

## การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

### The decision to use beauty clinic services of students

#### at Phuket Rajabhat University

สิริมา พลีการ<sup>1</sup> อาจารย์พรณวดี ขำจริง<sup>2</sup>

Sirima Pleekarn<sup>1</sup> Panwadee Khumjing<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาสาขารัฐศาสตร์ (สังคมศึกษา) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

<sup>2</sup>อาจารย์สาขารัฐศาสตร์ (สังคมศึกษา) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่เคยเข้าไปใช้บริการคลินิกเสริมความงาม จำนวน 354 คน โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ความถี่ และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการได้รับการกระตุ้นในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษา ส่วนใหญ่มาจากประสบการณ์ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านบริการเสริมความงามที่นักศึกษาตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ตัดสินใจใช้บริการฉีดวิตามินผิวใส ปรับผิวขาว รองลงมาใช้บริการรักษาสิว ฝ้า กระ จุดต่างดํา

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจ / คลินิกเสริมความงาม / บริการเสริมความงาม

#### Abstract

The purpose of this research was to study the decision to choose beauty clinic services of students at Phuket Rajabhat University. sample group Used in this research were 354 Phuket Rajabhat University students who had used the beauty clinic services Using purposive sampling Using a questionnaire as a tool in collecting data Statistics used include frequencies and percentages. The results found that Demand is stimulated in students' decision to use beauty clinic services. Most of them come from experiences in using beauty clinic services. In terms of beauty services that students decided to use, they decided to use the vitamin injection service for clear skin, whitening the skin, followed by using the service to treat acne, blemishes, freckles, and dark spots.

**Keywords :** decision making / beauty clinic / Beauty services

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทุกวันนี้ความสวยความงามเป็นค่านิยมที่ผู้บริโภคในสังคมไทยให้ความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน เป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความสวยความงามบนใบหน้าและผิวพรรณ เกิดจากวิถีการดำเนินชีวิต

ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การได้พูดคุย ติดต่อกันในสังคมหรือในธุรกิจต่างๆ ทำให้ต้องการมีหน้าตา และผิวพรรณที่ดี มีบุคลิกภาพภายนอกที่ดี ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ตนเองมากขึ้น

ความสวยความงาม จึงเป็นอีกหนึ่งความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันและมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ในอนาคตอีกด้วย เพื่อให้ธุรกิจคลินิกเสริมความงามมีความสามารถทางการแข่งขันได้ในยุคปัจจุบันและในอนาคต จึงต้องมีกลยุทธ์ในการแข่งขันที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่ปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย ทำให้มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการดูแลหน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ และช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ประกอบกับประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของบุคลากรทางการแพทย์ ที่มีคุณภาพ หรือการขยายสาขาเพื่อให้สะดวกต่อการเข้าถึงบริการของผู้บริโภคมากขึ้น และกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เช่น การโฆษณาเพื่อให้เกิดการจดจำ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนนั่นเอง

ตลาดคลินิกความงาม มีกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนไปจากอดีตค่อนข้างมาก จากเดิมจะเป็นคนที่มาอายุ 35 ขึ้นไป เป็นส่วนใหญ่ที่สนใจใช้บริการ แต่ในปัจจุบัน มีทั้งกลุ่ม Gen Z, กลุ่ม Millennials กลุ่ม Gen X และกลุ่ม Baby Boomer สำหรับกลุ่ม Millennials หรือกลุ่มคนที่มีอายุ 23-39 ปี ที่อยู่ในวัยเริ่มเรียน ซึ่งจะมุ่งไปที่นักศึกษาที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยไปจนถึงวัยทำงาน จะเป็นกลุ่มหลักที่สัดส่วนถึง 45% ต่อยอดขายโดยภาพรวม ทั้งในแง่ของมูลค่าและปริมาณ ซึ่งต่างจากแต่ก่อน ที่คนกลุ่มนี้จะนิยมซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมาใช้เอง “นอกจากกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปแล้ว (Marketeer Team, 2018)

