



การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง
CONJOINT ANALYSIS FOR PLASTIC SURGERY SERVICE DEVELOPMENT



เยาวลักษณ์ กำเนิดกาญจน์

การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CONJOINT ANALYSIS FOR PLASTIC SURGERY SERVICE DEVELOPMENT



YAOWALUK KUMNERDKAN

A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

(Business Administration(Management))

Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2020

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง

ของ

เยาวลักษณ์ กำเนิดกาญจน์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

ประธาน

(อาจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล)

(รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรรณ พิริยะกุล)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน)

ชื่อเรื่อง	การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง
ผู้วิจัย	เยาวลักษณ์ กำเนิดกาญจน์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. อินทกะ พิริยะกุล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น (2.) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ (3.) เพื่อแสดงระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น (4.) เพื่อแสดงระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ (1.) ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น (2.) ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จาก 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Pantip.com, Dungdong.com และ Dodeden.com จำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างละ 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติแบบจำลองแผนภูมิต้นไม้ (Decision tree model) และการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่า (1.) ผู้ทำแบบทำสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31 – 38 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคกลาง (2.) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ คือ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ตามลำดับ ในการเลือกใช้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น (3.) ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ และคุณลักษณะด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ พบว่า (1.) ผู้ทำแบบทำสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31 – 38 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคกลาง (2.) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ คือ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ตามลำดับ ในการเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์ (3.) ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : Customer preference, คุณลักษณะผลิตภัณฑ์, ศัลยกรรมตา 2 ชั้น, ฉีดโบท็อกซ์

Title	CONJOINT ANALYSIS FOR PLASTIC SURGERY SERVICE DEVELOPMENT
Author	YAOWALUK KUMNERDKAN
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Professor Doctor Intaka Piriyakul

The aims of this research are as follows: (1) to study the product attributes influencing the preferences among consumers interested in eyelid surgery; (2) to study the product attributes influencing the preferences of consumers interested in botulinum toxin; (3) to show the level of importance influencing customer preferences among consumers interested in eyelid surgery; and (4) to show the level of importance of influencing customer preferences of consumers interested in botulinum toxin. The sample group in this research consisted of two hundred consumers interested in eyelid surgery; and (2) two hundred consumers interested in botulinum toxin from Pantip.com, Dungdong.com and Dodeden.com. The questionnaire used conjoint analysis, descriptive analysis, mean, percentage, standard deviation and a hypothesis test using the decision tree model and multiple regression analysis. The results of the consumers interested in eyelid surgery were as follows: (1) most respondents were female, thirty-one to thirty-eight years of age, worked as officers, with a salary from 25,001 to 35,000 Baht, a Bachelor's degree, and a hometown in central Thailand; (2) the consumers provided six important attributes for choosing products. This included negative and positive reviews, price, waiting time, famous doctors and nursing homes; (3) consumers of different genders, ages, occupations, average salary, education, and hometown gave equal importance of the six attributes for choosing products, including negative and positive reviews, prices, waiting time, famous doctors and nursing homes at a statistical level of 0.05. The results of the consumers interested in botulinum toxin were as follows: (1) most of the respondents were female, thirty-one to thirty-eight years of age, worked as officers, with a salary from 25,001 to 35,000 Baht, a Bachelor's degree, and a hometown in central Thailand; (2) consumers provided six important attributes for choosing products. This included positive reviews, prices, negative reviews, famous doctors, the source of botulinum toxin and nursing homes; and (3) consumers of different genders, ages, occupations, average salary, education and hometown gave equal importance to the six attributes for choosing products, which included positive and negative reviews, prices, famous doctors, botulinum toxin source and nursing homes, with a statistical level of 0.05.

Keyword : Customer preference, Product attributes, Eyelid surgery, Botulinum toxin

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก อ.ดร.อินทกะ พิริยะกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่านับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ ในการทำวิจัย ตลอดจนการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความเมตตาของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และกรรมการสอบเค้าโครงสารนิพนธ์ สอบปากเปล่า และเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถาม แนะนำแนวทางในการแก้ไขงานวิจัยนี้เพื่อให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์โครงการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ได้มอบวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน ตลอดจนประสพการณ์และแนวคิดต่างๆ แก่ผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดและขอขอบคุณเพื่อนนิสิต และเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนผู้ทำแบบทดสอบทุกท่านที่สละเวลาทำแบบทดสอบในงานวิจัยครั้งนี้ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เยาวลักษณ์ กำเนิดกาญจน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	9
การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	11
การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product design)	14
แนวคิดและทฤษฎี Conjoint Analysis.....	15
สภาพตลาดศักยภาพความงาม	19

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย.....	39
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	119
สรุปผลการวิจัย.....	124
อภิปรายผลการวิจัย	157
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	158
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	159
บรรณานุกรม	161
ภาคผนวก.....	163
ภาคผนวก ก	164
ภาคผนวก ข	184
ภาคผนวก ค	200
ภาคผนวก ง.....	202
ภาคผนวก จ	209
ภาคผนวก ฉ	211
ภาคผนวก ช	220

ภาคผนวก ซ 228

ประวัติผู้เขียน..... 236



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์	22
ตาราง 2 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์	27
ตาราง 3 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น	32
ตาราง 4 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น	34
ตาราง 5 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์	35
ตาราง 6 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น	36
ตาราง 7 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์	36
ตาราง 8 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น	37
ตาราง 9 คุณลักษณะและค่าระดับที่ใช้ในการศึกษาของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ..	47
ตาราง 10 คุณลักษณะและค่าระดับที่ใช้ในการศึกษาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	48
ตาราง 11 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	60
ตาราง 12 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	63

ตาราง 13 แสดงค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	66
ตาราง 14 แสดงค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	67
ตาราง 15 คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น .	70
ตาราง 16 แสดงค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	75
ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	111
ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	114
ตาราง 19 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	141
ตาราง 20 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	142
ตาราง 21 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอายุเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	143
ตาราง 22 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	143
ตาราง 23 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	144
ตาราง 24 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุด เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	146
ตาราง 25 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิกำเนิด เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	146
ตาราง 26 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	148

ตาราง 27 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	149
ตาราง 28 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอายุเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	150
ตาราง 29 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	152
ตาราง 30 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	153
ตาราง 31 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุดเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	154
ตาราง 32 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิมเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	155
ตาราง 33 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 100 คน จากเว็บไซต์	165
ตาราง 34 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 100 คน จากเว็บไซต์	185
ตาราง 35 รายละเอียดข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	203
ตาราง 36 รายละเอียดข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์	212

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 ข้อมูลสถิติการภาพรวมทำศัลยกรรมปี 2559.....	3
ภาพประกอบ 2 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย	7
ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับระดับลักษณะที่มีลักษณะเป็นแบบ เส้นตรง เป็นแบบจุดจุดมคคิต และแบบไม่ต่อเนื่อง	16
ภาพประกอบ 4 ผลประกอบการของธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล	20
ภาพประกอบ 5 ข้อมูลสถิติการทำศัลยกรรมของประเทศไทยปี 2559.....	21
ภาพประกอบ 6 ค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	66
ภาพประกอบ 7 ค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	67
ภาพประกอบ 8 คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	68
ภาพประกอบ 9 คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	68
ภาพประกอบ 10 คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	69
ภาพประกอบ 11 คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	69
ภาพประกอบ 12 คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	70
ภาพประกอบ 13 คุณลักษณะด้านราคา ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	70
ภาพประกอบ 14 คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	72
ภาพประกอบ 15 คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ...	73

ภาพประกอบ 16 คุณลักษณะด้านรวิวิเชิงบวก ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท์อกซ์.....	73
ภาพประกอบ 17 คุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท์อกซ์.....	74
ภาพประกอบ 18 คุณลักษณะด้านราคา ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท์อกซ์.....	74
ภาพประกอบ 19 คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท์อกซ์.....	75
ภาพประกอบ 20 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาเดิมของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	77
ภาพประกอบ 21 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาเดิมของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	79
ภาพประกอบ 22 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	81
ภาพประกอบ 23 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศสภาพของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	83
ภาพประกอบ 24 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	85
ภาพประกอบ 25 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	87
ภาพประกอบ 26 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศสภาพของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น	89
ภาพประกอบ 27 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์.....	91

ภาพประกอบ 28 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	93
ภาพประกอบ 29 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	95
ภาพประกอบ 30 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	97
ภาพประกอบ 31 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดและอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	99
ภาพประกอบ 32 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	101
ภาพประกอบ 33 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	103
ภาพประกอบ 34 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	105
ภาพประกอบ 35 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดและอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	107
ภาพประกอบ 36 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์.....	109
ภาพประกอบ 37 ผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำคัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	142

ภาพประกอบ 38 ผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	144
ภาพประกอบ 39 ผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	145
ภาพประกอบ 40 ผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุด เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	146
ภาพประกอบ 41 ผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิม เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น.....	147
ภาพประกอบ 42 ผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	148
ภาพประกอบ 43 ผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	150
ภาพประกอบ 44 การวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	151
ภาพประกอบ 45 ผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	152
ภาพประกอบ 46 ผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	154
ภาพประกอบ 47 ผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุดเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	155
ภาพประกอบ 48 ผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิมเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์.....	156

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในอดีตการทำศัลยกรรมตกแต่งและความงามเป็นการแก้ไขความบกพร่องทางใบหน้าอันเนื่องมาจากความพิการแต่กำเนิดหรือการได้รับอุบัติเหตุเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตในสังคมได้ตามปกติ การทำศัลยกรรมค่อนข้างยุ่งยากและมีความซับซ้อนต้องใช้เวลาในการผ่าตัดนานและได้ผลลัพธ์ที่ไม่ดีเท่าที่ควร ต่อมาวิทยาการทางการแพทย์ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการคิดค้นเทคนิคใหม่ใช้วัสดุที่ดีขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมความงามมากขึ้น การทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมความงามจึงไม่ใช่เพียงเพื่อความสวยงามเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาบุคลิกภาพให้ดูดีเป็นที่ยอมรับในสังคมอีกด้วย ปัจจุบันการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมความงามมีความแพร่หลายและไม่จำเป็นต้องปกปิดอีกต่อไป ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมความงามมากขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลมาจากดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยได้เปิดเผยผลการวิจัยทางธุรกิจ 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง-ดาวร่วงในปี 2561 ระบุว่า ธุรกิจดาวรุ่งอันดับ 1 คือ ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และตามมาด้วย ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม ซึ่งประเทศไทยมีสถานบริการด้านความงามมากกว่า 3,200 แห่ง และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10% ในทุกๆ ปี (2561b)

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเดินหน้าเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพ โดยรัฐบาลไทยได้ผลักดันร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพ ระยะ 10 ปี ได้ตั้งเป้าให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก 4 ด้าน ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ Wellness Hub, ศูนย์กลางทางการแพทย์ Medical Hub, ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย Academic Hub, และศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ Product Hub โดยมีมูลค่าการตลาดสูงถึง 180,000 ล้านบาท สามารถแบ่งเป็น สกินแคร์ 80,000 ล้านบาท คลินิกความงาม 30,000 ล้านบาท คลินิกศัลยกรรมความงาม 30,000 ล้านบาท และอื่นๆ (ผลิตภัณฑ์เพื่อเส้นผม) เป็นต้น ซึ่งคาดว่าตลาดคลินิกความงามและคลินิกศัลยกรรมความงามจะเติบโตระดับเดียวกัน คือ 20% โดยมี 1 ตลาดที่เป็นตัวขับเคลื่อนตลาดความงามนั่นคือ คลินิกความงาม โดยในปี 2560 มีสัดส่วนในตลาดความงามอยู่ที่ 30,000 ล้านบาท เติบโตขึ้น 20% จากปีก่อนหน้านี้ เป็นผลมาจากการที่ผู้คนหันมาใส่ใจด้านความสวยงามมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม Millennials อายุ 23-39 ปี ที่มีพฤติกรรมเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น จาก 3-5 ปีก่อน

กลุ่ม Millennials อยู่ในระดับ 20% จากลูกค้าทั้งหมดของตลาด แต่ปัจจุบันนี้อยู่ที่ 45-50% นอกจากนี้ ยังมีเรื่องเทรนด์การดูแลสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมในไทย ทำให้ผู้คนจำนวนมากหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพตนเองกันมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตนเองมีสุขภาพร่างกาย รวมทั้งภาพลักษณ์ภายนอกที่ดี จึงทำให้กลุ่ม Millennials นิยมหันมาเข้าคลินิกความงามมากขึ้น (Marketeer, 2561a) ต้องถือว่าตลาดความงามในประเทศไทยอยู่ในช่วงขยายตัวสูง มีผู้เล่นหน้าใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา ทั้งกลุ่มโรงพยาบาลและกลุ่มคลินิกความงาม ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ เช่น กลุ่มผู้ชายวัยทำงานและเมโทรเซ็กซวล (Metrosexual) กลุ่มนักเรียน / นักศึกษา แม่บ้าน คนวัยเกษียณอายุที่มีกำลังซื้อสูง และกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่ม CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม รวมถึงประเทศจีน แม้ธุรกิจสุขภาพและความงามมีการแบ่งเซกเมนต์ชัดเจน แต่คู่แข่งกัน โดยเฉพาะกลุ่มโรงพยาบาลและคลินิกความงามพยายามปรับกลยุทธ์ เพื่อต่อสู้แข่งขันและขยายการให้บริการแบบองค์รวม รองรับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการหลากหลายมากขึ้น สมาคมศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยระดับโลก (International Society of Aesthetic Plastic Surgery: ISAPS) สำหรับปี 2559 ได้เปิดเผยรายงานสถิติการทำศัลยกรรมสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยจำนวน 4,217,862 ครั้ง ตามด้วยบราซิล 2,524,115 ครั้ง ญี่ปุ่น 1,137,976 ครั้ง อิตาลี 957,814 ครั้ง และเม็กซิโก 923,243 ครั้ง สำหรับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 21 โดยมีการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยจำนวน 112,821 ครั้ง ดังรายละเอียดด้านล่างนี้

TOTAL PROCEDURES

RANK	COUNTRY		% OF WORLD-WIDE TOTAL
1	USA	4,217,862	17.9%
2	Brazil	2,524,115	10.7%
3	Japan	1,137,976	4.8%
4	Italy	957,814	4.1%
5	Mexico	923,243	3.9%
6	Russia	896,629	3.8%
7	India	878,180	3.7%
8	Turkey	789,564	3.3%
9	Germany	730,437	3.1%
10	France	517,731	2.2%
11	Colombia	505,161	2.1%
12	Spain	473,074	2.0%
13	Chinese Taipei	387,815	1.6%
14	Egypt	376,348	1.6%
15	Greece	287,918	1.2%
16	Argentina	272,420	1.2%
17	Venezuela	244,552	1.0%
18	Australia	225,002	1.0%
19	Belgium	195,665	0.8%
20	Iran	151,439	0.6%
21	Thailand	112,821	0.5%
22	Lebanon	79,769	0.3%

ภาพประกอบ 1 ข้อมูลสถิติการภาพรวมทำศัลยกรรมปี 2559

ที่มา: <https://www.isaps.org>

จากการเติบโตของธุรกิจศัลยกรรมความงาม และจำนวนผู้ทำศัลยกรรมของไทยที่มีจำนวนมาก ทำให้มีผู้สนใจทำธุรกิจศัลยกรรมความงามจำนวนมากขึ้นเช่นกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หรือฉีดโบท์ออกซ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้เพื่อต่อยอดในการพัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำด้านการทำศัลยกรรมเสริมความงามต่อไป อีกทั้งยังเป็นประโยชน์กับผู้สนใจนำข้อมูลไปใช้ต่อยอดความรู้ด้านศัลยกรรมอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์
3. เพื่อแสดงระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
4. เพื่อแสดงระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงาม ทั้งในด้านการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับปรุงและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการนำผลการศึกษาค้นคว้าไปวิเคราะห์และทำการวิจัยเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ที่เห็นสมควรต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้วิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรม โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัดและไม่ผ่าตัด โดยกลุ่มตัวอย่างของประเภทการทำศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัด คือ ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างของประเภทการทำศัลยกรรมประเภทที่ไม่ต้องผ่าตัด คือ ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ที่มีผู้สนใจทำศัลยกรรมให้ ความสนใจสูงสุด 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Pantip.com, Dungdong.com และ Dodeden.com มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 1,824,632 คน สรุปรณ วันที่ 23 กรกฎาคม 2561 ข้อมูลจาก Pantip.com, Dungdong.com และ Dodeden.com

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ 1. ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น 2. ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จาก 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Pantip.com, Dungdong.com และ Dodeden.com โดยมีจำนวนสมาชิกรวม 1,824,632 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สูตร

ในการคำนวณกรณีทราบประชากรเพื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคำนวณได้จากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro 1970) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 จะได้จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 อาชีพ

1.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.5 การศึกษาสูงสุด

1.1.6 ภูมิลำเนาเดิม

1.2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

1.2.1 ด้านสถานพยาบาล

1.2.2 ด้านชื่อเสียงของหมอ

1.2.3 ด้านระยะเวลารอคิว

1.2.4 ด้านวีวีวีเชิงบวก

1.2.5 ด้านวีวีวีเชิงลบ

1.2.6 ด้านราคา

1.2.7 ด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) แบ่งได้ดังนี้

2.1 Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

2.2 Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ เพศ อาชีพ รายได้ การศึกษา และภูมิลำเนา ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์

2. การทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หมายถึง การแก้ไขปัญหาสำหรับผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับตาเด็ก ชั้นตาหลับใน หางตาดก เพื่อให้ตาโตขึ้นดูมีประกาย และเพิ่มให้ดวงตามีเสน่ห์ชวนมอง

3. การฉีดโบท็อกซ์ หมายถึง การฉีดสารโบทูลินั่ม ท็อกซิน เข้าไปในส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายโดยเฉพาะใบหน้า เพื่อลดริ้วรอยเหี่ยวย่นที่เกิดจากการแสดงอารมณ์ต่างๆ ให้แลดูอ่อนเยาว์มากขึ้น

4. ผู้บริโภค หมายถึง กลุ่มตัวอย่างผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หรือกลุ่มตัวอย่างผู้ที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ Pantip.com, Dungkong.com และ Dodeden.com

5. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่คุณขายต้องมอบให้แก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้า หรือบริการ เป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เป็นสถานที่ ความงาม บุคลิกภาพ ความสามารถ หรือคุณลักษณะของความ ต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ผู้ซื้อต้องการจะได้มาเป็นเจ้าของ ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

5.1 ด้านสถานพยาบาล หมายถึง โรงพยาบาลหรือคลินิก ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หรือฉีดโบท็อกซ์

5.2 ด้านชื่อเสียงของหมอ หมายถึง หมอที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคว่ามีความรู้และความสามารถในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หรือฉีดโบท็อกซ์

