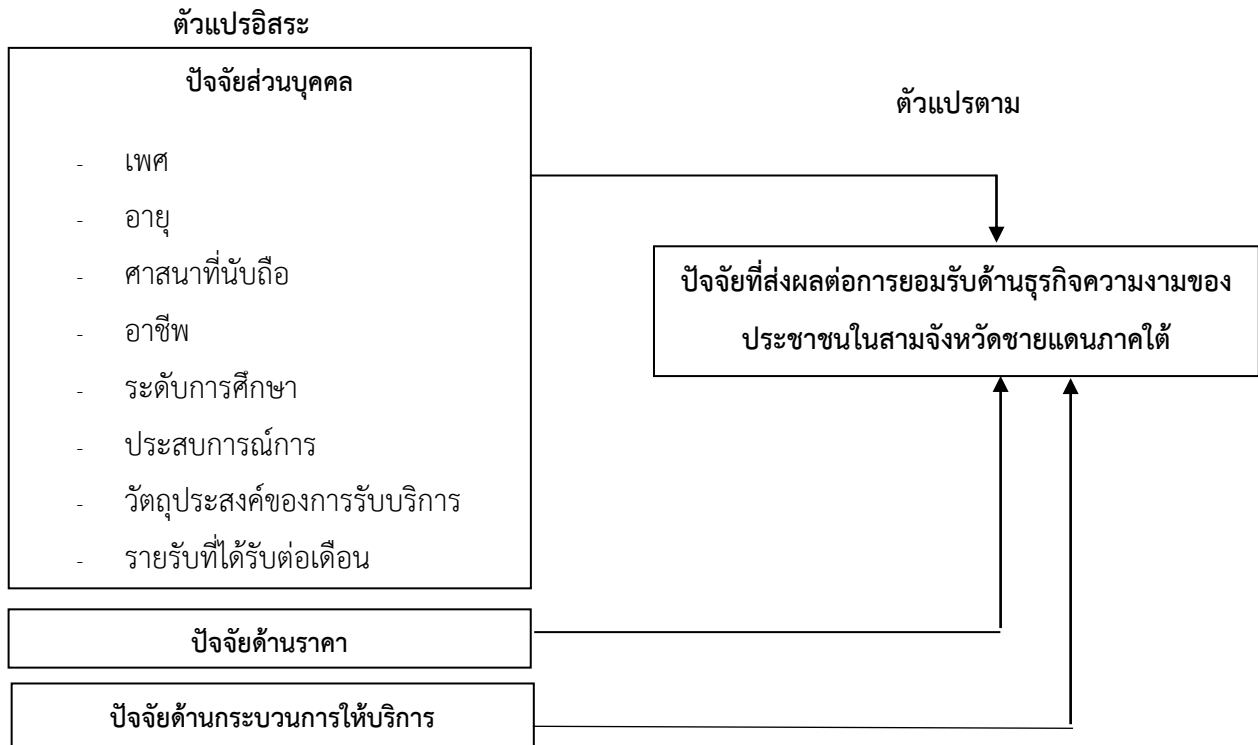
##### 3.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB)

อธิบายความหมายไว้ว่า เป็นการรับรู้ของบุคคลว่าเขามีความสามารถที่จะทำพฤติกรรมนั้น และความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม โดย TPB กล่าวถึงความเชื่อ เป็น 3 ชนิด คือ

- 1) ความเชื่อเกี่ยวกับผลกรรมและการประเมินผลกรรมนั้น (Behavioral beliefs)
- 2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงและแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Normative beliefs)
- 3) ความเชื่อเกี่ยวกับการจะควบคุมปัจจัยต่าง ๆ และความสามารถที่จะทำพฤติกรรม (Control beliefs)

(สมบูรณ์ ขอสกุล , 2551 : 9)

## กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมเจตน์ สุขานนท์สวัสดิ์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามและลดน้ำหนัก พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีคอร์สให้เลือกหลายประเภท ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์

พิสมัย เหล่าคนค้ำ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกความงามของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการการเลือกใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ อัญชิสา แก้วอนันต์ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม เมดิแคร์คลินิก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

กชพร ณัฐภัทร (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้าคลินิกรักษาสิว-ฝ้าและเสริมความงาม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการของของลูกค้าคลินิกรักษาสิว-ฝ้า และเสริมความงามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ เรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องที่ใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย รองลงมาคือ การประสานงานอย่างดีระหว่างผู้ให้บริการ ความสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่นัดหมายล่วงหน้า และเวลาในการรอรับบริการที่ไม่นานตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ พิสมัย เหล่าคนค้ำ (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกความงามของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