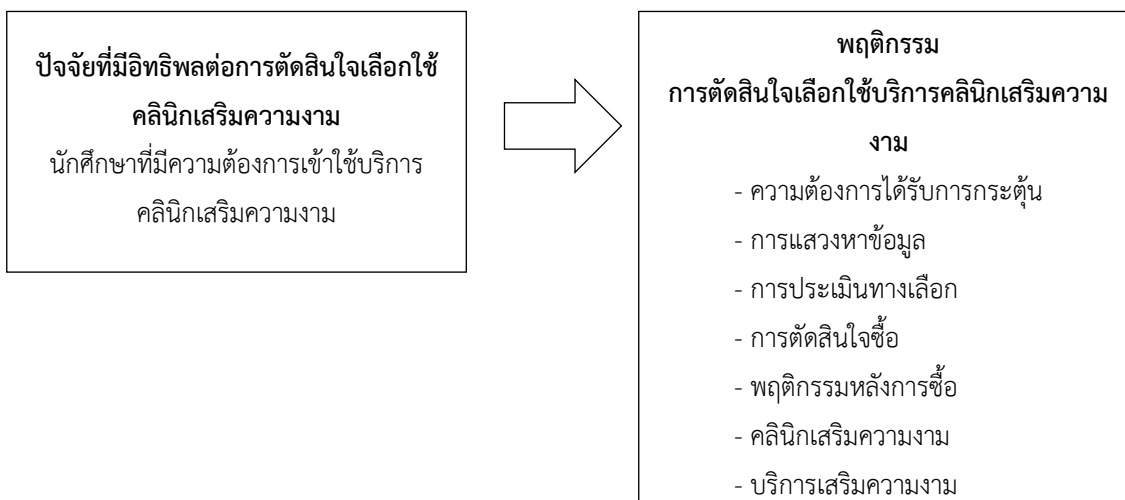
อีกสิ่งหนึ่งจะช่วยขับเคลื่อนตลาดให้คลินิกความงามโตขึ้น คือ บริการเสริมความต่าง ๆ ของคลินิกที่แตกต่าง กันไปซึ่งธุรกิจคลินิกเสริมความงามเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีการแข่งขันกันดุเดือดมาก ไม่มีใครยอมใครและยังมีคู่แข่ง ใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้ทุกวัน ซึ่งการทำการตลาดคลินิกเสริมความงามนั้นไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด เพราะธุรกิจนี้มีค่าต้องห้ามและกฎต่าง ๆ จึงทำให้ธุรกิจเสริมความงามต้องหาจุดเด่นของตนเอง เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ใช้บริการ ให้ได้มากที่สุด (ANGA, 2024)

จากเหตุผลข้างต้นดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจในพฤติกรรมในการตัดสินใจ ใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้คลินิกเสริมความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยผลการศึกษา ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคลินิกเสริมความงามซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ ทางด้านการตลาด เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันตลอดจนผู้ที่กำลังให้ความสนใจและกำลังหา ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกเสริมความงามก่อนการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษาราชภัฏภูเก็ต

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤตชติพัชร ศรีสุคนธ์รัตน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามและคลินิกศัลยกรรมความงามของกลุ่ม ลูกค้าเพศชายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 30 คน พบว่า วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการด้านการเสริมความงาม เนื่องมาจากคำชักชวนของบุคคลอื่น ๆ เช่น เพื่อน คนรอบข้างคนรู้จัก พนักงาน/เซลล์ หรือจากรีวิว ในอินเทอร์เน็ต ยกตัวอย่างเช่น ได้รับฟัง คำพูดบอกต่อของเพื่อนที่เคยไปทำมาแล้วและเห็นผลดีหรือได้พูดคุยกับเพื่อนที่เป็นเจ้าของคลินิกเสริมความงาม หรือแม้แต่จากการค้นหารีวิวหรือโฆษณา บนเฟซบุ๊กอินสตาแกรมที่มีโปรโมชันต่างๆ ผลจากการวิเคราะห์ ข้อมูลพบว่า ผู้รับบริการจะเลือกใช้บริการและโปรแกรมการรักษาที่มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้ซื้อภายใต้ราคาที่สมเหตุผลและมีบุคลากรที่จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพและบริการต่อลูกค้าสุดท้าย คือ ต้องคำนึงเสมอว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ของการรักษามากที่สุด