5.3 ด้านระยะเวลารอคิว หมายถึง ระยะเวลารอคอยในการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ซึ่งแตกต่างกันไปตามความนิยมของผู้บริโภคที่มีให้กับหมอแต่ละคนไม่เท่ากัน ถ้าเป็นหมอที่มีชื่อเสียงจะมีผู้บริโภคสนใจที่จะเลือกใช้บริการมากกว่า ทำให้ระยะเวลาการรอกิวนานกว่าหมอทั่วไป

5.4 ด้านรีวิวเชิงบวก หมายถึง การบอกเล่าประสบการณ์การทำศัลยกรรมในแง่ดีให้กับผู้ที่สนใจทำศัลยกรรม เพื่อประกอบการพิจารณาการทำศัลยกรรม

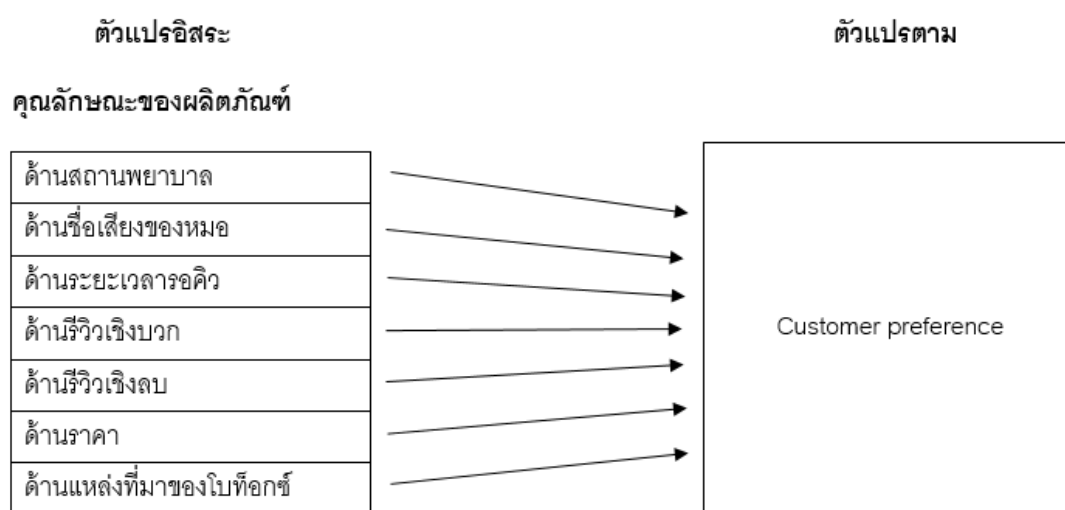
5.5 ด้านรีวิวเชิงลบ หมายถึง การบอกเล่าประสบการณ์การทำศัลยกรรมในแง่ที่ไม่ดีให้กับผู้ที่สนใจทำศัลยกรรม เพื่อประกอบการพิจารณาการทำศัลยกรรม

5.6 ด้านราคา หมายถึง สิ่งที่คุณบริโภคจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงมูลค่าในรูปเงินตรา ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากการทำศัลยกรรมทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หรือฉีดโบท็อกซ์

5.7 ด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ หมายถึง โบท็อกซ์มีแหล่งที่มาจากหลากหลายประเทศ ซึ่งโบท็อกซ์ที่มีแหล่งที่มาที่แตกต่างกันนั้นจะมียี่ห้อที่แตกต่างกันไปซึ่งจะให้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่แตกต่าง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ยี่ห้อ Allergan ประเทศเกาหลี ยี่ห้อ Neuronox เป็นต้น ทั้งนี้คุณสมบัติที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพใบหน้าของแต่ละบุคคลด้วย

6. Customer preference หมายถึง การที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านใดด้านหนึ่งมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ในการเลือกใช้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ในการเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 2 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน
3. เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

4. เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภค
ที่สนใจซื้อโบทีอวกซ์



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลการทำวิจัย โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานจากแนวความคิดและทฤษฎี ประกอบการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์
4. แนวคิดและทฤษฎี Conjoint Analysis
5. สภาพตลาดศักยภาพความงาม

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์เชิงสถิติและการพรรณาลักษณะของกลุ่มประชากรในด้านการกระจาย สถิติชีพ อายุ เพศ และสถานภาพในทางพลเมือง ในขณะใดขณะหนึ่ง หรือช่วงระยะเวลาหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524)

ภาวิณี กาญจนานา (2554) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาด เพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และตลาดอื่นๆ จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ได้กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ซึ่งในงานวิจัยนี้จะใช้บางลักษณะที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. เพศ (อ.ดร.ชีรา ทองกระจาย) กล่าวไว้ว่า แนวคิดเรื่องเพศจะประกอบไปด้วย 3 มิติที่ต้องพิจารณาร่วมกัน ดังนี้

เพศสรีระ (Sex) หรือมักใช้คำว่าเพศโดยกำเนิด หมายถึง อวัยวะเพศ ลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นจากภายนอก และเพศที่ถูกระบุทางพันธุกรรมหรือโครโมโซม เพศสรีระมักถูกใช้เป็นตัวกำหนดเพศที่ถูกรับรองในทางกฎหมายหรือรับรองอย่างเป็นทางการโดยระบบของรัฐ

เพศภาวะหรือเพศสภาพ (Gender) หมายถึง บทบาทความเป็นเพศที่ถูกกำหนดและประกอบสร้างขึ้นจากขนบธรรมเนียม ประเพณี โครงสร้างอำนาจ และกลไกทางสังคมต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อการนิยามตนเอง หรือ อัตลักษณ์ทางเพศ (Gender Identity) และการแสดงบทบาททางเพศ หรือตัวตนทางเพศของบุคคลในสังคม

เพศวิถี (Sexuality) หมายถึง วิถีชีวิตทางเพศในทางกามารมณ์ และในด้านความรักความรู้สึก ซึ่งหมายรวมถึงรสนิยมทางเพศ ความรู้สึกดึงดูด ความปรารถนาทางเพศ ความรู้สึกรักใคร่ชอบพอ หรือพฤติกรรมในความสัมพันธ์ทางเพศของบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ การรักเพศตรงข้าม (Heterosexuality) คือการที่บุคคลรักใคร่ชอบพอ พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกดึงดูดทางเพศต่อบุคคลที่มีอัตลักษณ์หรือการแสดงออกทางเพศที่ตรงกันข้ามกับตนเอง การรักเพศเดียวกัน (Homosexuality) คือ การที่บุคคลรักใคร่ชอบพอ พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกดึงดูดทางเพศต่อบุคคลที่มีอัตลักษณ์หรือการแสดงออกทางเพศแบบเดียวกับตนเอง การรักสองเพศ (Bisexuality) คือ การที่บุคคลรักใคร่ชอบพอ พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกดึงดูดทางเพศต่อบุคคลที่มีอัตลักษณ์หรือการแสดงออกทางเพศที่ตรงข้ามกับตนเอง และบุคคลที่มีอัตลักษณ์หรือการแสดงออกทางเพศเดียวกับตนเอง นอกจากนี้ในสังคมปัจจุบันยังมีการนิยามบุคคลที่ระบุว่าตนเองไม่ได้รัก ไม่ได้ชอบเพศใดๆ หรือไม่ได้ชอบบุคคลแบบหนึ่งแบบใดเลย ในภาษาอังกฤษเรียกว่า Asexual และบุคคลระบุว่าตนเองรักและพึงพอใจบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเพศ ทั้งเพศสรีระ เพศสภาพ และเพศวิถี ในภาษาอังกฤษเรียกบุคคลกลุ่มนี้ว่า Pansexual

สังคมไทยในปัจจุบัน บุคคลที่เป็นกลุ่มความหลากหลายทางเพศหรือที่สังคมไทยเรียกว่า "เพศที่สาม" นั้น ปรากฏตัวและแสดงตนในภาษาไทยมากขึ้น เช่น gay, lesbian, bisexual, transgender และ intersex โดยมีการปรับความหลากหลายให้เข้ากับบริบททางวัฒนธรรม

2. อายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัยด้วย จึงใช้ประโยชน์จากอายุที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมาแบ่งส่วนการตลาด โดยการมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อมุ่งเน้นให้ความสำคัญที่ตลาดส่วนนั้น

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยมและพฤติกรรมแตกต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีกว่า และมีราคาสูงกว่าผู้ที่มี

การศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในการหาข้อมูลจากหลายๆ แหล่ง เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

4. อาชีพ ผู้บริโภคแต่ละสาขาอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการนั้นเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใด เพื่อจะได้จัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มอาชีพแต่ละอาชีพได้อย่างเหมาะสม

ปัจจุบันการทำศัลยกรรมกลายเป็นเครื่องมือที่ตอบโจทย์รูปแบบชีวิตได้ในมุมกว้างมากขึ้น จากเดิมที่ศัลยกรรมสร้างขึ้นมาเพื่อช่วยให้ใครบางคนสวยหล่อและดูดีมากขึ้นเท่านั้น ก็พัฒนามาเป็นมีผลต่อการดำเนินชีวิตในหลายๆ ด้าน เช่น ความสัมพันธ์ในครอบครัว หน้าที่การงาน สุขภาพ ความมั่นใจ เป็นต้น โดยเฉพาะในด้านของการประกอบอาชีพ มีไม่น้อยเลยที่การทำศัลยกรรมช่วยให้เกิดโอกาสในเส้นทางอาชีพนั้นๆ กับคนที่สนใจได้ ซึ่งหลายคนอาจจะนึกถึงแต่อาชีพที่เกี่ยวข้องกับความสวยความงามเท่านั้น แต่ยังมีอีกหลากหลายอาชีพที่อาจไม่ต้องใช้ความงามเลยแต่กลับมีความสำคัญในการประกอบอาชีพ เช่น อาชีพดารานักแสดง, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, ผู้ประกาศข่าว, ครูอาจารย์, ผู้บริหารระดับสูง, พนักงานขาย, โค้ชหรือวิทยากร, นักกีฬา เป็นต้น (amprohealth, 2561)

5. รายได้ เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปจะสนใจผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่ใหญ่กว่า ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือรายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริง อาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ นอกจากนี้ การศึกษา อาชีพ และรายได้นั้น จะมีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักจะมีอาชีพการงานที่ดี มีรายได้สูง ส่วนบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ โอกาสที่จะมีอาชีพการงานสูงนั้นย่อมเป็นไปได้ยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ศาสตราจารย์ (2528) กล่าวว่า การวิจัย คือการค้นหาคำความจริงโดยใช้วิธีการหรือความรู้ทางวิทยาศาสตร์เข้าช่วยเพื่อค้นหาคำความจริงต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเราว่า ทำไมจึงเป็นอย่างนี้ทำไมจึงเป็นอย่างนั้น Charles F.Kettering ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในการนำเอาการวิจัยมาใช้ในทางอุตสาหกรรมอย่างแพร่หลาย ซึ่งสามารถแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1) การวิจัยขั้นพื้นฐานหรือบริสุทธิ์ (Pure Research of Fundamental Research) หมายถึง การวิจัยขั้นพื้นฐานเพื่อหาความรู้ต่างๆ จากสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวเรา ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ วัตถุประสงค์เบื้องต้นเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่มนุษยชาติในด้านปฏิบัติหรือทฤษฎีมากกว่ามี วัตถุประสงค์ที่จะแก้ปัญหาอย่างอื่นอย่างหนึ่ง

2) การวิจัยประยุกต์ (Applied Research) หมายถึง การวิจัยที่ต้องการจะแก้ไขปัญหาใด ปัญหาหนึ่งจะเป็นปัญหาอะไรก็ได้ ซึ่งปัญหาเหล่านั้นอาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายไปโดยไม่จำเป็นอยู่ใน เวลานี้ หรืออาจจะเป็นปัญหาที่เมื่อทำการวิจัยเป็นผลสำเร็จแล้วจะทำให้ได้คุณค่าอย่างมหาศาล

การวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การที่เราได้พบได้ใช้ได้บริโภคสิ่งของและสินค้านานาชนิดใน ทุกวันนี้เนื่องมาจากผลการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น เช่น มีโอกาสดูโทรทัศน์ นั่งเครื่องบิน ใช้ นาฬิกาอัตโนมัติ อาหารกระป๋องชนิดต่างๆ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการค้นคว้า คิดออกแบบ แก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้ ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดี

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development : NPD) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ มากมาย ซึ่งเป็นความหมายที่กว้าง อาจจะเป็นการปรับปรุงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือการคิด สินค้าใหม่ที่ไม่เคยมีที่ไหนมาก่อน หรือการเพิ่มจำนวนขนาดรุ่นของสินค้าก็ได้ ซึ่ง Crawford and Benedetto (2010) ได้สรุปความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีการผลิต (New-to-The-World Product) ความหมายของคำ ว่า “ผลิตภัณฑ์ใหม่” ก็คือ สิ่งที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นใหม่ในตลาด ซึ่งทำให้เกิดตลาดใหม่ เช่น การเกิดขึ้นครั้งแรกของกล้องโฟลวอยด์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในส่วนนี้อาจจะหมายถึงความรวมถึงการคิดค้น บริการใหม่ๆ ที่ยังไม่มีธุรกิจใดดำเนินการ หรือแม้แต่การเกิดขึ้นของ Facebook ที่มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ได้พัฒนาขึ้นระหว่างที่เป็นนักศึกษา จนกระทั่งปัจจุบันกลายเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ ที่สุดของโลก

2) ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดสายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Category Entries) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจคิดค้นหรือพัฒนาเพื่อสร้างสายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ธุรกิจไม่เคยสนใจหรือไม่เคย วางตลาดมาก่อน ดังเช่น การพัฒนาโรงภาพยนตร์ 4 มิติหรือ 4DX เพื่อเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ที่มีกำลังซื้อและต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร

3) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายผลิตภัณฑ์เดิม (Adding to Product Lines) เป็นการคิดค้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งหรือเจาะตลาดที่ธุรกิจไม่สามารถทำได้ ดังที่ธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ “แบนด์” ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมซูเปอร์

สกัดแบบแคปซูล เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่ชอบกลิ่นของซูเปอร์ไก่แต่ต้องการบริโภคอาหารเสริม เป็นต้น

4) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Product Improvement) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ซึ่งพบได้กับทุกผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ การพัฒนาในธุรกิจโทรศัพท์มือถือหรือในธุรกิจรถยนต์ ยกตัวอย่างเช่น รถยนต์ฮอนด้า ซีวิค ได้มีการปรับปรุง Minor Change และปรับปรุงเพิ่มเติมอุปกรณ์ในรถยนต์เพื่อแข่งขันกับโตโยต้า

5) การปรับปรุงภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Repositioning) เมื่อผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการยอมรับในสายตาลูกค้า หรือมีการรับรู้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนของผลิตภัณฑ์ หรือมีการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ นักการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการให้คุณค่าหรือเป้าหมายในชีวิตของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ การปรับปรุงภาพลักษณ์ของตราสินค้าของ AIS ที่มีทั้งการเปลี่ยนตราสินค้าสัญลักษณ์ รวมไปถึงแนวความคิดการตอบสนองลูกค้า ที่เน้นช่วยลูกค้าในการสร้างคุณค่าให้มากขึ้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม จะเริ่มต้นด้วยความคิดที่ไขว่เขว ความคิดอาจมาจากใครก็ได้ในองค์กรที่ไม่ได้มีความรับผิดชอบต่อความคิดใหม่ๆ เลย แต่นักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี มักจะมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่มีความคิดใหม่ๆ บ่อยครั้งเหมือนกันที่ความคิดอาจมาจากนอกระบบ เช่น เมื่อนักคิดค้นเข้ามาเสนอขายความคิดให้บริษัท ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ บางทีอาจเกิดขึ้นในงานวิจัยผลิตภัณฑ์นั่นเอง และบ่อยครั้งเป็นผลพลอยได้ของการวิจัยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างอื่น

ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถูกพัฒนาไปเป็นตัวอย่างที่ใช้การได้ที่ เรียกว่าต้นแบบ (Prototype) ซึ่งนักวิจัยตลาดอาจนำไปทดลองได้ เพื่อดูว่าผู้บริโภคจะรับหรือไม่รับ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการดำเนินงานแบบลองผิดลองถูก แต่มีแบบเป็นแนวทางจากแบบหนึ่งไปสู่แบบหนึ่ง จนกระทั่งแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำตามแบบที่ออกไว้เป็นไปตามลักษณะจำเพาะต่างๆ ไปอย่างใกล้ชิดเคียงที่สุดและประหยัดที่สุด

สรุปได้ว่า การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การทำวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ หรือบางครั้งอาจทำให้เป็นผู้นำใหม่ในตลาดได้อีกด้วย ซึ่งการวิจัยนั้น อาจเกิดจากการวิจัยไปหาการพัฒนา หรือการพัฒนาอาจวิ่งกลับมาหาการวิจัย และงานบางอย่างอาจเกิดขึ้นนอกลำดับ หรือเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน แบบผลิตภัณฑ์อาจเกิดขึ้นก่อนแล้ว หรืออาจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปพร้อมๆ กับการออกแบบ แล้วจึงย้อนกลับมาหาการวิจัย อันเป็นปกติวิสัยในการออกแบบไป วิจัยไปพร้อมๆ กันได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product design)

วินัย โสมดี (2525) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การคิดค้นสิ่งใหม่ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ประโยชน์ใช้สอยและความงามเป็นอย่างดี การออกแบบอีกส่วนหนึ่งนั่นคือการปรับปรุงสิ่งเก่าให้ดีขึ้นในลักษณะที่มีความงามและประโยชน์ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งหมายถึงการปรับปรุงรูปแบบ วัสดุ วิธีการให้ดูใหม่แปลกขึ้น

ศิริพรรณ ปีเตอร์ (2550) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างสรรค์สิ่งจำเป็นที่ต้องได้ และจับต้องไม่ได้ถูกสร้างขึ้นตามความต้องการของตลาด สอดคล้องกับขนาดสัดส่วนมนุษย์และพฤติกรรมในการใช้งาน การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้าน ซึ่งในงานวิจัยนี้จะเลือกปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ประโยชน์ใช้สอย (Function) มีประโยชน์ใช้สอยที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ความคงทนต่อการใช้งานง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน ง่ายต่อการบำรุงรักษา และมีประสิทธิภาพในการทำงานของผลิตภัณฑ์

2) ความปลอดภัย (Safety) การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้และของระบบภายในของผลิตภัณฑ์ขณะใช้งานผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะละเลยไม่ได้เด็ดขาด

3) ระยะเวลา (Schedule) การเลือกเวลาในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสู่ตลาดในช่วงระยะเวลาที่ตลาดกำลังต้องการผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก่อนคู่แข่ง ถือว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญยิ่งในการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน การเป็นผู้นำทางด้านกรออกแบบสามารถสร้างความประทับใจและความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