กนกรวรรณ ทองรีน (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน แต่ให้ความสำคัญด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์การยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ศึกษาในกลุ่มประชาชนที่มาใช้บริการ ณ ศูนย์การเรียนรู้ด้านแพทย์วิถีไทย สาขาวิชาวิทยาการธุรกิจสุขภาพ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จำนวน 400 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครชชี และมอแกน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติอ้างอิง (Inferential statistics) สถิติที่ใช้คือ ไค - สแควร์ (Chi-square test) มีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

##### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ผู้มารับบริการด้านการนวดแผนไทย ศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์วิถีไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปี 2561 เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 จำนวน 6,497 คน (ทะเบียนผู้มารับบริการด้านการนวดแผนไทย ศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์วิถีไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา , ปี 2561)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มารับบริการด้านการนวดแผนไทยชายและหญิง ศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์วิถีไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จำนวน 400 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของเครชชีและมอแกน (Krejcie and Morgan,1970)

##### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัด

ชายแดนภาคใต้

**ส่วนที่ 5** ข้อคิดเห็นอื่น ๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

##### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม สถิติที่ใช้คือ

ค่าไค - สแควร์ (Chi-square test) ถ้าหากการทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ในสมมุติฐานใดมีค่า Expect count less than 5 เกินร้อยละ 20 จะใช้ค่าร้อยละเปรียบเทียบแทน

สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

## 5. ผลและวิจารณ์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้วยค่าไค - สแควร์ (Chi-square test) สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

- เพศ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนิษฐา ผลประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกันตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อมากกว่าเพศชาย

- อายุ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ ทองรีน (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน แต่ให้ความสำคัญด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

- ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทิมา มโนธรรมเมธา (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดของการลงทุนทำธุรกิจสถานเสริมความงาม กรณีศึกษากานต์ชนกคลินิก สาขาบักซี พระราม 4 ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงาม กานต์ชนกคลินิก สาขาบักซี พระราม 4 ต่างกัน

- รายรับที่ได้รับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอนิษฐา ผลประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริม ความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริม ความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภคโดยรวมไม่แตกต่างกันในระหว่างผู้ที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

- ปัจจัยทางด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิสมัย เหล่าคนคำ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกความงามของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ อัญชิสา แก้วอนันต์ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม เมดิแคร์คลินิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกชพร ญฐภัทร (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าคลินิกรักษาสิว-ฝ้าและเสริมความงาม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าคลินิกรักษาสิว-ฝ้า และเสริมความงามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือ เครื่องที่ใช้ในการให้บริการที่ทันสมัย รองลงมาคือ การประสานงานอย่างดีระหว่างผู้

ให้บริการ ความสามารถให้บริการได้ตรงตามเวลาที่นัดหมายล่วงหน้า และเวลาในการรอรับบริการที่ไม่นานตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ พิสัยย์ เหล่าคนค้ำ (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกความงามของลูกค้ำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

## 6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 80.75) ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี (ร้อยละ 64.25) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 95.50) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 64.75) การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72.25) กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 80 (ร้อยละ 88.75) มีประสบการณ์การรับบริการด้านธุรกิจความงาม ส่วนใหญ่มีรายรับที่ได้รับต่อเดือนประมาณ 20,000 - 35,000 บาท (ร้อยละ 56.50) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับปัจจัยทางด้านราคา (ร้อยละ 79.75) และปัจจัยด้านกระบวนการ (ร้อยละ 61.75)
2. จากการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-square พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับระดับการยอมรับด้านธุรกิจความงามของประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การรับบริการด้านธุรกิจความงาม รายรับที่ได้รับต่อเดือน ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

## 7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณกลุ่มเป้าหมาย (ผู้มาใช้บริการศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์วิถีไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา) ทุกท่าน ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์การเรียนรู้ด้านการแพทย์วิถีไทยที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการดำเนินการศึกษาจนสำเร็จได้ด้วยดี

## 8. บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ทองรีน .2555. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี.** การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กชพร ญฐภัทร .2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าคลินิกกรักษาผิว-ฝ้า และเสริมความงาม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทิมา มโนธรรมเมธา .2555. **ปัจจัยด้านการตลาดของการลงทุนทำธุรกิจสถานเสริมความงาม กรณีศึกษากานต์ชนกคลินิก สาขาบึงชี พระราม 4.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจทั่วไป. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ธีรนนท์ ชูวีระ .2550. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาลิวฝ้าจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิสมัย เหล่าคนค้ำ .2556. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกความงามของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง.** การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- รุจิรา ดวงสงค์ .2550. **การจัดการทางสุขศึกษาและการส่งเสริมสุขภาพ ,** ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สมเจตน์ สุขานนท์สวัสดิ์ .2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามและลดน้ำหนัก ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี.** ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อัญชิสรา แก้วอนันต์ .2552. **พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม เมดิแคร์ คลินิก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ . บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อณิษฐา ผลประเสริฐ .2558. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริม ความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค.** การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.