ประติภา สุมาลย์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันศัลยกรรมเสริมความงามในประเทศไทย โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยาของกลุ่มนักศึกษาหญิง การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. คุณลักษณะ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันศัลยกรรมเสริมความงาม 2. ปัจจัยเบื้องหลังที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันศัลยกรรมเสริมความงาม ตามทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา (Means- end Chains Theory) และ 3. ความแตกต่างของปัจจัยที่ผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันศัลยกรรม เสริมความงาม ตามทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยา ผลการวิจัยนักศึกษาหญิงส่วนใหญ่ผ่านการทำศัลยกรรมทั้งแบบผ่าตัดและไม่ผ่าตัด โดยการศัลยกรรมแบบผ่าตัดที่นิสิตหรือนักศึกษาหญิงนิยมทำมากที่สุดคือเสริมจมูกและการศัลยกรรมแบบไม่ผ่าตัดที่นิสิตหรือนักศึกษาหญิงนิยมทำมากที่สุดคือ การทำโบท็อกซ์หน้า โดยบุคคลที่มีผลการตัดสินใจให้นิสิตหรือนักศึกษาหญิงเข้ารับบริการสถาบันศัลยกรรมเสริมความงาม คือ เพื่อน

## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย** คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่เคยเข้าไปใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย** คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่เคยเข้าไปใช้บริการคลินิกเสริมความงาม จำนวน 354 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย คือ กำหนดเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่เคยไปใช้บริการคลินิกเสริมความงามเท่านั้น

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เป็นคำถามแบบให้เลือกได้หลายคำตอบ ซึ่งจะตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (Checkboxes) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ด้านความต้องการได้รับการกระตุ้น ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านคลินิกเสริมความงาม

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษา
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือการวิจัย
3. กำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัย
4. นำเครื่องมือการวิจัยที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เลือกข้อคำถามที่มี IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป
5. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้จริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

- เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทุกด้าน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้
1. ขออนุญาตรับรองและแนะนำตัวผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เพื่อขออนุญาตให้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสอบถาม
  2. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
  3. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามส่งถึงผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรง
  4. ดำเนินการเก็บแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามหลังจากที่ได้ข้อมูลมา แล้วนำมาดำเนินการกรอกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประมวลผลต่อไป

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของนักศึกษาที่เคยเข้าใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี คณะ โดยนำเสนอ ในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ได้แก่ 1. การตัดสินใจ จะประกอบด้วย ความต้องการได้รับการกระตุ้น,

การแสวงหาข้อมูล, การประเมินทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมหลังการซื้อ 2. คลินิกเสริมความงาม ประกอบด้วย คลินิกเสริมความงาม 3. บริการเสริมความงาม จะประกอบด้วย บริการเสริมความงาม โดยนำเสนอ ในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นสถิติเชิงพรรณนาในการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

### สรุปผลการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต พบว่า ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละความต้องการได้รับการกระตุ้นในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ความต้องการได้รับการกระตุ้นในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จากประสบการณ์ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	215	60.73
บุคคลรอบข้าง	210	59.32
โฆษณา	208	58.75
พนักงานคลินิกเสริมความงาม	205	58.00
ประชาสัมพันธ์คลินิกเสริมความงาม	158	44.63

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละการแสวงหาข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

การแสวงหาข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จากอินเทอร์เน็ต (facebook, Instragram, Line, Tiktok)	239	67.51
โฆษณา	222	62.71
บุคคลรอบข้าง	215	60.73
ประชาสัมพันธ์	177	50.00
ช่องทางอื่น ๆ เช่น บูธกิจกรรมของคลินิกเสริมความงาม	165	46.61

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ	240	68.00
ราคา	230	64.97
การบริการของแพทย์รักษาและพนักงาน	192	48.73
สถานที่ประกอบการ	164	46.33

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ส่วนใหญ่ความแตกต่างของแต่ละคลินิกเสริมความงาม