4) ต้นทุน (Cost) บริษัทควรทำการค้นคว้าและสำรวจข้อมูลด้านความต้องการของผู้บริโภคก่อนการนำสินค้าออกสู่ตลาดและควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนว่าเป็นคนกลุ่มใด อาชีพ และฐานะเป็นอย่างไร นักออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องเป็นผู้ประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายตามศักยภาพที่สามารถซื้อสินค้าได้ โดยที่ผู้ซื้อจะพิจารณาถึงความเหมาะสมระหว่างราคาขายกับการเลือกใช้ชนิดและระดับคุณภาพของวัสดุ รวมทั้งการเลือกกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ถ้าราคาขายสูงกว่าที่ผู้บริโภคคาดการณ์ไว้ บริษัทควรมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบเพื่อลดค่าใช้จ่าย เช่น การปรับอัตราส่วนผสมของวัตถุดิบแต่ต้องรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นไว้คงเดิม

5) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา และกฎหมายที่เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้าเพื่อหลีกเลี่ยงข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจจะเกิดขึ้นได้

แนวคิดและทฤษฎี Conjoint Analysis

คำว่า “Conjoint” มีความหมายว่า ค่าของสิ่งสองสิ่งหรือมากกว่าสองสิ่งขึ้นไปถูกนำมาพิจารณาร่วมกัน วิธีการก็คือผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกขอให้เรียงลำดับความชอบของตนที่มีต่อคุณสมบัติหรือคุณลักษณะต่างๆ ของสินค้าหรือบริการ Conjoint Analysis ระดับต่างๆ ของแต่ละคุณลักษณะนั้นๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่า Utilities ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Monotonic) ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้

Green and Rao (1971) กล่าวว่า Conjoint Analysis เป็น Multivariate Technique ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาเพื่อการประมาณความพึงพอใจหรือความชอบในการเลือกคุณลักษณะของสินค้าและบริการ การศึกษา Conjoint Analysis ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในคุณลักษณะที่มีความหลากหลายและสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการที่จะปรับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยวิธีดังกล่าวได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาด้านการตลาด เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อคุณลักษณะสินค้าหรือการบริการที่มีความหลากหลาย ซึ่งสมการพื้นฐานมีลักษณะดังนี้ คือ

$$Y_1 = a + X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

โดยที่ Y_1 = ค่าความพอใจรวม

a = ค่าคงที่

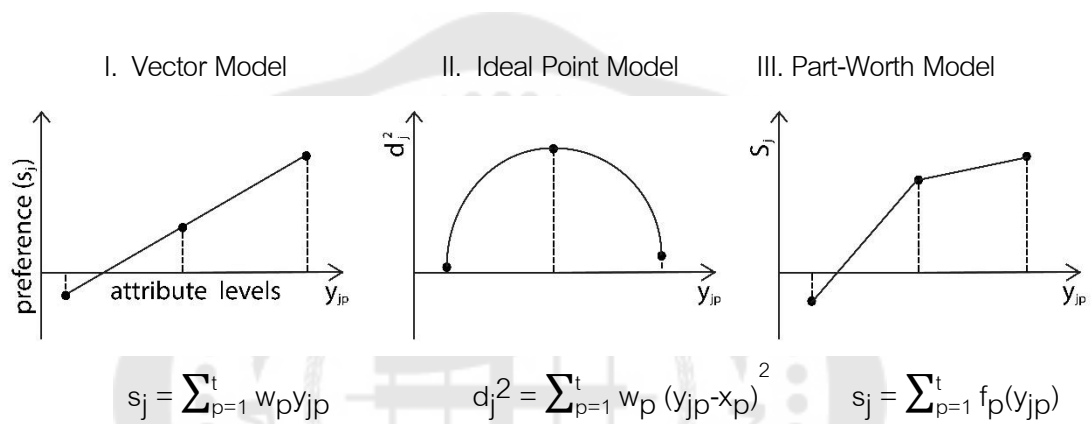
X_1 = ค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคให้แก่คุณลักษณะที่ i

Bajaj (1999) กล่าวว่าข้อได้เปรียบของ Conjoint Analysis คือสามารถปรับตัวแปรตาม (Y_1) เป็น metric หรือ non-metric ได้ ซึ่งแบบจำลองความพึงพอใจมี 3 รูปแบบ คือ แบบเส้นตรง (Vector model หรือ linear model) แบบจุดในอุดมคติ (Ideal-point model) และแบบไม่ต่อเนื่อง (Part-worth model หรือ discrete model)

แบบเส้นตรง (Vector model หรือ linear model) เป็นการแสดงความสัมพันธ์ของความพอใจในลักษณะ single linear function โดยอาจมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น (linear more) หรือลดลง (linear less) ในลักษณะเส้นตรง (ภาพประกอบ 3)

แบบจุดในอุดมคติ (Ideal-point model) เป็นการแสดงความสัมพันธ์ของความพอใจกับระดับคุณลักษณะแบบเส้นโค้ง เหมาะสำหรับคุณลักษณะเชิงคุณภาพ ซึ่งปรากฏออกมาในรูปเส้นโค้งคว่ำ (Ideal-point) ซึ่งส่วนกลางของเส้นโค้งมีค่ามากที่สุด และเป็นจุดสูงสุดที่แสดงถึงความพอใจต่อคุณลักษณะนั้นๆ หรือปรากฏออกมาในรูปเส้นโค้งหงาย (anti-ideal-point) (ภาพประกอบ 3)

แบบไม่ต่อเนื่อง (Part-worth model หรือ discrete model) เป็นการแสดงความสัมพันธ์ของความพอใจที่ง่ายที่สุด เหมาะกับตัวแปรคุณลักษณะที่ไม่สามารถบอกได้ว่าระดับคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป ความพอใจที่ได้จะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง (ภาพประกอบ 3)



- โดยที่
- t คือ จำนวนของคุณลักษณะสินค้า
 - j คือ จำนวนของ concept card
 - y_{jp} คือ ระดับคุณลักษณะที่ pth สำหรับชุดคุณลักษณะที่ jth
 - s_j คือ ความพอใจรวมในชุดคุณลักษณะที่ jth
 - w_p คือ ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของผู้ตอบในแต่ละคุณลักษณะที่ pth
 - x_p คือ จุดในอุดมคติ (ideal point) ของผู้ตอบแต่ละคนที่ให้กับคุณลักษณะ pth
 - d_j^2 คือ weighted squared distance และจะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับ S_j
 - f_p คือ function ของ part-worth สำหรับระดับการเปลี่ยนแปลงชุดคุณลักษณะ pth

ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับระดับลักษณะที่มีลักษณะเป็นแบบเส้นตรง เป็นแบบจุดอุดมคติ และแบบไม่ต่อเนื่อง

ที่มา: Green and Srinivason (1978)

ขั้นตอนในการศึกษา Conjoint Analysis

ขั้นตอนในการศึกษา Conjoint Analysis มี 6 ขั้นตอน (Bajaj, 1999) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการเลือกคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งต้องเลือกคุณลักษณะอย่างเหมาะสม ตรงประเด็น และครอบคลุมทุกคุณลักษณะที่ใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งผู้ที่ทำการวิจัยควรที่จะกำหนดคุณลักษณะเป็นจำนวนเท่าไร ให้ครอบคลุมการศึกษาทั้งหมดและต้องเป็นคุณลักษณะที่มีอยู่จริงในตัวสินค้า

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสร้างชุดคุณลักษณะ ซึ่งเป็นการนำเอาระดับคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดมาคูณกัน เช่น ถ้ามีคุณลักษณะที่ทำการศึกษา 6 คุณลักษณะ แต่ละคุณลักษณะมี 3 ระดับ ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด $3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3$ จะได้เท่ากับ 729 ชุดคุณลักษณะ และสามารถทำการลดชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดโดยอาศัยวิธีการ full fractional factorial designs เพื่อให้ได้ชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการศึกษา (Hair, R. E. Anderson, & Black., 1998)

ขั้นตอนที่ 3 เป็นวิธีการเลือกรูปแบบการนำเสนอและวิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะ โดยการนำเสนอชุดคุณลักษณะและการแสดงชุดคุณลักษณะต่อผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบการนำเสนอชุดคุณลักษณะมีให้เลือกอยู่ 7 รูปแบบด้วยกัน ("A brief explanation of the types of conjoint analysis,") ดังนี้

1. Two Attribute Tradeoff Analysis วิธีนี้จะแสดงชุดคุณลักษณะที่ละ 2 ชุดให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามในเวลาเดียวกัน เพื่อเรียงลำดับความชอบ (Ranking) ที่มีแต่ละชุดคุณลักษณะจนทุกชุดคุณลักษณะได้รับการประเมินจนครบ ข้อดีของวิธีนี้คือทำให้ง่ายต่อการประเมินคุณค่าของชุดคุณลักษณะแต่ละคู่ แต่ทำให้ไม่ได้ภาพรวมของการประเมินชุดคุณลักษณะทั้งหมด

2. Full-profile Conjoint Analysis วิธีนี้เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมในการวัดค่าอรรถประโยชน์ของแต่ละคุณลักษณะ โดยชุดคุณลักษณะทั้งหมดจะได้รับการประเมินพร้อมกัน ส่วนผสมของคุณลักษณะและค่าระดับจะถูกแสดงในรูปแบบการ์ดแต่ละใบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะให้คะแนนความชอบหรือความเป็นไปได้ในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับแต่ละชุดคุณลักษณะ เป็นวิธีที่เหมาะสมกับกรณีที่มีชุดคุณลักษณะให้พิจารณาจำนวนหนึ่ง

3. Adaptive Conjoint Analysis เป็นการนำเสนอทางเลือกที่หลากหลายตามความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหลัก โดยจะมุ่งเน้นไปที่คุณลักษณะและค่าระดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คุณค่ามากที่สุด ไม่ต้องเสียเวลาในการตั้งคำถาม ทำให้ชุดคุณลักษณะที่ได้มีความน่าสนใจและได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ

4. Choice-Based Conjoint หรือ Discrete-Choice Conjoint Analysis วิธีนี้จะให้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชุดคุณลักษณะที่ชอบมากที่สุด โดยการเลือกซ้ำๆ จากชุดคุณลักษณะ 3-5 แบบ ซึ่งวิธีการวิเคราะห์แบบนี้จะเป็นการจำลองสถานการณ์การเลือกซื้อสินค้า โดยแสดงถึง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจริงๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามวิธี Choice-Based Conjoint จะแสดงถึงความสำคัญของคุณลักษณะโดยค่านึงถึงราคาเป็นหลัก โดยจะสามารถ คาดการณ์ค่าระดับและส่วนผสมที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการจำลองสถานการณ์ดังกล่าว

5. Self-Explicated Conjoint Analysis เป็นวิธีที่ให้ความสนใจในการให้คุณค่าต่อ คุณลักษณะที่หลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยจะสอบถามถึงเหตุผลที่ชัดเจนของความชอบในแต่ละ คุณลักษณะและผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกค่าระดับที่ชอบมากที่สุดและน้อยที่สุด พร้อมทั้งให้ คะแนนในระดับที่รองลงมาสำหรับคุณลักษณะที่เหลือ วิธีนี้ไม่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ทางสถิติเหมือน วิธีอื่นๆ แต่สามารถให้ผลการวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม วิธีนี้มีข้อจำกัดคือผู้ตอบ แบบสอบถามมักจะให้คะแนนความชอบคุณลักษณะที่มีราคาต่ำแม้ว่าคุณลักษณะอื่นจะมีความ เหมาะสมมากกว่าก็ตาม

6. Max-Diff Conjoint Analysis แสดงการจัดประเภทของชุดคุณลักษณะที่ได้รับ ความชอบมากที่สุดและน้อยที่สุด วิธีนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจะสามารถระบุความชอบมากที่สุดและ น้อยที่สุดได้แต่อาจไม่สามารถระบุค่าความชอบสำหรับตัวเลือกที่เหลือได้

7. Hierarchical Bayes Conjoint Analysis (HB) เป็นวิธีที่ใช้คาดการณ์ค่าระดับ ของคุณลักษณะจากตัวเลือก ซึ่งจะใช้ประโยชน์ในกรณีที่ข้อมูลมีขนาดใหญ่จนผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่สามารถให้ค่าความชอบต่อทุกคุณลักษณะและค่าระดับได้

สำหรับวิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะแก่ผู้ตอบคำถาม สามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่ การแสดงการ์ดที่ใช้ข้อความบรรยายคุณลักษณะ การแสดงการ์ดที่มีรูปภาพประกอบการบรรยาย การ แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์จริง ซึ่งการใช้การ์ดรูปภาพเป็นที่นิยมมากกว่าวิธีอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 4 เป็นการวัดความพึงพอใจ ซึ่งสามารถวัดความพึงพอใจได้ 2 วิธี คือ การให้ คะแนนความพึงพอใจ (rating) โดยเป็นการให้คะแนน 1-10 หรือ 1-100 ซึ่งเป็นการวัดความพึงพอใจ แบบ metric ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ตอบคำถามแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใดและต่างกัน เท่าใด ส่วนการเรียงระดับความสำคัญ (ranking) เป็นการวัดความพึงพอใจแบบ non-metric ทำให้ ทราบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสินค้าแต่ละชนิดอยู่ในลำดับเท่าใด แต่ไม่ทราบว่ามีความพึงพอใจ แตกต่างกันเท่าใด

ขั้นตอนที่ 5 เป็นการเลือกแบบจำลองความพอใจที่เหมาะสมกับการศึกษา ซึ่งแบบจำลองความพึงพอใจมี 3 รูปแบบ คือ แบบเส้นตรง (Vector model หรือ linear model) แบบจุดในอุดมคติ (Ideal-point model) และแบบไม่ต่อเนื่อง (Part-worth model หรือ discrete model) ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วด้านบน

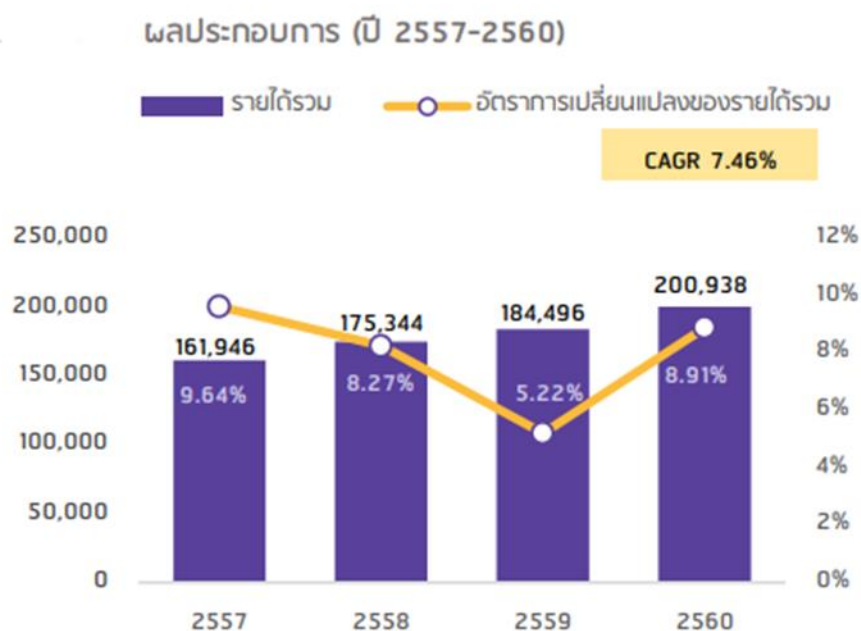
ขั้นตอนที่ 6 เป็นการเลือกใช้วิธีประมาณความพอใจของระดับคุณลักษณะ คือ การวัดความพึงพอใจแบบ metric จะใช้วิธี ordinary least squares (OLS) ในการประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสินค้า ส่วนการวัดความพึงพอใจที่เป็นแบบ non-metric จะใช้วิธี MONANOVA หรือ LiNMAP แต่ถ้าการวัดความพึงพอใจแบบ choice-probability จะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงถดถอย logit model หรือ probit model เป็นต้น สำหรับการศึกษาดั้งเดิม traditional conjoint analysis สามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสินค้าได้ทั้งการวัดความพึงพอใจเป็นแบบ metric และแบบ non-metric

สภาพตลาดศัลยกรรมความงาม

ตลาดศัลยกรรมความงามของไทย ปัจจุบันมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากเทรนด์ของพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันที่ให้ความสนใจในด้านความสวยงาม จึงหันมาดูแลตนเองมากขึ้นทั้งในด้านการดูแลผิวพรรณ และการทำศัลยกรรมความงาม ทำให้มีภาวะการแข่งขันรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการเข้ามาทำตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ภาพรวมตลาดมีการเติบโตขึ้นเฉลี่ยปีละ 30% (แนวหน้า, 2562)

สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจคลินิกเสริมความงาม

ธุรกิจคลินิกเสริมความงาม ปัจจุบันเป็นหนึ่งในธุรกิจดาวรุ่งที่สร้างผลกำไรให้แก่ผู้ประกอบการอยู่ไม่น้อย สะท้อนจากเม็ดเงินหมุนเวียนในธุรกิจนี้ ที่มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 12,000 ล้านบาทต่อปี ข้อมูลจาก เพลิน โดย กรุงศรี ภูู (2561) จากข้อมูลรายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2557-2560 เฉลี่ย 7.46% ต่อปี โดยเฉพาะในปี 2560 มีรายได้รวม 200,938 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 คิดเป็น 8.91% โดยอัตราการเติบโตของรายได้สูงสุดในปี 2557 อยู่ที่ 9.64% และเมื่อพิจารณารายได้ย้อนหลัง 4 ปี พบว่ารายได้ของธุรกิจนี้มีอัตราก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562)



ภาพประกอบ 4 ผลประกอบการของธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า: 2562

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยระดับโลก (International Society of Aesthetic Plastic Surgery: ISAPS) สำหรับปี 2559 ได้เปิดเผยรายงานสถิติการทำศัลยกรรมตกแต่ง โดยแบ่งเป็นประเภทศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัดและไม่ผ่าตัดนั้น พบว่าประเทศไทย มีกาทำศัลยกรรมประเภทที่ต้องผ่าตัดมากที่สุด คือ การทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น มีการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยจำนวน 16,584 ครั้ง ตามมาด้วย การเสริมหน้าอก 14,435 ครั้ง และการเสริมจมูก 12,182 ครั้ง ส่วนประเภทที่ไม่ต้องผ่าตัด มีการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวยมากที่สุด คือ การฉีดโบท็อกซ์ มีจำนวน 16,900 ครั้ง ตามมาด้วยการลดริ้วรอยด้วยไฮยาลูโรนิกแอซิด 5,761 ครั้ง และการกำจัดขน 1,580 ครั้ง ดังรายละเอียดด้านล่างนี้

THAILAND

TOTAL	
Surgical Procedures:	
Eyelid Surgery	16,584
Breast Augmentation	14,435
Rhinoplasty	12,182
Liposuction	9,173
Abdominoplasty	4,598
Non-surgical Procedures:	
Botulinum Toxin	16,900
Hyaluronic Acid	5,761
Hair Removal	1,580
Tattoo Removal	1,296
Non-surgical Fat Reduction	559

ภาพประกอบ 5 ข้อมูลสถิติการทำศัลยกรรมของประเทศไทยปี 2559

ที่มา: <https://www.isaps.org>

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างการทำศัลยกรรมประเภทที่ต้องผ่าตัด จากสถิติการทำศัลยกรรมสูงสุด คือ การทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และเลือกกลุ่มตัวอย่างการทำศัลยกรรมประเภทที่ไม่ต้องผ่าตัด จากสถิติการทำศัลยกรรมสูงสุด คือการฉีดโบท็อกซ์ ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เบื้องต้นจากเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้สนใจทำศัลยกรรมเข้าไปแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ Pantip.com, Dungdong.com และ Dodden.com โดยแบ่งเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 100 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 100 คน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1 และ 2 และการสัมภาษณ์เบื้องต้นจากกลุ่มผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 30 คน และกลุ่มผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 30 คน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3 และ 4

ตาราง 1 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ						
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวก	คุณลักษณะด้านระยะเวลาอดิวิ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
1	lookpla_15		✓					
2	boymaker	✓						
3	kanomtaih		✓			✓	✓	
4	Madaap						✓	
5	หนูตาลth	✓						
6	Pimppim		✓					
7	tintin_ktp		✓					
8	Firstblue						✓	
9	Panda_panpan			✓	✓			
10	Mkoon	✓				✓		
11	Krubell	✓						
12	Gzs		✓					
13	Ormom		✓					
14	Nczine		✓					
15	sorawut_o					✓		
16	noinaaa_a	✓						
17	orapinya	✓						
18	bank9462		✓					
19	Tiikenzk	✓						
20	harmony_gy	✓	✓			✓		
21	tubtimlazy	✓						

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ						
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอด	คุณลักษณะด้านวีรวิ	คุณลักษณะด้านระยะเวลาถือศิว	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
22	Romket	✓						
23	Chanel1218		✓					
24	eye16						✓	
25	NoohTaRn		✓	✓				
26	Tobenew		✓	✓				
27	keaw9		✓	✓				
28	sunayochi		✓	✓	✓			
29	nongtitee		✓			✓		
30	senna		✓			✓		
31	kornphar		✓	✓				
32	pangkooooo		✓			✓		
33	วิภาว		✓					
34	Opal4878		✓	✓				
35	laladungdong		✓	✓		✓		
36	oldpapa							✓
37	Pncn		✓	✓				
38	zone_siam							✓
39	Happygirl20		✓					
40	kaninsak.c		✓	✓				
41	whanwhantita		✓	✓				
42	ClaireBear97		✓	✓		✓		
43	4328299	✓				✓		

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านวีรวิ	คุณลักษณะด้านระยะเวลาถือวี	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น
44	3129870	✓					
45	พุ่มนี้จะผอมนะ						✓
46	3695725	✓				✓	
47	4218417	✓				✓	
48	4489075			✓			
49	4077467			✓			
50	2448051	✓					
51	4302994	✓	✓				
52	1435937	✓				✓	
53	4489075	✓				✓	
54	4077467			✓			
55	3813914	✓		✓			
56	2366947	✓					
57	1980116	✓		✓			
58	3562107			✓			
59	3364247			✓			
60	3258261			✓		✓	
61	อยากเป็นสไปดี						✓
62	ttcnumber2		✓				
63	3662449	✓					
64	2234897	✓					
65	3281266	✓	✓			✓	

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ						
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านวีรวิ	คุณลักษณะด้านระยะเวลาถือวี	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
66	1552735		✓	✓				
67	3592439	✓	✓					
68	973146			✓				
69	3000461	✓						
70	3408595	✓						
71	3244284	✓						
72	3051888		✓	✓				
73	1238425	✓	✓					
74	2078101		✓					
75	2134089			✓				
76	2798188	✓	✓					
77	2686275		✓					
78	ลูกสาวพี่หมอ		✓			✓		
79	inoony		✓					
80	shinniepim		✓	✓				
81	2547574	✓				✓		
82	2424695		✓					
83	1585000		✓	✓				
84	4213471	✓						
85	ส้มอวบ	✓	✓					
86	3000461	✓						
87	2991238		✓					

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ						
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านวีรวิ	คุณลักษณะด้านระยะเวลาถือวี	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
88	4069533		✓	✓				
89	cwooky	✓						
90	lekmini	✓						
91	beepornpimon	✓				✓		
92	superfinal			✓				
93	jennyjjen		✓					
94	Giftybella	✓	✓					
95	โชตินรินทร์			✓				
96	sudacha		✓			✓		
97	puiii15							✓
98	Jiji	✓						
99	ทรายขาวในทะเล	✓			✓	✓		
100	ying_yee			✓				

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้วิจัย

ตาราง 2 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไบท์ออกซ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อม	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหม้อ	คุณลักษณะด้านรีวิวก	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบท์ออกซ์	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
1	dokdee	✓					
2	NnunPTY		✓				
3	clickz	✓					
4	less		✓	✓			
5	lalalila	✓		✓	✓		
6	Pakapako	✓			✓		
7	jiewliew_jung	✓			✓		
8	ปลา5	✓			✓		
9	kikapoo21	✓			✓		
10	koykoykoy	✓					
11	l3yl3oss						✓
12	evefei	✓			✓		
13	lillypilly	✓					
14	Echamoy	✓					
15	beer277					✓	
16	sprite123	✓					
17	nawajung						✓
18	memaylodie						✓
19	ploypoliploy						✓
20	bellamcmsu	✓					

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงทั้งหมด	คุณลักษณะด้านรีวิว	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบโอดีท	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
21	beer277		✓	✓		✓	
22	nuaomjai	✓					
23	nammonzz					✓	
24	supanidauu	✓					
25	suneekiki						✓
26	bigballoon					✓	
27	kavaneer	✓					
28	pischa			✓			
29	Huneybunch-	✓		✓			
30	nammonzz	✓				✓	
31	nosewatcharin	✓		✓			
32	wonvinee	✓		✓			
33	mydd22		✓			✓	
34	Paetaii		✓				
35	cherrycherry	✓				✓	
36	CathyDollShop			✓		✓	
37	commars	✓				✓	
38	Cry						✓
39	jjjoy		✓			✓	✓
40	กอกกระแต			✓		✓	
41	3588791	✓				✓	

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงทั้งหมด	คุณลักษณะด้านริวิว	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบโอดีทซ์	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
42	4539806	✓					
43	2532175						✓
44	4252577	✓					
45	3499820	✓			✓		
46	4813540	✓		✓	✓		
47	4799329	✓				✓	
48	2078285						✓
49	memory1011	✓		✓			
50	3806574						✓
51	3627727					✓	
52	3786556					✓	
53	3711486						✓
54	3615559			✓			
55	JimZy						✓
56	3730771			✓			
57	3173071	✓			✓		
58	3179887			✓			
59	porkeaw2010	✓			✓		
60	toiopo5	✓					
61	3288869			✓			
62	3160423						✓

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบ	คุณลักษณะด้านริวิว	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของใบแพทย์	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
63	4213341	✓					
64	lamjustme				✓	✓	
65	3030555					✓	
66	Femmes de Brelogne						✓
67	3251429	✓			✓		
68	2969680					✓	
69	1968337						✓
70	rosy_rosy	✓					
71	bamboo_bridge			✓			
72	2978906			✓			
73	2682085						✓
74	1526400	✓		✓			
75	sheen Girl			✓			
76	1453586		✓				
77	2900223	✓					
78	2995216	✓		✓	✓		
79	3193276	✓					
80	2977831			✓			
81	2468022	✓			✓		
82	MmJs	✓				✓	
83	1543824			✓			

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ใช้งาน	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงทั้งหมด	คุณลักษณะด้านริวิว	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบโเทคท์	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์
84	2422686	✓		✓			
85	2356935	✓			✓		
86	1389296	✓					
87	2801661	✓			✓		
88	1053478	✓				✓	
89	4572819	✓				✓	
90	2587777					✓	
91	802449	✓			✓		
92	mama_pen					✓	
93	มูชิ			✓			
94	3145866					✓	
95	2037457				✓	✓	
96	3802033	✓			✓		
97	X Dog	✓			✓		
98	3771126						✓
99	2939093	✓			✓		
100	4487717	✓				✓	

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้วิจัย

ตาราง 3 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวก	คุณลักษณะด้านระยะเวลาการคิด	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น
1	นิภา หว่างจ้อย		✓		✓		
2	วิชุดา หว่างจ้อย				✓	✓	✓
3	อลิสสา วงศ์สุรวัฒน์		✓				
4	นิตากร ปานเกลี้ยง		✓		✓		✓
5	ธีรารัตน์ อรรถศาสตร์ศรี		✓				✓
6	กัณฑ์กนิษฐา อินทุประภา	✓	✓			✓	✓
7	วิไลลักษณ์ ไนรินทอง		✓				
8	ฐิติพร ภู่อุทยานา	✓	✓	✓		✓	
9	กัญญาวีร์ เจริญธนส์จจะ		✓				
10	วรรณรัตน์ รัตนเลิศ	✓		✓		✓	
11	ปิยะพงษ์ พงศ์พันธุ์					✓	✓
12	ศิโรรัตน์ อุทรศรี	✓		✓			
13	ธัญญลักษณ์ คงประเสริฐ	✓	✓			✓	
14	เนตรนภา ปรีเปรม		✓	✓	✓		
15	ทิพวรรณ สิทธิสมบัติ		✓	✓	✓		
16	จินตนา มานี		✓				
17	ณัฐมล พะนาน	✓	✓	✓		✓	
18	อนงค์นาฏ สิริชีนสุวรรณ	✓	✓	✓		✓	
19	ดวงกมล งามภัทรางกูร	✓	✓	✓	✓		✓
20	มารศรี อินชายเขา	✓			✓		
21	กฤษณา หมั่นประกอบ		✓		✓		

ตาราง 3 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวก	คุณลักษณะด้านระยะเวลาอดคิว	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น
22	โชติกานต์ ตันปานบุญ		✓	✓	✓		
23	สุรัชฎา เย็นชุ่ม		✓		✓		
24	ดวงพร ดาวประทีป		✓		✓		✓
25	ธัญดา จันทรเงิน	✓			✓		
26	พัฒนวิศา วงษ์พรัษฐภูมิ		✓		✓		
27	กมลวรรณ ลิ้มปิยะกุล		✓		✓	✓	
28	วรรณภา เกียรติสุวิมล		✓		✓		✓
29	มนธิกาญจน์ พุทธิรังษิวงศ์		✓	✓		✓	
30	กมลชนก หนูอินทร์แก้ว		✓		✓		

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้วิจัย

ตาราง 4 สรุปคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดใบที่ออกซ์ จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อม	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวก	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของใบที่ออกซ์	คุณลักษณะด้านความปลอดภัย
1	จุฑารัตน์ อึ้งพิพัฒน์พงศ์			✓	✓	✓	✓
2	ชลธิชา ภูดีทิพย์			✓	✓	✓	
3	ภัทราวดี สุขรุ่งเรืองรอง		✓	✓		✓	
4	กัลยา สุวรรณวงศ์				✓	✓	
5	ชลธิชา ชัยอมรไพศาล		✓			✓	✓
6	นาฏอนงค์ ใจห้าว	✓		✓		✓	✓
7	อลิสรา วงศ์สุวรรณ	✓		✓		✓	
8	วรรณิศา รักนาค	✓		✓		✓	✓
9	นิตากร ปานเกลี้ยง		✓	✓			✓
10	ณัฐนิศา ค้ำชู		✓				✓
11	โสภิตา หินพลอย	✓			✓		✓
12	อรกัญญา พงษ์พิมาย			✓	✓	✓	
13	กนต์กนิษฐ์ อินทุประภา		✓	✓	✓	✓	
14	เนตรนภา สารพันธ์	✓					✓
15	เปรมยุดา มีทองแสน		✓	✓		✓	
16	มัลลิกา สมโภชน์				✓		
17	กัญญาวีร์ เจริญธรรมสัจจะ			✓	✓		
18	สิริภา			✓	✓	✓	
19	Sirilak	✓		✓	✓		
20	นพวรรณ จันทรัชิต		✓	✓			

ตาราง 4 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	คุณลักษณะ					
		คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวก	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์	คุณลักษณะด้านความปลอดภัย
21	ณิชนันท์ ฉิมแป้น		✓		✓		✓
22	เวธกา สุธมมี			✓	✓	✓	
23	นันทวรรณ ชุ่มเพียน	✓	✓	✓		✓	
24	นิติพร คล้ายสุวรรณ		✓	✓	✓		
25	รุ่งรัตน์ คล้ายแจ็ก		✓		✓		
26	ปัทมาภรณ์ บุตรดีวงษ์	✓		✓		✓	
27	ดารานี เสาศิลา		✓	✓	✓	✓	
28	พรทิพย์ อินทร์พรหม			✓	✓	✓	
29	ฐานิตา รักไทย			✓	✓	✓	
30	อาพัสชา เหมือนแก้ว	✓		✓			

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้วิจัย

ตาราง 5 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์

ลำดับที่	คุณลักษณะ	คะแนนรวมจากเว็บไซต์
1	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	47
2	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	40
3	คุณลักษณะด้านรีวิวก	30
4	คุณลักษณะด้านราคา	20

ตาราง 5 (ต่อ)

ลำดับที่	คุณลักษณะ	คะแนนรวมจากเว็บไซต์
5	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น	5
6	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์	5
7	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	3

ที่มา: จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัย

ตาราง 6 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น

ลำดับที่	คุณลักษณะ	คะแนนรวมจากการสัมภาษณ์
1	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	22
2	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	14
3	คุณลักษณะด้านรีวิว	10
4	คุณลักษณะด้านราคา	10
5	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	10
6	คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น	8

ที่มา: จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัย

ตาราง 7 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์ จากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์

ลำดับที่	คุณลักษณะ	คะแนนรวมจากเว็บไซต์
1	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	52
2	คุณลักษณะด้านราคา	29
3	คุณลักษณะด้านรีวิว	25
4	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์	19
5	คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์	15

ตาราง 7 (ต่อ)

ลำดับที่	คุณลักษณะ	คะแนนรวมจากเว็บไซต์
6	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	7

ที่มา: จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัย

ตาราง 8 แสดงคะแนนความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาสัมภาษณ์เบื้องต้น

ลำดับที่	คุณลักษณะ	คะแนนจากการสัมภาษณ์
1	คุณลักษณะด้านรีวิวก	22
2	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	18
3	คุณลักษณะด้านราคา	17
4	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	12
5	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	9
6	คุณลักษณะด้านความปลอดภัย	9

ที่มา: จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัย

จากผลการศึกษาในส่วนของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากเว็บไซต์โดยให้คะแนนความสำคัญแต่ละคุณลักษณะที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น เรียงตามระดับคะแนนความสำคัญ ซึ่งใน 1 ความคิดเห็น สามารถให้คะแนนความสำคัญได้หลายคุณลักษณะ ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่มีผู้แสดงความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ 47 คะแนน ตามมาด้วย คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล 40 คะแนน คุณลักษณะด้านรีวิวก 30 คะแนน คุณลักษณะด้านราคา 20 คะแนน คุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น 5 คะแนน คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ 5 คะแนน และคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 3 คะแนน เพื่อความแม่นยำในข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการจากกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 30 คน โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญเช่นเดียวกับการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ ผลจากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ พบว่า คุณลักษณะที่มีผู้แสดงความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ 22

คะแนน ตามมาด้วย คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 14 คะแนน คุณลักษณะด้านรีวิว 10 คะแนน คุณลักษณะด้านราคา 10 คะแนน คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล 10 คะแนน และคุณลักษณะด้านระยะเวลาพักฟื้น 8 คะแนน

ในส่วนของการศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดโบท์ออกซ์ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากเว็บไซต์โดยให้คะแนนความสำคัญแต่ละคุณลักษณะที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจัดโบท์ออกซ์ เรียงตามระดับคะแนนความสำคัญ ซึ่งใน 1 ความคิดเห็น สามารถให้คะแนนความสำคัญได้หลายคุณลักษณะ ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่มีผู้แสดงความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล 52 คะแนน คุณลักษณะด้านราคา 29 คะแนน คุณลักษณะด้านรีวิว 25 คะแนน คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ 18 คะแนน คุณลักษณะด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ 15 คะแนน และคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ 7 คะแนน เพื่อความแม่นยำในข้อมูลผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการจากกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 30 คน โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญเช่นเดียวกับการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ ผลจากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการพบว่า คุณลักษณะที่มีผู้แสดงความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ คุณลักษณะด้านรีวิว 22 คะแนน ตามมาด้วยคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ 18 คะแนน คุณลักษณะด้านราคา 17 คะแนน คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ 12 คะแนน คุณลักษณะด้านความปลอดภัย 9 คะแนน และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล 9 คะแนน

เพราะฉะนั้น จากการคัดเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการทำตา 2 ชั้น และจัดโบท์ออกซ์จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเว็บไซต์และจากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ทำให้สามารถระบุคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาวิเคราะห์ทางเลือกจำลองทั้งหมด 7 คุณลักษณะ คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านรีวิว คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ โดยคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะนำมาศึกษาต่อด้วยวิธีแบบทดลองทางเลือก (Choice-based conjoint analysis) ในการวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการ ศัลยกรรมตกแต่ง ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรม โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัดและไม่ผ่าตัด โดยกลุ่มตัวอย่างของประเภทการทำศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัด คือ ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างของประเภทการทำศัลยกรรมประเภทที่ไม่ต้องผ่าตัด คือ ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ที่มีผู้สนใจทำศัลยกรรมให้ ความสนใจสูงสุด 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Pantip.com, Dugdong.com และ Dodeden.com มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 1,824,632 คน ซึ่งแบ่งเป็นสมาชิกใน Pantip.Com โดยจะเลือกกลุ่มประชากรที่อยู่ในห้องใต้เครื่องแป้ง เป็นผู้ที่ติดตามแท็กศัลยกรรมความงาม จำนวน 635 คน และผู้ที่ติดตามแท็กคลินิกความงาม จำนวน 468 คน, Dugdong.com มีจำนวนสมาชิก 1,807,881 คน และ Dodeden.com มีจำนวนสมาชิก 15,648 คน ข้อมูลจาก ได้แก่ Pantip.com, Dugdong.com และ Dodeden.com

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จากเว็บไซต์ Pantip.com, Dugdong.com และ Dodeden.com ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณกรณีที่ทราบจำนวนประชากรและกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 จากสูตรของ (Yamane Taro 1970)

กำหนดให้

n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ

$$N = 1,824,632$$

$$e = 0.05$$

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1,824,632}{1 + 1,824,632(0.05)^2}$$

$$n = 399.91$$

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อยๆ หรือแบ่งเป็นชั้นภูมิก่อน โดยหน่วยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกัน (homogenous) แต่ละหน่วยประชากรที่แตกต่างชั้นภูมิกันจะมีความแตกต่างมากที่สุด แล้วทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน คือ ชั้นใดมีประชากรมากควรได้รับการสุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนมากกว่า จากจำนวนสมาชิกทั้ง 3 เว็บไซต์ ประกอบด้วยเว็บไซต์ Pantip.com, Dungle.com และ Dodeden.com รวมทั้งสิ้น 1,824,632 คน สามารถแบ่งชั้นภูมิให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสม ดังนี้

$$\text{ตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ} = \frac{\text{จำนวนประชากรในแต่ละชั้นภูมิ} \times \text{ขนาดกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