การตัดสินใจซื้อใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ความแตกต่างของแต่ละคลินิกเสริมความงาม	230	64.97
บุคคลรอบข้าง	223	63.00
โฆษณา	222	62.71
ประชาสัมพันธ์	179	50.56
ช่องทางอื่นๆ	171	48.31
การเปรียบเทียบ	159	44.91

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมหลังการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

พฤติกรรมหลังการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ท่านสามารถแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	247	69.77
ท่านกลับไปใช้บริการซ้ำ	206	58.19
ท่านพึงพอใจกับคุณภาพบริการเสริมความงาม	183	51.70
ท่านพึงพอใจกับคุณภาพบริการเสริมความงาม	175	49.43

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละคลินิกเสริมความงาม 5 ลำดับแรกที่นักศึกษาตัดสินใจเลือก

คลินิกเสริมความงาม 5 ลำดับแรกที่นักศึกษาตัดสินใจเลือก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ด้านความงามและผิวพรรณ	239	67.51
คลินิกเสริมความงามมีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยและปลอดภัย	226	63.84
คลินิกเสริมความงามมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านความงามและผิวพรรณ	220	62.15
คลินิกเสริมความงามมีการให้คำแนะนำ ปรีกษาและวินิจฉัย	214	60.45
คลินิกเสริมความงามตั้งอยู่ใจกลางเมือง จำนวน คนตามลำดับ	209	59.04

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละการบริการเสริมความงาม 5 ลำดับแรก ที่นักศึกษาตัดสินใจเลือกใช้บริการ

การบริการเสริมความงาม 5 ลำดับแรกที่นักศึกษาตัดสินใจเลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ตัดสินใจใช้บริการฉีดวิตามินผิวใส ปรับผิวขาว	221	62.43
ตัดสินใจใช้บริการรักษาสิว ฝ้า กระ จุดต่างดํา	216	61.02
ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ความงามของทางคลินิกเสริมความงาม	201	56.78
ตัดสินใจใช้บริการลดริ้วรอย	191	53.95
ตัดสินใจใช้บริการเลเซอร์กำจัดขน	189	53.40

### อภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มีประเด็นตามวัตถุประสงค์ที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1. ความต้องการได้รับการกระตุ้นในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ส่วนใหญ่ จากประสบการณ์ในการใช้บริการคลินิกเสริมความงาม รองลงมาบุคคล รอบข้าง โฆษณา พนักงานคลินิกเสริมความงามและประชาสัมพันธ์คลินิกเสริมความงาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักศึกษาเคยไปใช้บริการคลินิกเสริมความงามแห่งนั้น ทำให้มีประสบการณ์ตรงในการใช้บริการคลินิก จึงทำให้นักศึกษาเลือกการได้รับการกระตุ้นในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามจากประสบการณ์ตรงมากที่สุด อีกทั้งเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม เนื่องจากบุคคลรอบข้างแนะนำมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตชติพัชร ศรีสุคนธ์รัตน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามและคลินิกศัลยกรรมความงามของกลุ่ม วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการด้านการเสริมความงาม เนื่องจากคำชักชวนของบุคคลอื่น ๆ เช่น เพื่อน คนรอบข้างคนรู้จัก พนักงาน/เซลล์หรือจากรีวิวในอินเทอร์เน็ต ยกตัวอย่างเช่น ได้รับฟัง คำพูดบอกต่อของเพื่อนที่เคยไปทำมาแล้วและเห็นผลดีหรือได้พูดคุยกับเพื่อนที่เป็นเจ้าของคลินิกเสริมความงาม หรือแม้แต่จากการค้นหา รีวิวหรือโฆษณา บนเพชบุ๊กอินสตาแกรม ที่มีโปรโมชันต่างๆ

2. การแสวงหาข้อมูล ในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ส่วนใหญ่จากอินเทอร์เน็ต (facebook, Instagram, Line, Tiktok) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสืบค้นข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตสามารถที่จะเข้าถึงได้ง่ายอีกทั้งยังมีความสะดวก หากต้องการใช้บริการในด้านใดก็สามารถสืบค้นและสอบถามได้ทันที จึงทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกแสวงหาข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศารัตน์ ภูมิชัยสิทธิ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 38.75