1. เว็บไซต์ Pantip.com

$$= \frac{1,103 \times 400}{1,824,632} = 1 \text{ ตัวอย่าง}$$

2. เว็บไซต์ Dungle.com

$$= \frac{1,807,881 \times 400}{1,824,632} = 395 \text{ ตัวอย่าง}$$

3. เว็บไซต์ Dodeden.com

$$= \frac{15.648 \times 400}{1,824,632} = 4 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบทดสอบตามสัดส่วนที่แบ่งชั้นภูมิเอาไว้ดังที่กำหนดในขั้นที่ 1 จนครบจำนวน 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือหรือแบบทดสอบ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบทดสอบเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม โดยผู้ทำแบบทดสอบเลือกได้เพียงข้อเดียว

ข้อที่ 1 เพศสภาพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 1.1 ชาย
- 1.2 หญิง

ข้อที่ 2 เพศวิถี ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 2.1 ปกติ
- 2.2 เกย์
- 2.3 เลส หรือ เลสเบียน
- 2.4 ทอม
- 2.5 ดี
- 2.6 ไบ
- 2.7 ตุ๊ด
- 2.8 กะเทย
- 2.9 สาวประเภทสอง

ข้อที่ 3 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

- 3.1 15 – 22 ปี
- 3.2 23 – 30 ปี
- 3.3 31 – 38 ปี
- 3.4 39 - 46 ปี

3.5 47 – 54 ปี

3.6 55 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

4.1 พนักงานขาย

4.2 ผู้ประกาศข่าว

4.3 พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

4.4 ครู / อาจารย์

4.5 ดารานักแสดง

4.6 พนักงานบริษัท

4.7 นักเรียน / นักศึกษา

4.8 อื่นๆ

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

5.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท

5.2 15,001 – 25,000 บาท

5.3 25,001 – 35,000 บาท

5.4 35,001 – 45,000 บาท

5.5 45,001 – 55,000 บาท

5.6 55,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 6 ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

6.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

6.2 ปริญญาตรี

6.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 7 ภูมิภาคเนาเดิม ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

7.1 ภาคเหนือ

7.2 ภาคกลาง

7.3 ภาคตะวันออก

7.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7.5 ภาคตะวันตก

7.6 ภาคใต้

ส่วนที่ 2 แบบทดสอบเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำสัลยกรรมตา 2 ชั้น และแบบทดสอบเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ เป็นลักษณะคำถามปลายปิดแบบเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยจะทำการสมมติสถานการณ์ให้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเลือกทางเลือกที่ตนพึงพอใจสูงสุดเพียงทางเลือกเดียวจากชุดทางเลือกที่กำหนดให้และเพื่อลดความเอนเอียงจากความเข้าใจไม่ตรงกันของผู้ทำแบบทดสอบ จึงมีการให้ข้อมูลและอธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดคุณลักษณะต่างๆ ที่ระบุไว้ในทางเลือก เพื่อสร้างความเข้าใจก่อนทำแบบทดสอบ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ และระดับต่างๆ ของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทั้งในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อที่จะนำไปสู่การเลือกคุณลักษณะ การแบ่งระดับคุณลักษณะ และการออกแบบชุดทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการทดสอบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งการศึกษาข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน (Adamowicz, Louviere, & Swait, 1998) ดังนี้

ส่วนที่ 1 การเลือกคุณลักษณะ

การเลือกคุณลักษณะที่จะนำมาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีแบบทดลองทางเลือก Choice-Based Conjoint Analysis ควรเป็นคุณลักษณะที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อ Customer preference เป็นอย่างมาก อีกทั้งจำนวนคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแบบจำลองนี้ ไม่ควรมีจำนวนคุณลักษณะเกินกว่า 6 คุณลักษณะ เพราะจะผู้ทำแบบทดสอบเกิดความสับสนในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตนสนใจ ดังนั้น การคัดเลือกและรวบรวมคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ จะทำการคัดเลือกจากข้อมูลทั้งในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำสัลยกรรมตา 2 ชั้นของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำสัลยกรรมตา 2 ชั้น และคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกฉีดโบท็อกซ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

จากการรวบรวมข้อมูลการแสดงความคิดเห็นจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อคัดกรองคุณลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำสัลยกรรม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำสัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 100 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีด

โบทีท็อกซ์ จำนวน 100 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ จากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 30 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจฉีดโบทีท็อกซ์ จำนวน 30 คน ทำให้สามารถระบุคุณลักษณะที่สำคัญสูงสุดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาวิเคราะห์ได้โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น คุณลักษณะที่ผู้บริโภครให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ และคุณลักษณะด้านราคา ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจฉีดโบทีท็อกซ์ คุณลักษณะที่ผู้บริโภครให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีท็อกซ์

ส่วนที่ 2 การแบ่งระดับคุณลักษณะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ทำให้ทราบว่ามียุคุณลักษณะใดบ้างที่มีความสำคัญต่อ Customer preference แต่เนื่องจากการสำรวจด้วยวิธีดังกล่าว ยังไม่สามารถแสดงถึงอิทธิพลของแต่ละคุณลักษณะที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างได้ เมื่อมีระดับหรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำคุณลักษณะทั้ง 6 คุณลักษณะที่ผู้บริโภครให้ความสำคัญที่สุดตามที่กล่าวไว้ข้างต้น มาวิเคราะห์ระดับคุณลักษณะเพื่อให้ได้มาซึ่งการสร้างแบบจำลองทางเลือกและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค Choice-Based Conjoint Analysis เพื่อหาอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะต่างๆ ที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกทำศัลยกรรมตา 2 ชั้นของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และความน่าจะเป็นในการเลือกฉีดโบทีท็อกซ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจฉีดโบทีท็อกซ์

การแบ่งคุณลักษณะนี้ จะทำการศึกษาถึงข้อมูลปฐมภูมิอ้างอิงถึงระดับของคุณลักษณะต่างๆ จากข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจฉีดโบทีท็อกซ์ เพื่อที่จะสามารถออกแบบจำลองทางเลือกและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และสะท้อนถึงสถานการณ์จริงในการตัดสินใจของผู้บริโภครได้มากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

1.คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล

รูปแบบของสถานพยาบาลของประเทศไทยที่ถูกต้องตามกฎหมายนั้น พบว่ามี 2 รูปแบบ คือ (1) โรงพยาบาล หมายถึง สถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (2) คลินิก หมายถึง สถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน แต่ในที่นี้โรงพยาบาล หมายถึง

สถานพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญในหลายๆ ด้าน รวมถึงมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและครบวงจร ส่วนคลินิคนั้น หมายถึง สถานพยาบาลขนาดเล็กที่มีบุคลากรทางการแพทย์เฉพาะด้าน และมีเครื่องมือทางการแพทย์เฉพาะด้านเท่านั้น ดังนั้น ระดับของคุณลักษณะด้านสถานพยาบาลที่ผู้วิจัยได้การสำรวจเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์นั้นสามารถแบ่งระดับคุณลักษณะเป็น 2 ระดับ คือ โรงพยาบาล และคลินิก

2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ

ในส่วนของคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอในการให้บริการทำศัลยกรรมนั้น จากการสำรวจเบื้องต้นสามารถแบ่งระดับของคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอได้ 2 ระดับ คือ (1) หมอที่มีชื่อเสียง หมายถึง หมอที่มีความชำนาญในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น หรือฉีดโบท็อกซ์จนเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้สนใจทำศัลยกรรม (2) หมอทั่วไป หมายถึง หมอศัลยกรรมเสริมความงามทั่วไปไม่ได้มีความชำนาญหรือเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้สนใจทำศัลยกรรมด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ ดังนั้น ระดับของคุณลักษณะด้านสถานพยาบาลที่ผู้วิจัยได้การสำรวจเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์นั้นสามารถแบ่งระดับคุณลักษณะเป็น 2 ระดับ คือ หมอที่มีชื่อเสียง และหมอทั่วไป

3. คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว

จากการสำรวจข้อมูลด้านระยะเวลารอคิวของการให้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่าระยะเวลารอคิวจะอยู่ในช่วงประมาณ 1 - 9 เดือน โดยระดับของระยะเวลารอคิวขึ้นอยู่กับความนิยมของหมอนั้นๆ เช่น หมอรวงข้าว (Lovely eye and skin clinic) เป็นหมอที่ได้รับความนิยมเรื่องการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จึงทำให้มีผู้สนใจเลือกทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น กับหมอรวงข้าวเป็นจำนวนมาก ทำให้ระยะเวลารอคิวนานกว่าหมอนั้นๆ จะอยู่ในช่วงประมาณ 6 - 9 เดือน ส่วนหมอหลิน (inZ Skin & Surgery Clinic) เป็นหมอที่ได้รับความนิยมเรื่องการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้นเช่นกัน แต่ระยะเวลารอคิวจะอยู่ในช่วงประมาณ 3 เดือน แต่ถ้าเป็นหมอนั้นๆ จะรอคิวอยู่ในช่วง 1 - 3 เดือน

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงแบ่งช่วงระดับของระยะเวลารอคิวเป็น 3 ช่วงระดับ โดยเริ่มจากช่วง 1 - 3 เดือน และมีความแตกต่างของช่วงระดับระยะเวลารอคิวแต่ละช่วงระดับอยู่ที่ช่วงละ 3 เดือน เพื่อให้ช่วงระดับของระยะเวลารอคิวใกล้เคียงกันจนเกินไป ซึ่งจะมีช่วงระดับระยะเวลารอคิวอยู่ที่ 1 - 3 เดือน, 4 - 6 เดือน และ 6 เดือนขึ้นไป

4. คุณลักษณะด้านรีวิวก

จากการสำรวจข้อมูลด้านรีวิวของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้ที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคมักจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการรีวิวเป็นอย่างมาก จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ และจากการสัมภาษณ์เบื้องต้น จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณลักษณะด้านรีวิวเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะมีทั้งในแง่เชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้แบ่งคุณลักษณะด้านรีวิวออกเป็น 2 ชุด ได้แก่ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงแบ่งระดับของคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ เป็น 3 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 มาก ซึ่งแสดงว่าการรีวิวนั้นมีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรม 100% ระดับที่ 2 ปานกลาง แสดงว่าการรีวิวเป็นส่วนในการตัดสินใจทำศัลยกรรม 50% และระดับที่ 3 น้อย แสดงว่าการรีวิวไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเลย

5. คุณลักษณะด้านราคา

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นด้านราคาของการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่าราคาจะอยู่ในช่วง 15,000 – 50,000 บาท ซึ่งระดับราคาจะปรับสูงขึ้นตามความนิยมของหมอต่านนั้นๆ เช่น หมอรวงข้าว (Lovely eye and skin clinic) เป็นหมอที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ราคาจะอยู่ในช่วง 50,000 – 69,000 บาท, หมอหลิน (inZ Skin & Surgery Clinic) เป็นหมอที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น เช่นกัน ราคาจะแบ่งเป็น 3 ช่วงอายุ โดยเริ่มต้นที่ราคา 40,000 บาท สำหรับผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี ตามมาด้วย ราคา 50,000 บาท สำหรับผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 – 45 ปี และราคา 60,000 บาท สำหรับผู้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ส่วนหมอต่านอื่นๆ ราคาจะอยู่ที่ประมาณ 15,000 – 30,000 บาท ซึ่งราคานั้นจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของหมอต่านนั้นๆ

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงแบ่งช่วงระดับราคาของการให้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น แบ่งเป็น 3 ช่วงระดับ โดยเริ่มจาก 15,000 – 30,000 บาท และมีความแตกต่างของช่วงระดับราคาแต่ละช่วงระดับอยู่ที่ 15,000 บาท เพื่อไม่ให้ช่วงระดับราคาใกล้เคียงกันจนเกินไป ซึ่งจะมีช่วงระดับราคาค่าบริการอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท, 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป

การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นด้านราคาของการฉีดโบท็อกซ์ พบว่าราคาจะอยู่ในช่วงประมาณ 5,000 – 20,000 บาท ซึ่งระดับราคานั้นขึ้นอยู่กับแต่ละยี่ห้อของโบท็อกซ์ เช่น ยี่ห้อที่มีแหล่งที่มาจกประเทศเกาหลี ราคาจะอยู่ในช่วง 4,900 – 15,000 บาท ยี่ห้อที่มีแหล่งที่มาจก

ประเทศอเมริกา ราคาจะอยู่ในช่วง 14,000 – 18,999 บาท และยี่ห้อที่มีแหล่งที่มาจกประเทศอังกฤษ ราคาจะอยู่ในช่วง 11,900 – 15,999 บาท

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงแบ่งช่วงระดับราคาของการให้บริการฉีดโบท็อกซ์แบ่งเป็น 4 ช่วงระดับ โดยเริ่มจกราคา 5,000 – 10,000 บาท และมีความแตกต่างของช่วงระดับราคาแต่ละช่วงระดับอยู่ที่ 5,000 บาท เพื่อไม่ให้ช่วงระดับราคาใกล้เคียงกันจนเกินไป ซึ่งจะมีช่วงระดับราคาค่าบริการอยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป

6. คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์

ในส่วนของคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่าผู้บริโภคนิยมโบท็อกซ์ที่มีแหล่งที่มาจกประเทศอเมริกา, เกาหลี และอังกฤษ ซึ่งปัจจัยในการเลือกของผู้บริโภคนั้นมาจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ผลลัพธ์ ความคุ้มค่า และจากการรวิจจากผู้ที่มีประสบการณ์ เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น การแบ่งระดับของคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์สามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ประเทศอเมริกา, เกาหลี และอังกฤษ

ตาราง 9 คุณลักษณะและค่าระดับที่ใช้ในการศึกษาของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

คุณลักษณะ	ค่าระดับ
1. คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	1.1 โรงพยาบาล 1.2 คลินิก
2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	2.1 หมอที่มีชื่อเสียง 2.2 หมอทั่วไป
3. คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	3.1 1 – 3 เดือน 3.2 4 – 6 เดือน 3.3 6 เดือนขึ้นไป
4. คุณลักษณะด้านรวิจเชิงบวก	4.1 มาก 4.2 ปานกลาง 4.3 น้อย

ตาราง 9 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าระดับ
5. คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	5.1 มาก
	5.2 ปานกลาง
	5.3 น้อย
6. คุณลักษณะด้านราคา	6.1 15,000 – 30,000 บาท
	6.2 30,001 – 45,000 บาท
	6.3 45,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 10 คุณลักษณะและค่าระดับที่ใช้ในการศึกษาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

คุณลักษณะ	ค่าระดับ
1. คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	1.1 โรงพยาบาล
	1.2 คลินิก
2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	2.1 หมอที่มีชื่อเสียง
	2.2 หมอทั่วไป
3. คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	3.1 มาก
	3.2 ปานกลาง
	3.3 น้อย
4. คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	4.1 มาก
	4.2 ปานกลาง
	4.3 น้อย
5. คุณลักษณะด้านราคา	5.1 5,000 – 10,000 บาท
	5.2 10,001 – 15,000 บาท
	5.3 15,001 - 20,000 บาท
	5.4 20,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 10 (ต่อ)

คุณลักษณะ	ค่าระดับ
6. คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์	6.1 อเมริกา
	6.2 เกาหลี
	6.3 อังกฤษ

ส่วนที่ 3 การออกแบบชุดทางเลือก

จำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดเป็นผลคูณของจำนวนค่าระดับ (Level) ของแต่ละชุดคุณลักษณะ (Attribute) ที่เลือกใช้ในการศึกษาผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ดังนี้

1. คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	2 ค่าระดับ
2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	2 ค่าระดับ
3. คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	3 ค่าระดับ
4. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวก	3 ค่าระดับ
5. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบ	3 ค่าระดับ
6. คุณลักษณะด้านราคา	3 ค่าระดับ

จำนวนของชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ = $2 \times 2 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 = 324$ ชุด

จำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดเป็นผลคูณของจำนวนค่าระดับ (Level) ของแต่ละชุดคุณลักษณะ (Attribute) ที่เลือกใช้ในการศึกษาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ดังนี้

1. คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	2 ค่าระดับ
2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	2 ค่าระดับ
3. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวก	3 ค่าระดับ
4. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบ	3 ค่าระดับ
5. คุณลักษณะด้านราคา	4 ค่าระดับ
6. คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์	3 ค่าระดับ

จำนวนของชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ = $2 \times 2 \times 3 \times 3 \times 4 \times 3 = 432$ ชุด ซึ่งจำนวนชุดคุณลักษณะของทั้ง 2 ชุดข้อมูล มีจำนวนมากเกินกว่าที่จะนำไปศึกษาได้ผู้วิจัยจึงนำคุณลักษณะ (Attribute) และค่าระดับ (Level) ไปสร้างชุดคุณลักษณะด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้ Orthogonal Design Set Card ในการสร้างชุดคุณลักษณะและคัดเลือกชุดคุณลักษณะที่มีความเป็นไปได้และ

เหมาะสมต่อการนำไปศึกษาเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถพิจารณาชุดคุณลักษณะดังกล่าวได้สะดวก และมีประสิทธิภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งในการรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งคือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบทดสอบ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 200 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบทดสอบให้เพียงพอกับกลุ่มตัวอย่าง

1.2 นำแบบทดสอบซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ Pantip.com, Dungkong.com และ Dodeden.com โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการทำแบบทดสอบก่อนให้ผู้ทำแบบทดสอบเริ่มต้นทำและทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนดังนี้

2.1 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม

2.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมแบบทดสอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบทดสอบมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบทดสอบ

2. ผู้วิจัยทำการลงรหัส (Coding) โดยนำแบบทดสอบที่ถูกต้อง สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนด

3. การประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และข้อมูลอนุมาน ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบทดสอบใน ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบของทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบทดสอบใน ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของผู้ทำแบบทดสอบของทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มี Customer preference ที่แตกต่างกัน จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติต้นไม้การตัดสินใจ (Decision tree)

3.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ประกอบด้วยคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวก คุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบ คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics)

เป็นหลักที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอข้อมูลและคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นการอธิบายหรือบรรยายของข้อมูลที่เก็บรวบรวม แต่จะไม่สามารถอ้างอิงถึงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา ประกอบไปด้วย

1.1 การหาร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบทดสอบ อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา (2557) โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่ที่สำรวจได้

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{x}) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลต่างๆ อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา (2557) มีสูตรดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา (2557) มีสูตรดังนี้

$$S.D. = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

x แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

$n - 1$ แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

4.2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา (2557) โดยใช้สูตร

$$\text{Cronbach's alpha : } \alpha = \frac{k \overline{COVariance} / \overline{Variance}}{1 + (k-1) \overline{COVariance} / \overline{Variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{covariance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

Variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของค่าถาม

4.3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

4.3.1 แบบจำลองแผนภูมิต้นไม้ (Decision tree model) เป็นวิธีหนึ่งที่สำคัญในการจำแนกกฎ โดยจะมีลักษณะเป็นการทำงานเหมือนโครงสร้างต้นไม้ ที่แต่ละโหนด (Node) แสดงคุณลักษณะ (Attribute) ที่ใช้ทดสอบข้อมูลแต่ละกิ่งแสดงผลในการทดสอบและลีฟโหนด (Leaf Node) แสดงกลุ่มหรือคลาส (Class) ที่กำหนดไว้ ซึ่งต้นไม้ตัดสินใจนี้ง่ายต่อการเข้าใจและการปรับเปลี่ยนเป็นกฎการจำแนก (Classification Rules) โดยอัลกอริทึมพื้นฐานของการสร้างต้นไม้ตัดสินใจ คือ อัลกอริทึมละโมภ (Greedy Algorithm) โดยจะสร้างต้นไม้จากบนลงล่างแบบวนซ้ำ (Recursive) ด้วยวิธีการแบ่งปัญหาใหญ่เป็นปัญหาย่อย (Divide-and-Conquer) ซึ่งรูปแบบของต้นไม้จะประกอบด้วยโหนดแรกสุดที่เรียกว่า Root Node จาก Root Node ก็จะได้แตกออกเป็นโหนดลูก และที่โหนดก็จะมีลูกของตัวเองซึ่งโหนดในระดับสุดท้ายจะเรียกว่า Leaf Node

ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) เป็นเทคนิคที่ค่อนข้างแพร่หลาย เนื่องจากผู้ใช้สามารถทำความเข้าใจผลลัพธ์ได้ง่าย เทคนิคต้นไม้จะจำกัดข้อมูลที่เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) 1 ต่อ 1 แบบจำลอง ถ้าต้องการทำนายตัวแปรตามหลายๆ ตัว จะต้องสร้างแบบจำลองสำหรับตัวแปรตามแต่ละตัวอัลกอริทึมของเทคนิคแบบต้นไม้ตัดสินใจ ส่วนใหญ่ไม่รองรับแบบต่อเนื่อง (Continuous Data) จะต้องมีการแบ่งให้เป็นข้อมูลแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete Data) เสียก่อน ตัวอย่าง อัลกอริทึม เช่น Classification and Regression Trees (CART), ID3, C4.5 และ C5.0 เป็นต้น

4.3.2 สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล หรือ ผลต่อตัวแปรตามหลายๆ ปัจจัย อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา (2557)

จากสมการความถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งมีพารามิเตอร์ $k+1$ คือ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ การประมาณค่า $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ จะต้องใช้ข้อมูลตัวอย่างของตัวแปร Y, X_1, X_2, \dots, X_k โดยใช้ตัวอย่างขนาด n จากสมการถดถอยเชิงซ้อน

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki} + e_i$$

จะประมาณการค่า Y ได้ด้วยสมการ

$$\hat{Y}_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x_{1i} + \hat{\beta}_2 x_{2i} + \dots + \hat{\beta}_k x_{ki}$$

$$\text{หรือ } \hat{Y}_i = a + b_1 x_{1i} + b_2 x_{2i} + \dots + b_k x_{ki}$$

และหาค่า α ได้จากสมการ

$$\alpha = Y - b_1 \bar{x}_1 - b_2 \bar{x}_2$$

เมื่อ Y = ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

X = ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

β_0 = ส่วนตัวแกน Y หรือคือ Y เมื่อ Y มีค่าเป็นศูนย์

e = ความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่ม (Random error)

β_1 = ความชัน (slope) ของเส้นตรงและจะเรียกว่าสัมประสิทธิ์

ความถดถอย (Regression Coefficient)

4.3.3 แบบจำลอง Condition Logit ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมาจากทฤษฎีความพึงพอใจแบบสุ่ม (Random Utility Theory) เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่สำคัญของวิธีการทดลองทางเลือก โดยฟังก์ชันความพอใจ (Utility) มีลักษณะเกิดขึ้นอย่างสุ่ม (Random Utility) ผู้บริโภคจะตัดสินใจบริโภคสินค้าในทางเลือกที่ทำให้รรถประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ สูงสุด (Maximized Expected Utility) ภายใต้ข้อจำกัดของผู้บริโภค ค่าอรรถประโยชน์ที่ผู้ตัดสินใจคนที่ j จะได้รับจากตัวเลือก i ในกลุ่มของตัวเลือก คือ

$$U_{ij} = V_{ij} + \varepsilon_{ij}$$

โดยที่ V_{ij} คือ ส่วนที่หาค่าได้แน่นอนของค่าอรรถประโยชน์

ε_{ij} คือ เทอมสุ่ม (Random Term) ซึ่งแสดงส่วนของความไม่แน่นอน

ของค่าอรรถประโยชน์

รายละเอียดของตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อการให้บริการ ศัลยกรรมตา 2 ชั้น สามารถอธิบายได้ ดังนี้

$$\hat{Y}_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki}$$

คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล

x_{11} คือ เป็นโรงพยาบาลหรือไม่

x_{12} คือ เป็นคลินิกหรือไม่

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นโรงพยาบาล

= 0 ถ้าเลือก i เป็นคลินิก

คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ

x_{21} คือ เป็นหมอที่มีชื่อเสียง

x_{22} คือ เป็นหมอกทั่วไป

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นหมอมที่มีชื่อเสียง

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นหมอมทั่วไป

คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว

X_{31} คือ เป็นช่วงระยะเวลารอคิว 1 – 3 เดือน

X_{32} คือ เป็นช่วงระยะเวลารอคิว 4 – 6 เดือน

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงระยะเวลารอคิว 4 – 6 เดือน

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงระยะเวลารอคิวอื่นๆ

X_{33} คือ เป็นช่วงระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงระยะเวลารอคิวอื่นๆ

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก

X_{41} คือ เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อย

X_{42} คือ เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลาง

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลาง

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนอื่นๆ

X_{43} คือ เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนมาก

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนมาก

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนอื่นๆ

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ

X_{51} คือ เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนน้อย

X_{52} คือ เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลาง

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลาง

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนอื่นๆ

X_{53} คือ เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนมาก

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนมาก

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนอื่นๆ

คุณลักษณะด้านราคา

X_{61} คือ เป็นช่วงราคา 15,000 – 30,000 บาท

X_{62} คือ เป็นช่วงราคา 30,001 – 45,000 บาท

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นช่วงราคา 30,001 – 45,000 บาท

= 0 ถ้าเลือก i เป็นช่วงราคาอื่นๆ

x_{63} คือ เป็นช่วงราคา 45,001 บาทขึ้นไป

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นช่วงราคา 45,001 บาทขึ้นไป

= 0 ถ้าเลือก i เป็นช่วงราคาอื่นๆ

รายละเอียดของตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อการให้บริการจัด
โบท์ออกซ์ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

$$\hat{Y}_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki}$$

คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล

x_{11} คือ เป็นโรงพยาบาลหรือไม่

x_{12} คือ เป็นคลินิกหรือไม่

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นโรงพยาบาล

= 0 ถ้าเลือก i เป็นคลินิก

คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอม

x_{21} คือ เป็นหมอมที่มีชื่อเสียง

x_{22} คือ เป็นหมอมทั่วไป

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นหมอมที่มีชื่อเสียง

= 0 ถ้าเลือก i เป็นหมอมทั่วไป

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก

x_{31} คือ เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อย

x_{32} คือ เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลาง

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลาง

= 0 ถ้าเลือก i เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนอื่นๆ

x_{33} คือ เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนมาก

โดย = 1 ถ้าเลือก i เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนมาก

= 0 ถ้าเลือก i เป็นรีวิวเชิงบวกจำนวนอื่นๆ

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ

x_{41} คือ เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนน้อย

x_{42} คือ เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลาง

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลาง

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนอื่นๆ

X_{43} คือ เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนมาก

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนมาก

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นรีวิวเชิงลบจำนวนอื่นๆ

คุณลักษณะด้านราคา

X_{51} คือ เป็นช่วงราคา 10,001 – 15,000 บาท

X_{52} คือ เป็นช่วงราคา 5,000 -10,000 บาท

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงราคา 5,001 – 10,000 บาท

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงราคาอื่นๆ

X_{53} คือ เป็นช่วงราคา 15,001 – 20,000 บาท

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงราคา 15,001 – 20,000 บาท

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงราคาอื่นๆ

X_{54} คือเป็นช่วงราคา 20,001 บาทขึ้นไป

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงราคา 20,001 บาทขึ้นไป

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นช่วงราคาอื่นๆ

คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีกซ์

X_{61} คือเป็นแหล่งที่มาจากประเทศอังกฤษ

X_{62} คือเป็นแหล่งที่มาจากประเทศประเทศอเมริกา

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นแหล่งที่มาจากประเทศอเมริกา

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นแหล่งที่มาจากประเทศอื่นๆ

X_{63} คือเป็นแหล่งที่มาจากประเทศเกาหลี

โดย = 1 ถ้าเลือก **i** เป็นแหล่งที่มาจากประเทศเกาหลี

= 0 ถ้าเลือก **i** เป็นแหล่งที่มาจากประเทศอื่นๆ

ผู้วิจัยนำตัวแบบ Part-worth Model มาใช้ในการวิเคราะห์คะแนนค่าอรรถประโยชน์ (Utility) สำหรับแต่ละค่าระดับ โดย Part-worth Model นี้จะสามารถวัดค่าเชิงปริมาณความชอบในแต่ละค่าระดับ ซึ่งสามารถบอกค่าอรรถประโยชน์โดยรวม (Total Utility) ซึ่งหมายความว่าถึงระดับความชอบโดยรวมของผู้บริโภคในแต่ละชุดลักษณะได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่อง “การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

P	แทน ค่าร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์
f	แทน ค่าความถี่ของคะแนน
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
Mean	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Min	แทน ค่าคะแนนต่ำสุด
Max	แทน ค่าคะแนนสูงสุด
**	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบทดสอบโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความชอบ (Preference) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

สมมติฐานที่ 4 เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบ

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม โดยแจกแจงจำนวน (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

ตาราง 11 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจ
ทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	203	100.00
1. เพศสภาพ		
ชาย	82	40.4
หญิง	121	59.6
2. เพศวิถี		
ปกติ	147	72.4
เกย์	17	8.4
เลส หรือ เลสเบียน	7	3.4
ทอม	7	3.4
ดี้	7	3.4
ไบ	3	1.5
ตุ๊ด	5	2.5
กะเทย	8	4.0
สาวประเภทสอง	2	1.0
3. อายุ		
15 - 22 ปี	17	8.4
23 - 30 ปี	57	28.1
31 - 38 ปี	80	39.4
39 - 46 ปี	32	15.8
47 - 54 ปี	9	4.4
55 ปีขึ้นไป	8	3.9
4. อาชีพ		
พนักงานขาย	20	9.9
ผู้ประกอบการข่าว	3	1.5

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	5	2.5
ครู / อาจารย์	8	3.9
ดารานักแสดง	1	0.5
พนักงานบริษัท	79	38.8
นักเรียน / นักศึกษา	20	9.9
อื่นๆ	67	33.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	26	12.8
15,001 – 25,000 บาท	34	16.7
25,001 – 35,000 บาท	50	24.6
35,001 – 45,000 บาท	53	26.1
45,001 – 55,000 บาท	24	11.8
55,001 บาทขึ้นไป	16	7.8
6. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	12.3
ปริญญาตรี	139	68.5
สูงกว่าปริญญาตรี	39	19.2
7. ภูมิภาคเนาเดิม		
ภาคเหนือ	12	5.9
ภาคกลาง	100	49.3
ภาคตะวันออก	25	12.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	27	13.3
ภาคตะวันตก	28	13.8
ภาคใต้	11	5.4

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 203 คน สามารถจำแนกตัวแปรได้ดังนี้

1. เพศสภาพ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4

2. เพศวิถี ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นสภาพเพศปกติ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมา คือ เกย์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 กะเทย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เลส หรือ เลสเบี้ยน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ทอม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ดี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตุ๊ด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ไบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ สาวประเภทสอง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

3. อายุ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 38 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา คือ อายุ 23 – 30 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 อายุ 39 – 46 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 อายุ 15 - 22 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 อายุ 47 – 54 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 อายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

4. อาชีพ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 อาชีพพนักงานขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 อาชีพครู / อาจารย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 อาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 อาชีพผู้ประกอบการข่าว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอาชีพดารานักแสดง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

6. ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา คือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

7. ภูมิลาเนาเดิม ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีภูมิลาเนาเดิมอยู่ภาคกลาง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา คือ ภูมิลาเนาเดิมอยู่ภาคตะวันตก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ภูมิลาเนาเดิมอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ภูมิลาเนาเดิมอยู่ภาคตะวันออก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ภูมิลาเนาเดิมอยู่ภาคเหนือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และภูมิลาเนาเดิมอยู่ภาคใต้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจ
ชนิดโบท็อกซ์

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	202	100.00
1. เพศสภาพ		
ชาย	39	19.3
หญิง	163	80.7
2. เพศวิถี		
ปกติ	184	91.1
เกย์	13	6.4
เลส หรือ เลสเบียน	2	1.0
ทอม	2	1.0
ดี	0	0.0
ไบ	0	0.0
ตุ๊ด	0	0.0
กะเทย	0	0.0
สาวประเภทสอง	1	0.5
ตาราง 12 (ต่อ)		
ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อายุ		
47 – 54 ปี	2	1.0
55 ปีขึ้นไป	0	0.0

4. อาชีพ		
พนักงานขาย	20	9.9
ผู้ประกอบการชาว	0	0.0
พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	0	0.0
ครู / อาจารย์	11	5.4
ดารานักแสดง	0	0.0
พนักงานบริษัท	110	54.5
นักเรียน / นักศึกษา	13	6.4
อื่นๆ	48	23.8
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	17	8.4
15,001 – 25,000 บาท	47	23.3
25,001 – 35,000 บาท	52	25.7
35,001 – 45,000 บาท	50	24.8
45,001 – 55,000 บาท	23	11.4
55,001 บาทขึ้นไป	13	6.4
6. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	7.4
ปริญญาตรี	146	72.3
สูงกว่าปริญญาตรี	41	20.3
7. ภูมิภาคกำเนิด		
ภาคเหนือ	14	6.9
ภาคกลาง	116	57.4
ภาคตะวันออก	16	7.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30	14.9
ภาคตะวันตก	18	8.9
ภาคใต้	8	4.0

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 202 คน สามารถจำแนกตัวแปรได้ดังนี้

1. เพศสภาพ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

2. เพศวิถี ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นสภาพเพศปกติ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 91.1 รองลงมา คือ เกย์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ทอม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 เลส หรือ เลสเบียน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และสาวประเภทสอง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

3. อายุ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 38 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมา คือ อายุ 23 – 30 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อายุ 39 – 46 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 อายุ 15 - 22 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และอายุ 47 – 54 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

4. อาชีพ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อาชีพพนักงานขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และอาชีพครู / อาจารย์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

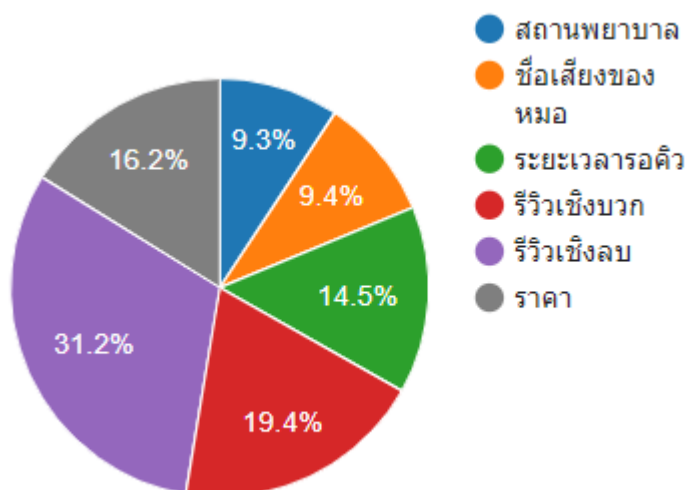
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 มี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

6. ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมา คือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

7. ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคกลาง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คือ ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ภูมิภาคตะวันออก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ภูมิภาคตะวันตก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ภูมิภาค

ตะวันออก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ภูมิภาคเหนือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และภูมิภาคใต้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference

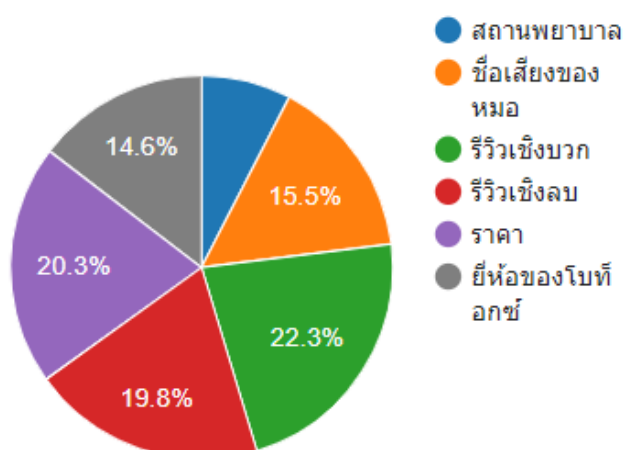


ภาพประกอบ 6 ค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 13 แสดงค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

คุณลักษณะ (Attributes)	S.D.	Min	Max	ค่าความสำคัญ
สถานพยาบาล	7.42	0.23	37.23	9.3
ชื่อเสียงของหมอ	6.72	0.38	35.42	9.4
ระยะเวลารอคิว	6.91	1.46	37.19	14.5
รีวิวเชิงบวก	9.23	2.94	48.48	19.4
รีวิวเชิงลบ	14.51	3.58	67.06	31.2
ราคา	9.18	0.56	42.20	16.2

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านรีวิวจีงลบเป็นลำดับแรก รองลงมา คือคุณลักษณะด้านรีวิวจีงบวก คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ตามลำดับ



ภาพประกอบ 7 ค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีอกซ์

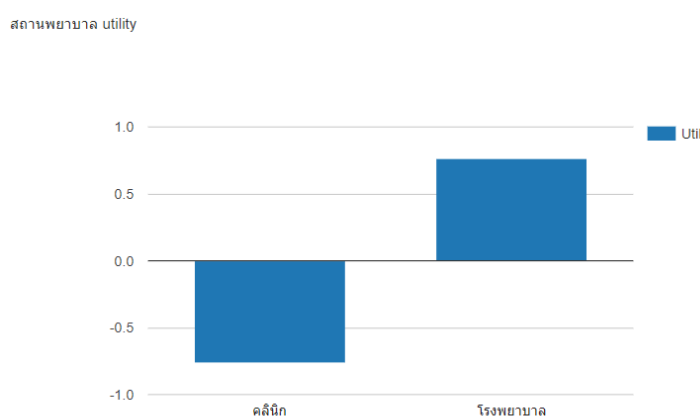
ตาราง 14 แสดงค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีอกซ์