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ส่วนใหญ่จากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ การบริการของแพทย์รักษาและพนักงาน และสถานที่ประกอบการ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ความเอาใจใส่ในการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจในการบริการ รวมถึงความรู้ และทักษะในการให้บริการของบุคลากรซึ่งมีส่วนส่งเสริมให้คุณภาพการบริการดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อณิษฐา ผลประเสริฐ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่าผลิตภัณฑ์และบริการ มีคุณภาพรวมถึงบริการมีความหลากหลาย อุปกรณ์และ เครื่องมือที่ใช้ให้บริการปลอดภัยและมีมาตรฐาน และเทคโนโลยีที่ใช้ในการรักษามีความทันสมัย ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค

4. การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ส่วนใหญ่ตัดสินใจจากความแตกต่างของแต่ละคลินิกเสริมความงาม รองลงมาเป็นบุคคลรอบข้าง โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ช่องทางอื่น ๆ และการเปรียบเทียบ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าคลินิกแต่ละคลินิกมีจุดเด่นในการให้บริการในแต่ละด้านที่แตกต่างกันทำให้ผู้บริโภคแต่ละคนสามารถเลือกใช้บริการคลินิกจากความพึงพอใจของตนเอง หรือแม้กระทั่งการได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยไปใช้บริการทำให้การตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามส่วนใหญ่มาจากความแตกต่างของแต่ละคลินิกเสริมความงาม บุคคลรอบข้าง จากโฆษณา เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตชติพัชร ศรีสุคนธ์รัตน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามและคลินิกศัลยกรรมความงามของกลุ่ม วัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการด้านการเสริมความงาม เนื่องมาจากคำชักชวนของบุคคลอื่น ๆ เช่น เพื่อน คนรอบข้างคนรู้จัก พนักงาน/เซลล์หรือจากรีวิวในอินเทอร์เน็ต

5. พฤติกรรมหลังการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ส่วนใหญ่ท่านสามารถแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการคลินิกเสริมความงาม รองลงมาท่านกลับไปใช้บริการซ้ำ ท่านพึงพอใจกับคุณภาพบริการเสริมความงาม และท่านพึงพอใจกับคุณภาพบริการเสริมความงาม ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักศึกษาเคยไปใช้บริการคลินิกเสริมความงามแห่งนั้น ทำให้มีประสบการณ์ตรงในการใช้บริการคลินิก และทำให้ทราบถึงข้อดีข้อเสียของคลินิกทำให้ทราบว่าหากไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงามได้ผลดีหรือไม่ อีกนี้นักศึกษาสามารถแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นใช้บริการคลินิกเสริมความงามแสดงว่าคลินิกที่นักศึกษาเข้าไปใช้บริการมีคุณภาพและนักศึกษาอยากที่กลับไปใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรายุธ แดงจันทร์ (2563) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้ซ้ำคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคลินิกเสริมความงามนี้เป็นตัวเลือกแรกในการใช้บริการเสริมความงามครั้งต่อไป นอกเหนือจากสิ่งที่เคยใช้บริการแล้ว ตั้งใจจะใช้บริการด้านอื่นๆ ของ คลินิกเสริมความงามนี้และยังคงใช้บริการคลินิกเสริมความงามนี้ต่อไปอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก



6. คลินิกเสริมความงาม 5 ลำดับแรกที่นักศึกษาตัดสินใจเลือก คือ คลินิกเสริมความงามมีการให้บริการด้านความงามและผิวพรรณ รองลงมาคลินิกเสริมความงามมีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยและปลอดภัย คลินิกเสริมความงามมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านความงามและผิวพรรณ คลินิกเสริมความงามมีการให้คำแนะนำปรึกษาและวินิจฉัย คลินิกเสริมความงามตั้งอยู่ใจกลางเมือง ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสนใจการดูแลตัวเองในด้านความงามและผิวพรรณ อีกทั้งถ้าคลินิกแห่งนั้นมีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยและปลอดภัย มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านความงามและผิวพรรณ คลินิกเสริมความงามมีการให้คำแนะนำปรึกษาและวินิจฉัย คลินิกตั้งอยู่ใจกลางเมือง ทำให้ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาที่จะเข้าไปใช้บริการคลินิกมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อณิษฐา ผลประเสริฐ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่า คลินิกบริการมีความหลากหลาย อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ให้บริการปลอดภัยและมี มาตรฐาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการรักษา มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพ มีความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการอีกทั้งทำเลที่ตั้งห่างๆ