คุณลักษณะ (Attributes)	S.D.	Min	Max	ค่าความสำคัญ
สถานพยาบาล	6.32	0.02	33.43	7.6
ชื่อเสียงของหมอ	11.44	0.60	47.22	15.5
รีวิวจีงบวก	8.75	0.33	45.23	22.3
รีวิวจีงลบ	9.76	0.93	44.93	19.8
ราคา	10.04	3.25	57.42	20.3
แหล่งที่มาของโบทีอกซ์	8.45	0.56	44.44	14.6

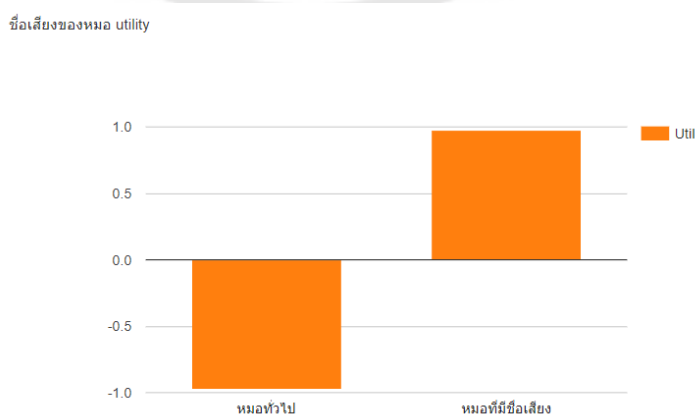
จากตาราง 14 พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีอกซ์ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านรีวิวจีงบวกเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านรีวิวจีงลบ

เชิงลบ คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ของบริการตา 2 ชั้น ระดับความพึงพอใจที่มีทิศทางสอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนั้นกับค่าความชอบ (Perference) คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบจะมีเครื่องหมายเป็นบวกและถ้าไม่สอดคล้องกันจะมีเครื่องหมายเป็นลบ โดยแสดงค่าแต่ละระดับคุณลักษณะได้ดังนี้

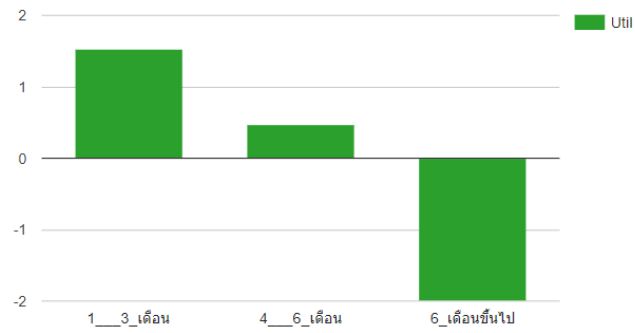


ภาพประกอบ 8 คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น



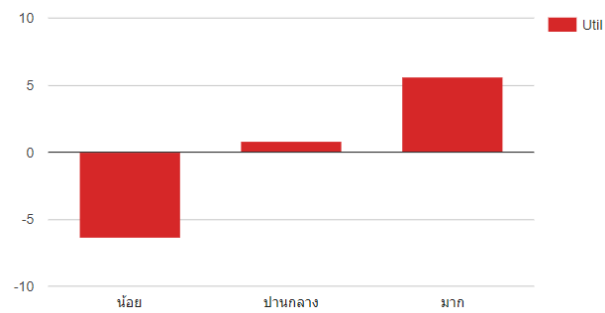
ภาพประกอบ 9 คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ระยะเวลารอคิว utility

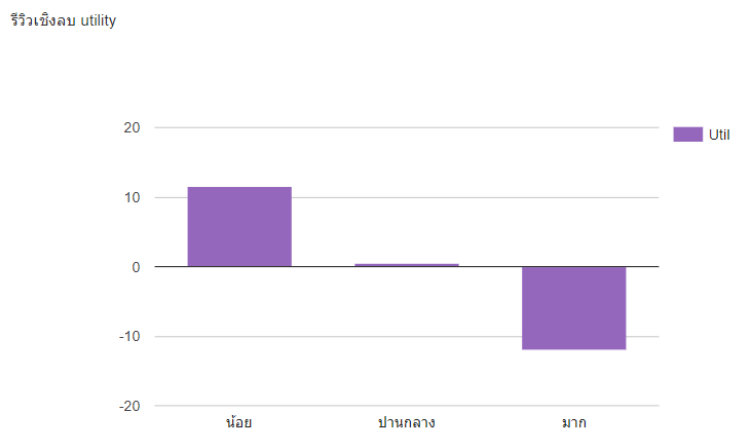


ภาพประกอบ 10 คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

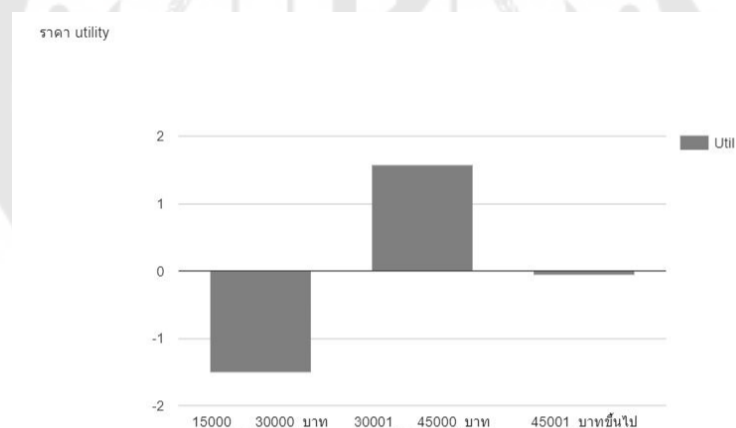
รีวิวเชิงบวก utility



ภาพประกอบ 11 คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น



ภาพประกอบ 12 คุณลักษณะด้านรวิวเชิงลบ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น



ภาพประกอบ 13 คุณลักษณะด้านราคา ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 15 คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	Mean	S.D.	Min	Max
สถานพยาบาล	โรงพยาบาล	0.76	4.87	-16.76	12.90
	คลินิก	-0.76	4.87	-12.90	16.76

ตาราง 15 (ต่อ)

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	Mean	S.D.	Min	Max
ชื่อเสียงของหมอ	หมอที่มีชื่อเสียง	0.98	4.42	-7.98	10.87
	หมอทั่วไป	-0.98	4.42	-10.87	7.98
ระยะเวลารอคิว	1 – 3 เดือน	1.52	4.73	-14.30	12.88
	4 – 6 เดือน	0.48	5.45	-14.67	17.39
	6 เดือนขึ้นไป	-2.00	5.67	-16.48	13.91
รีวิวเชิงบวก	มาก	5.61	5.06	-12.54	16.75
	ปานกลาง	0.83	4.91	-13.35	12.21
	น้อย	-6.44	6.72	-21.35	11.12
รีวิวเชิงลบ	มาก	-12.02	10.36	-39.72	11.18
	ปานกลาง	0.43	5.03	-14.47	12.12
	น้อย	11.59	11.66	-16.04	39.34
ราคา	15,000 – 30,000 บาท	-1.51	5.79	-20.66	14.11
	30,001 – 45,000 บาท	1.58	5.56	-18.07	13.46
	45,001 บาทขึ้นไป	-0.07	7.74	-18.81	31.86

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พิจารณาค่าของคุณลักษณะ (Attribute) ในด้านต่างๆ ที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกสถานพยาบาลเป็นโรงพยาบาลมากกว่าคลินิก

คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกหมอที่มีชื่อเสียงมากกว่าหมอทั่วไป

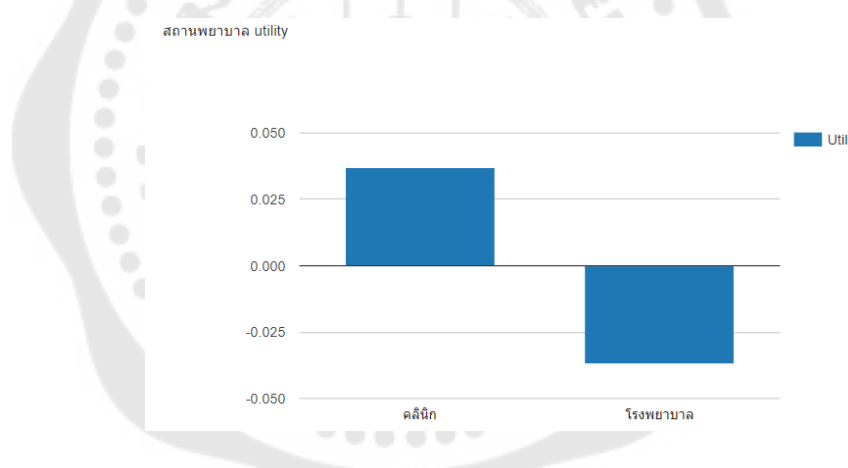
คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการรอคิวอยู่ที่ 1 – 3 เดือนเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็น 4 – 6 เดือน และ 6 เดือนขึ้นไป ตามลำดับ

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมากเป็นลำดับแรก รองลงมาจำนวนปานกลาง และจำนวนน้อย ตามลำดับ

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนน้อยเป็นลำดับแรก รองลงมาจำนวนปานกลาง และจำนวนมาก ตามลำดับ

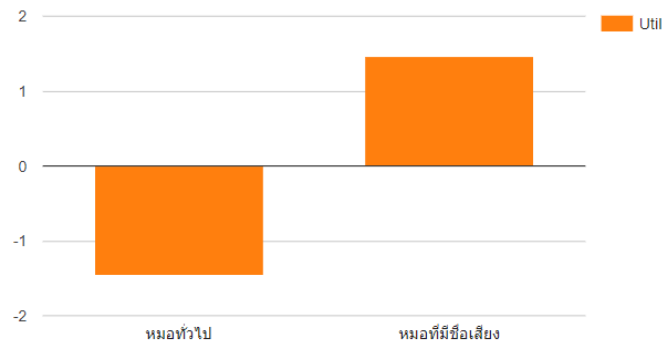
คุณลักษณะด้านราคา พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญที่ระดับราคา 30,001 – 45,000 บาท เป็นลำดับแรก รองลงมาที่ระดับราคา 45,001 บาทขึ้นไป และ 15,000 – 30,000 บาท ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ (Utility) หรือคุณลักษณะในแต่ละด้านของผลิตภัณฑ์ของบริการฉีดโบท็อกซ์ ระดับความพึงพอใจที่มีทิศทางสอดคล้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนั้นกับค่าความชอบ (Perference) คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างชอบจะมีเครื่องหมายเป็นบวกและถ้าไม่สอดคล้องกันจะมีเครื่องหมายเป็นลบ โดยแสดงค่าแต่ละระดับคุณลักษณะได้ดังนี้



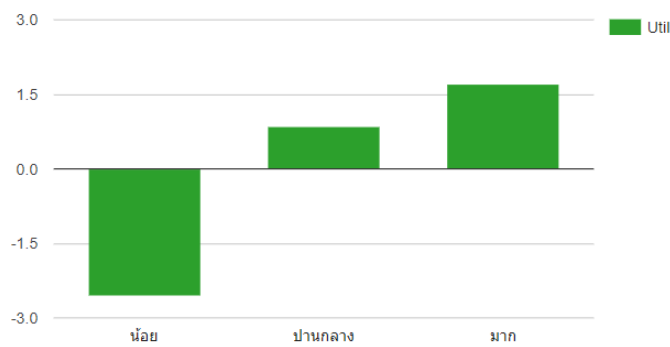
ภาพประกอบ 14 คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ชื่อเสียงของหมอ utility



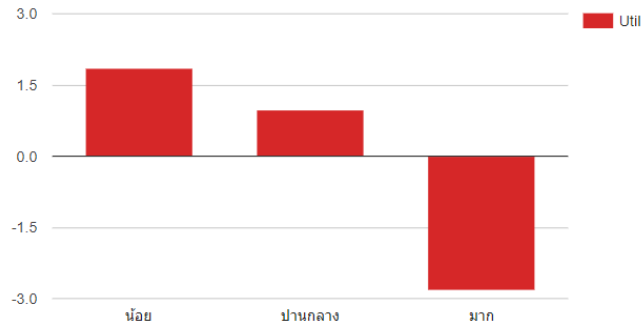
ภาพประกอบ 15 คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

รีวิวเชิงบวก utility



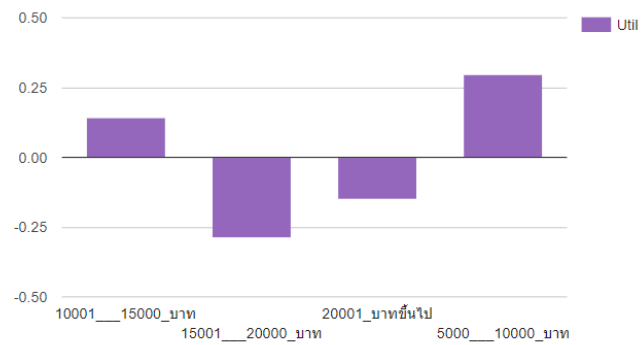
ภาพประกอบ 16 คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

รวิวเชิงลบ utility



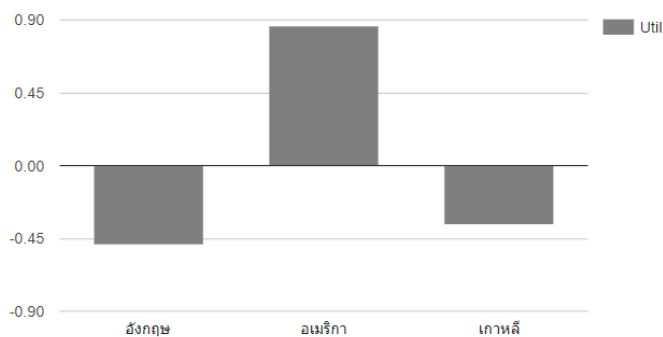
ภาพประกอบ 17 คุณลักษณะด้านรวิวเชิงลบ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจจัดโบท์อกซ์

ราคา utility



ภาพประกอบ 18 คุณลักษณะด้านราคา ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจจัดโบท์อกซ์

ยี่ห้อของโบทีอ็อกซ์ utility



ภาพประกอบ 19 คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอ็อกซ์ ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีอ็อกซ์

ตาราง 16 แสดงค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีอ็อกซ์

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	Mean	S.D.	Min	Max
สถานพยาบาล	โรงพยาบาล	-0.04	1.29	-7.85	3.30
	คลินิก	0.04	1.29	-3.30	7.85
ชื่อเสียงของหมอ	หมอมที่มีชื่อเสียง	1.46	2.37	-3.28	12.24
	หมอมทั่วไป	-1.46	2.37	-12.24	3.28
รีวิวเชิงบวก	มาก	1.70	2.30	-5.43	7.47
	ปานกลาง	0.86	1.85	-3.76	8.82
	น้อย	-2.55	2.77	-14.95	7.02
รีวิวเชิงลบ	มาก	-2.83	2.81	-14.64	1.89
	ปานกลาง	0.98	1.76	-4.63	8.85
	น้อย	1.86	1.84	-1.56	7.66
ด้านราคา	5,000 – 10,000 บาท	0.29	2.86	-5.69	9.46
	10,001 – 15,000 บาท	0.14	1.55	-5.34	4.84

ตาราง 16 (ต่อ)

คุณลักษณะ (Attributes)	ระดับคุณลักษณะ (Level of Attribute)	Mean	S.D.	Min	Max
ด้านราคา	15,001 – 20,000 บาท	-0.29	3.08	-16.70	15.85
	20,001 บาทขึ้นไป	-0.15	2.51	-16.19	6.07
แหล่งที่มาของ	อเมริกา	0.86	2.19	-3.52	12.16
โบท์ออกซ์	เกาหลี	-0.37	2.23	-12.10	5.76
	อังกฤษ	-0.49	1.69	-7.47	3.88

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ ให้ความสำคัญคุณลักษณะ (Attribute) ในด้านต่างๆ ที่แสดงออกมาในค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) ดังนี้

คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกสถานพยาบาลเป็นคลินิกมากกว่าโรงพยาบาล

คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกหมอที่มีชื่อเสียงมากกว่าหมอทั่วไป

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมากเป็นลำดับแรก รองลงมาจำนวนปานกลาง และจำนวนน้อย ตามลำดับ

คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนน้อยเป็นลำดับแรก รองลงมาจำนวนปานกลาง และจำนวนมาก ตามลำดับ

คุณลักษณะด้านราคา พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในระดับราคา 5,000 – 10,000 บาท เป็นลำดับแรก รองลงมาที่ระดับราคา 10,001 – 15,000 บาท, 20,001 บาทขึ้นไป และ 15,000 – 20,000 บาท ตามลำดับ

คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาเป็นลำดับแรก รองลงมาประเทศเกาหลี และประเทศอังกฤษ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

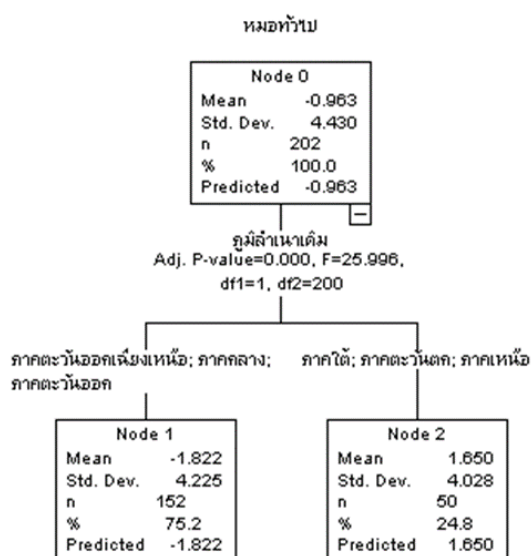
สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น โดยต้นไม้มัดตัดสินใจ (Decision Tree) ด้วยวิธี CHAID ประกอบด้วยตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 20 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาเดิมของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 20 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านภูมิภาคมีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านภูมิภาคจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีภูมิภาคที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปที่แตกต่างกัน โดยภูมิภาคที่มียุทธศาสตร์ทางสถิติมากที่สุด คือ ภาคใต้ ภาคตะวันตก และภาคเหนือ (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.650 มีจำนวน 50 คน และภูมิภาคที่มียุทธศาสตร์ทางสถิติต่ำสุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -1.822 มีจำนวน 152 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

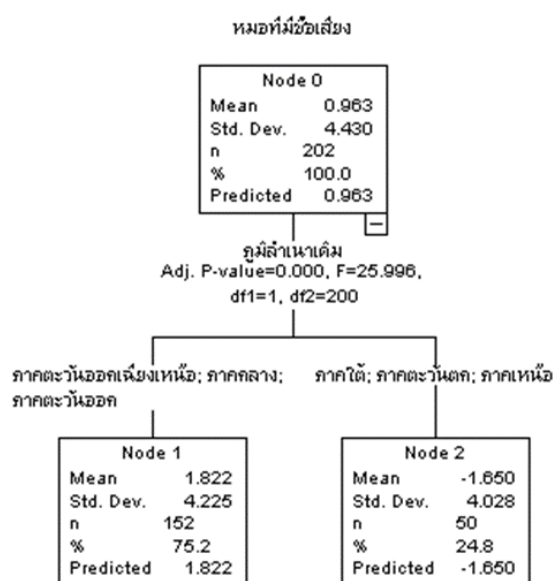
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิภาคแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