7. ด้านบริการเสริมความงาม 5 ลำดับแรกที่นักศึกษาตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ตัดสินใจใช้บริการฉีดวิตามินผิวใส ปรับผิวขาว รองลงมา ตัดสินใจใช้บริการรักษาสิว ฝ้า กระ จุดดำ ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ความงามของทางคลินิกเสริมความงาม ตัดสินใจใช้บริการลดริ้วรอย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีความนิยมว่าจะต้องผิวขาวเพราะถ้าผิวขาวจะทำให้ดูสวยหล่อและมีความมั่นใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น อีกทั้งกลุ่มนักศึกษาจะมีปัญหาของผิวหนังในเรื่องของสิ่ว ฝ้า กระ และจุดต่างต่างๆจึงอยากจะทำดูแลตัวเองในส่วนนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พาร์ลิตา ดวงมณี (2560). ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกประเภทบริการคลินิกเสริมความงามสำหรับดูแลสิ่วและผิวหน้า เช่น ฉีดผิวให้วิตามิน ทรีทเมนท์ รักษาสิ่ว เลเซอร์หน้าใส เลเซอร์ลดรอยแดงและลดริ้วรอยต่างๆ

8. การจัดทำแผนที่ระบบสารสนเทศเพื่อแสดงการกระจายตัวของคลินิกเสริมความงาม พบว่า ที่ตั้งของคลินิกเสริมความงามในจังหวัดภูเก็ต ทำให้ทราบที่ตั้งคลินิกเสริมความงามในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 38 จุด คือ

1. Kowit Clinic ความงามภูเก็ต Botox Filler ร้อยไหม เสริมจมูก เสริมหน้าอก 2. วินวินคลินิก Win Win Clinic สาขาภูเก็ต - โบท็อกซ์ ฟิลเลอร์ ร้อยไหม ปรับรูปหน้า ยกกระชับ เลเซอร์
3. Mutaena Clinic (มุเตน่าคลินิก)
4. lushwood clinic phuket คลินิกความงาม ลดสัดส่วน ปรับรูปหน้า ภูเก็ต
5. เลอ เนซ์ คลินิก ศัลยกรรมความงาม หมอสวัสดิ์ชัย
6. W Clinic
7. ปารีชาติคลินิก ศัลยกรรมตกแต่ง สาขาภูเก็ต
8. คลินิกภูเก็ตคอสเมติก (ใกล้โรงพยาบาลวชิระ) Phuket Cosmetic Surgery
9. Dermacare Clinic
10. เวียนนาคลินิก
11. Vienna Medical Clinic สาขาภูเก็ต
12. V Me คลินิกเสริมความงาม
13. Napatchar Clinic
14. พีร์บิวตี้คลินิกคลินิกศัลยกรรมตกแต่งหมอจรรย์ฤกษ์ภูเก็ต
15. M Med Clinic สาขาภูเก็ต
16. The M Clinic Phuket คลินิกความงาม
17. The Villa Aura Clinic – คลินิกความงามภูเก็ต
18. ธนพรคลินิก สาขาภูเก็ต
19. Bowme Clinic
20. คลินิกเวชกรรมเมดิแคร์ สาขาภูเก็ต
21. ไอร์ริส กู้กู
22. Summer clinic Phuket
23. เดอะกูแวงค็อก คลินิกสาขาเมืองภูเก็ต
24. อายตานิค ภูเก็ต
25. อายตานิค EITANIC BEAUTYCARE สาขาสามกองภูเก็ต By.หญิง
26. Aspire Clinic คลินิกศัลยกรรมตกแต่งหมอณัฐพงษ์
27. Phuket Skin Center
28. Skin Element Clinic
29. Pruksa Clinic
30. The Sephora Clinic - เดอะ เซโฟร่า คลินิก
31. คลินิกหมอฟ้าแพร Paprae Clinic สาขาภูเก็ต โบท็อกซ์ ฟิลเลอร์ ร้อยไหม ยกกระชับ ปรับรูปหน้า
32. Auramed Clinic
33. ซีวี ดีท็อกซ์ คลินิก
34. วีร์เกียรติกlinik ภูเก็ต Veerakiat Clinic Phuket
35. Cherish clinic
36. Healthy Skin
37. ดีอาร์วีคลินิก
38. คิวบ์ คลินิก CUBE Clinic by หมอโต๋
39. เดอะมาสลิม คลินิก สอดคล้องกับงานวิจัย ของกษิณีเดช เนตรทิพย์ (2558) ศึกษาเรื่องการกระจายตัวเชิงพื้นที่ของหอพักนิสิต และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าพักอาศัย : กรณีศึกษา



### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป จากการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยทางลักษณะของผู้บริโภคเพิ่มเติม เช่น ด้านวัฒนธรรมและสังคม เป็นต้น
2. การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ให้ได้รับรู้ถึงข้อมูลเชิงลึกและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต
3. ควรมีการศึกษารายละเอียดของตัวแปรในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ครบทุกหัวข้อ และเลือกคลินิกที่ตั้ง ๆ ในเขตตัวเมืองภูเก็ต ประมาณ 5 คลินิก และนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับว่าคลินิกใดมีบริการที่ครบครันมากกว่ากัน เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้ที่จะไปใช้บริการคลินิกต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กฤตซ์ติพัชร, ศรีสุคนธ์รัตน์. (2564). **ปัจจัยในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามและคลินิกศัลยกรรมความงามของกลุ่มลูกค้าเพศชายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2560) **รายงานประจำปี 2560 Annual report 2017**. [Online]. Available: [https://www.dip.go.th/uploadcontent/Ploypilin/Annual%20Report\\_\\_2560.pdf](https://www.dip.go.th/uploadcontent/Ploypilin/Annual%20Report__2560.pdf). [2566, ตุลาคม 20].
- จิตรรัตน์ ภูมิชัยสิทธิ์. (2560). **การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองสมุทรปราการ**. [Online]. Available: <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat17/6214060158.pdf>. [2566, ตุลาคม 20].
- ธีรวิมล เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- บ้านเมือง. (2558). **เศรษฐกิจ**. [Online]. Available: <https://www.banmuang.co.th/>. [2566, ตุลาคม 20].
- ประติภา สุมาลย์ (2560) **การศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันศัลยกรรมเสริมความงามในประเทศไทย โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นทางจิตวิทยาของกลุ่มนักศึกษาหญิง**. (สารนิพนธ์ระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยมหิดล)
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557) **ส่อง 10 ธุรกิจดาวรุ่ง H2/65 แพทย์ความงามยังครองแชมป์-กัญชาติดโผ**. [Online]. Available: <https://www.infoquest.co.th/2022/210671>. [2566, ตุลาคม 20].
- พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล. (2560). **ธุรกิจความงามและสุขภาพ บ่อทองคำที่ยังอุดมสมบูรณ์**. [Online]. Available: <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/112796>. [2566, ตุลาคม 20].
- พาร์ลิดา ดวงมณี. (2560). **พฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. [Online]. Available: <https://grad.dpu.ac.th/upload/content/files/year8-1/8022.pdf>. [2566, ตุลาคม 20].
- ศรายุทธ แดงชันช์. (2563). **คุณภาพบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้ซ้ำคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). **ตลาดบิวตี้ยังแจ๋ว เกาะเทรนด์ธุรกิจทำเงิน**. [Online]. Available: [https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Beauty-Business\\_Trend.pdf](https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Beauty-Business_Trend.pdf) [2566, ตุลาคม 20].
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรุงเบอร์ลิน. (2557). **ตลาดศัลยกรรมความงามในเยอรมนีและโอกาสของไทย**. Germany: Berlin. [Online]. Available:

<https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jdbs/article/download/474/968/> [2566, ตุลาคม 20].

สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (2566) **ข้อมูลนักศึกษา**. [Online]. Available:

<https://arit.pkru.ac.th/>. [2566, ตุลาคม 20].