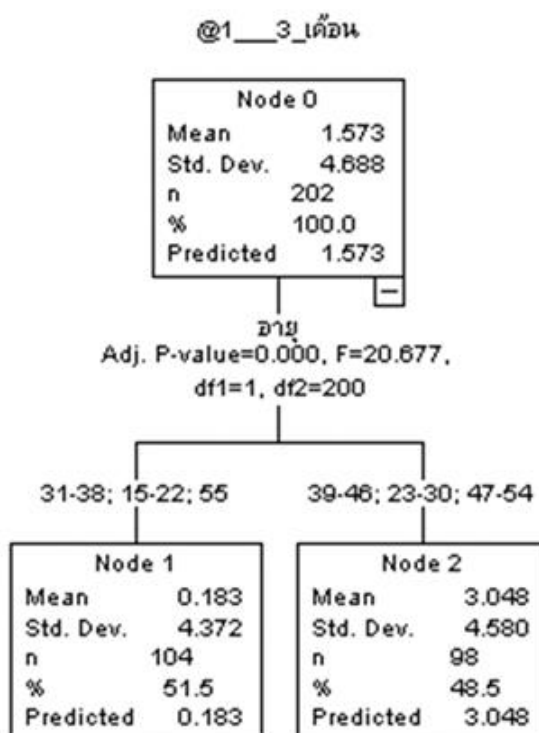
H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และ ภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และ ภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 21 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านภูมิลำเนาเดิมของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 21 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านภูมิลำเนาเดิม มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านภูมิลำเนาเดิมจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมที่ต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงที่แตกต่างกัน โดยภูมิลำเนาเดิมที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ภูมิลำเนาเดิม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคกลาง และภาคตะวันออก (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 1.822 มีจำนวน 152 คน และภูมิลำเนาเดิม ภาคใต้, ภาคตะวันตก และภาคเหนือ (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.650 มีจำนวน 50 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า



ภาพประกอบ 22 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 22 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านอายุ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านอายุจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ที่แตกต่างกัน โดยอายุที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 23-30 ปี, 39-46 ปี และ 47-54 ปี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.048 มีจำนวน 98 คน และช่วงอายุ 15-22 ปี, 31-38 ปี และอายุ 55 ปีขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.183 มีจำนวน 104 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

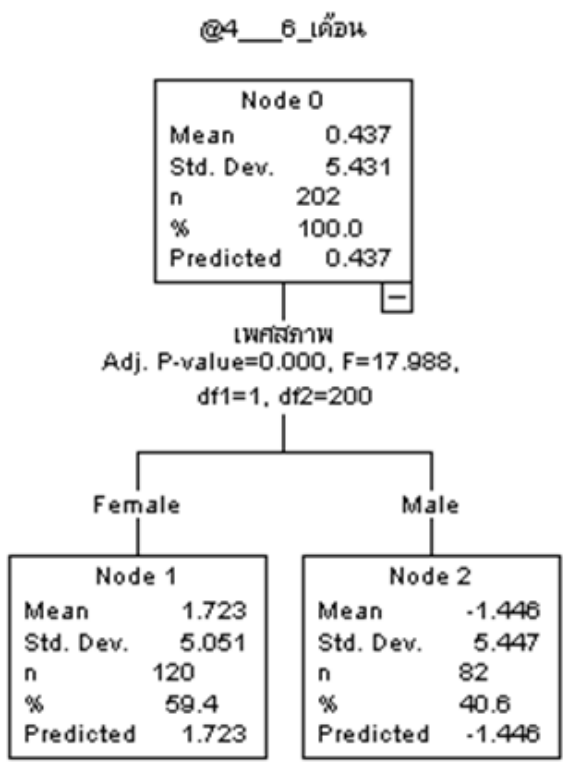
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 23 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศสภาพของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 23 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านเพศสภาพ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านเพศสภาพจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ที่แตกต่างกัน โดยเพศสภาพที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ เพศหญิง (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 1.723 มีจำนวน 120 คน และเพศชาย (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.446 มีจำนวน 82 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

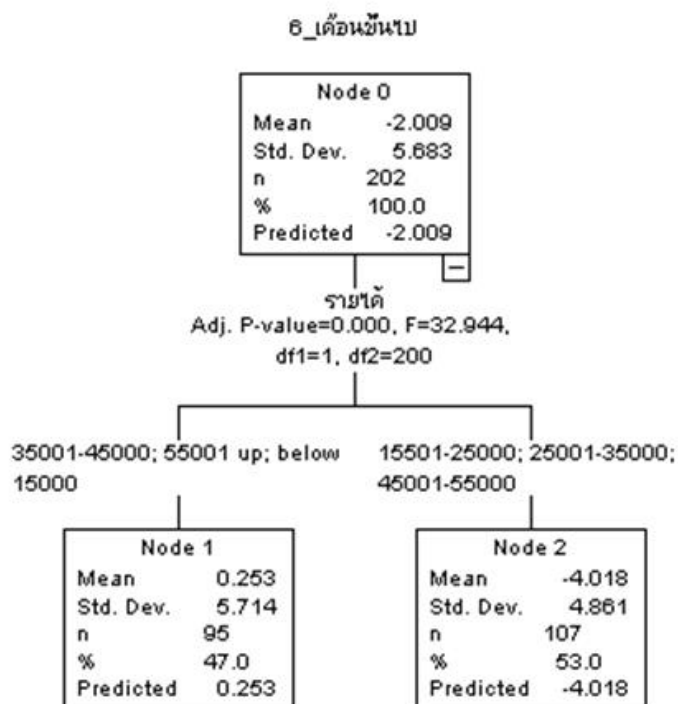
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 24 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 24 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,0001-45,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.253 มีจำนวน 95 คน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,501-25,000 บาท, 25,001-35,000 บาท และ 45,001-55,000 บาท (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4.018 มีจำนวน 107 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

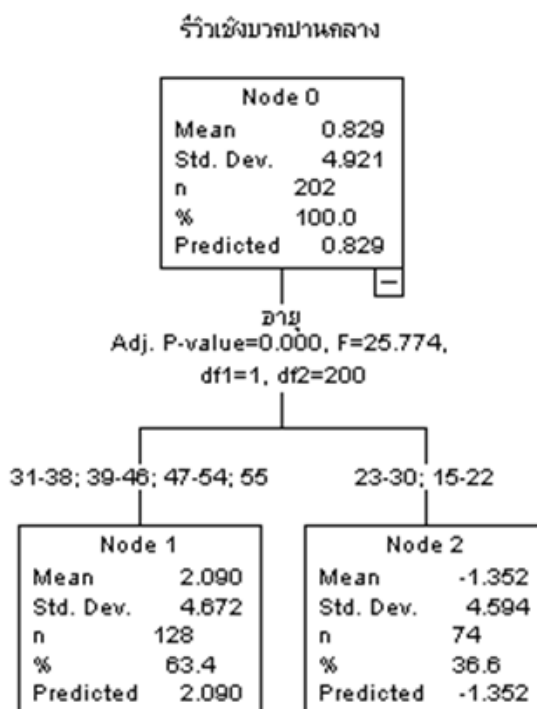
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 25 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 25 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านอายุ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านอายุจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางที่แตกต่างกัน โดยอายุที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ อายุ 31-38 ปี, 39-46 ปี, 47-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 2.090 มีจำนวน 128 คน และอายุ 15-22 ปี และ 23-30 ปี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.352 มีจำนวน 74 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศจิต พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศจิตแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

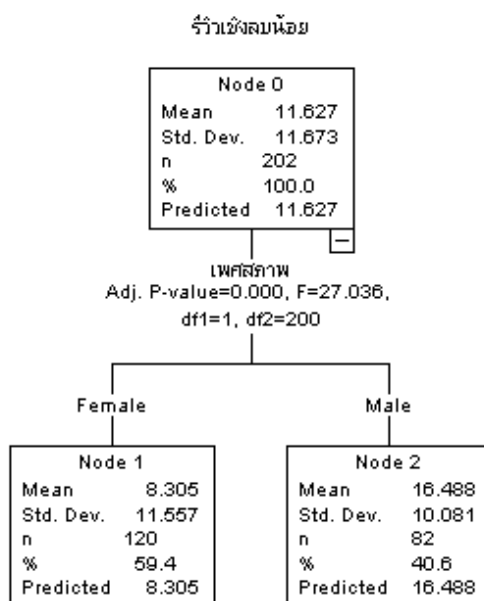
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิถิ่นกำเนิด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิถิ่นกำเนิดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิถิ่นกำเนิด แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิถิ่นกำเนิด แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิถิ่นกำเนิด แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 26 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศสภาพของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร้วาเชิงลบน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำคัลยกรรมตา 2 ชั้น

จากภาพประกอบ 26 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านเพศสภาพ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านเพศสภาพจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร้วาเชิงลบน้อยที่แตกต่างกัน โดยเพศสภาพที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ เพศชาย (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.488 มีจำนวน 82 คน และเพศหญิง (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 8.305 มีจำนวน 120 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร้วาเชิงลบน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำคัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร้วาเชิงลบน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำคัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

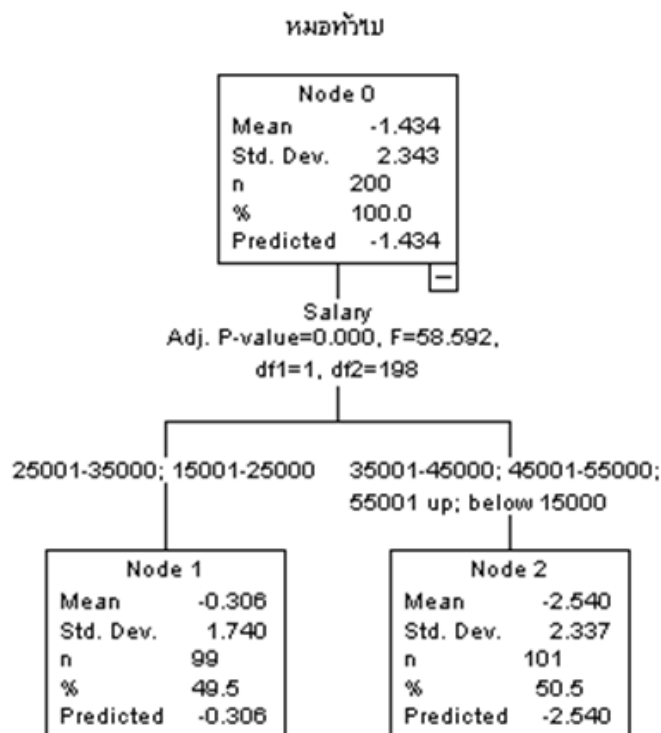
ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 27 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์

จากภาพประกอบ 27 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -0.306 มีจำนวน 99 คน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,001-45,000 บาท, 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -2.540 มีจำนวน 101 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

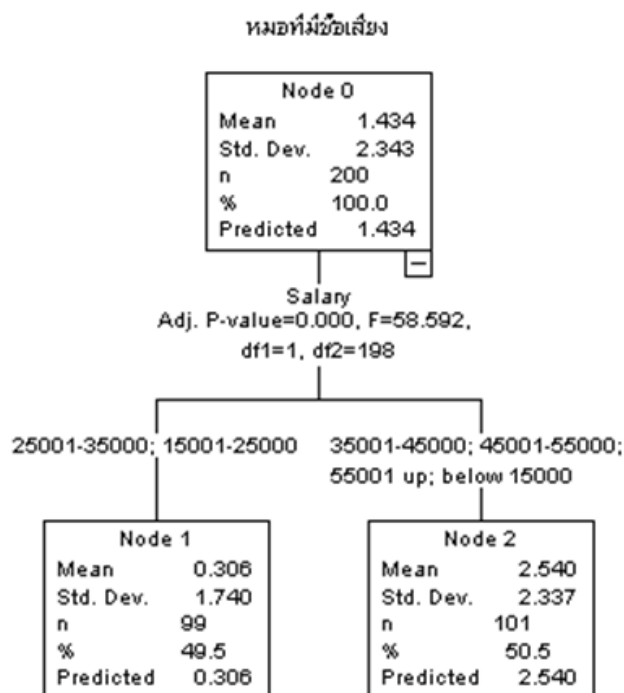
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 28 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

จากภาพประกอบ 28 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,001-45,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.540 มีจำนวน 101 คน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.306 มีจำนวน 99 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

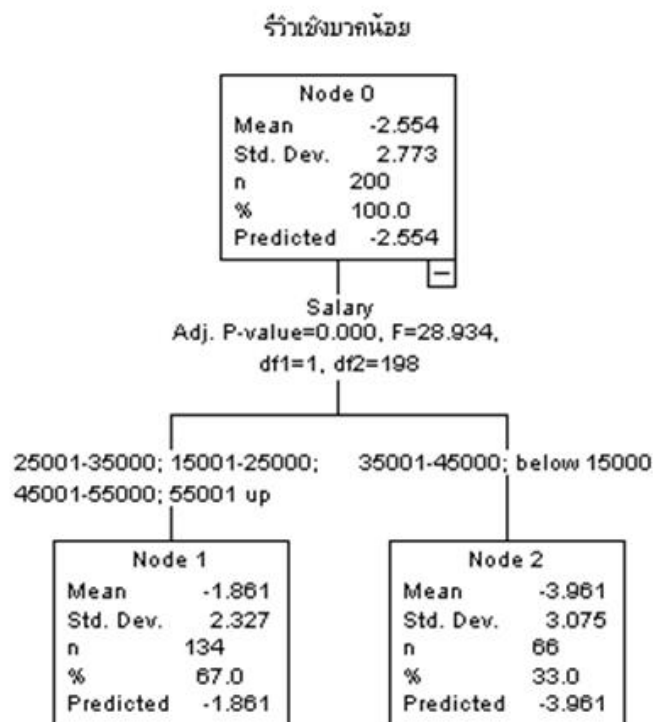
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 29 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบ ทดสอบ ที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์

จากภาพประกอบ 29 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงบวกจำนวนน้อยที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท, 25,001-35,000 บาท, 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -1.861 มีจำนวน 134 คน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3.961 มีจำนวน 66 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

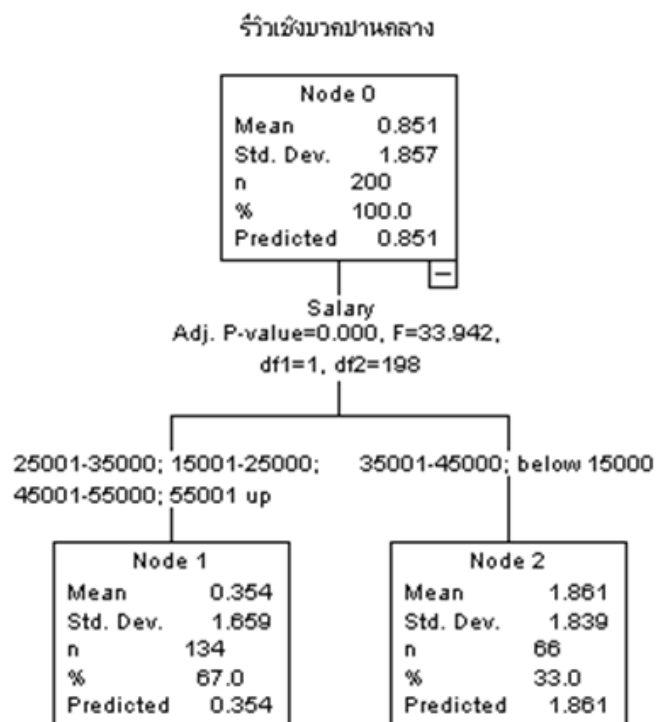
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบ้ท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 30 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบ ทดสอบ ที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร่วาเชิงบวกปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์

จากภาพประกอบ 30 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร่วาเชิงบวกปานกลางที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.861 มีจำนวน 66 คน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท , 25,001-35,000 บาท, 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.354 มีจำนวน 134 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร่วาเชิงบวกปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

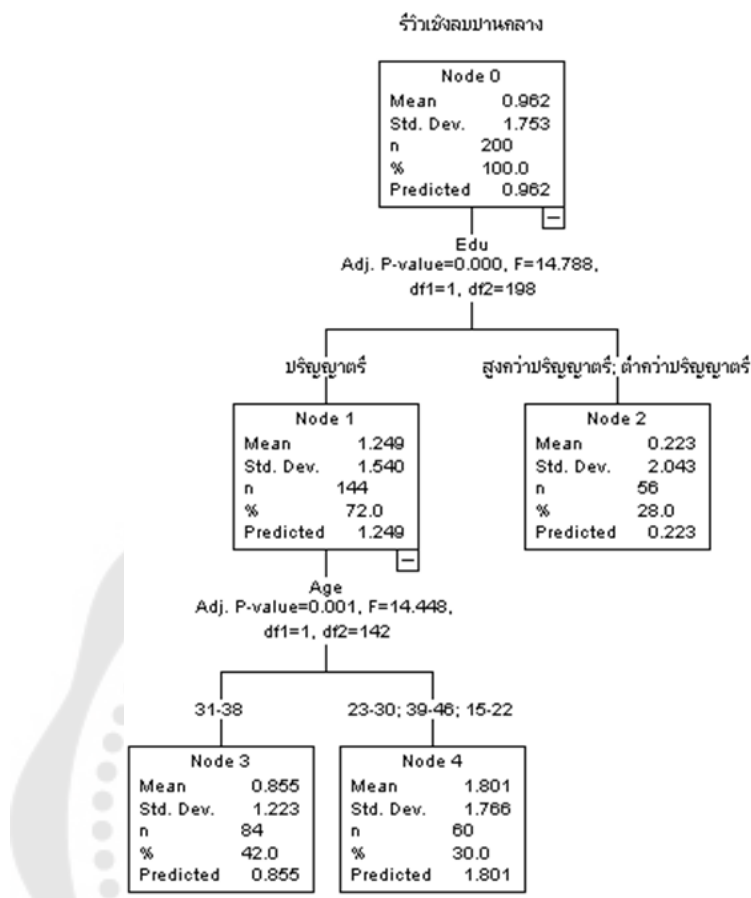
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 31 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดและอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร่วาങลพปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์

จากภาพประกอบ 31 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านระดับการศึกษาสูงสุดจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านร่วาങลพปานกลางที่ต่างกัน โดยระดับการศึกษาสูงสุดที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 1.249 มีจำนวน 144 คน และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.223 มีจำนวน 56 คน ตามลำดับ

ซึ่งระดับการศึกษาปริญญาตรี (Node 1) มีจำนวน 144 คน ในจำนวนนี้ยังสามารถจำแนกความแตกต่างทางด้านอายุต่อไปได้อีก เนื่องจากด้านอายุมีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.001 ดังนั้นในด้านอายุจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุในกลุ่ม Node 1 แตกต่าง

กัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางที่แตกต่างกัน โดยพบว่า อายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี และ 39-46 ปี (Node 4) จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.801 มีจำนวน 60 คน รองลงมาคือ อายุ 31-38 ปี (Node 3) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.855 มีจำนวน 84 คน สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

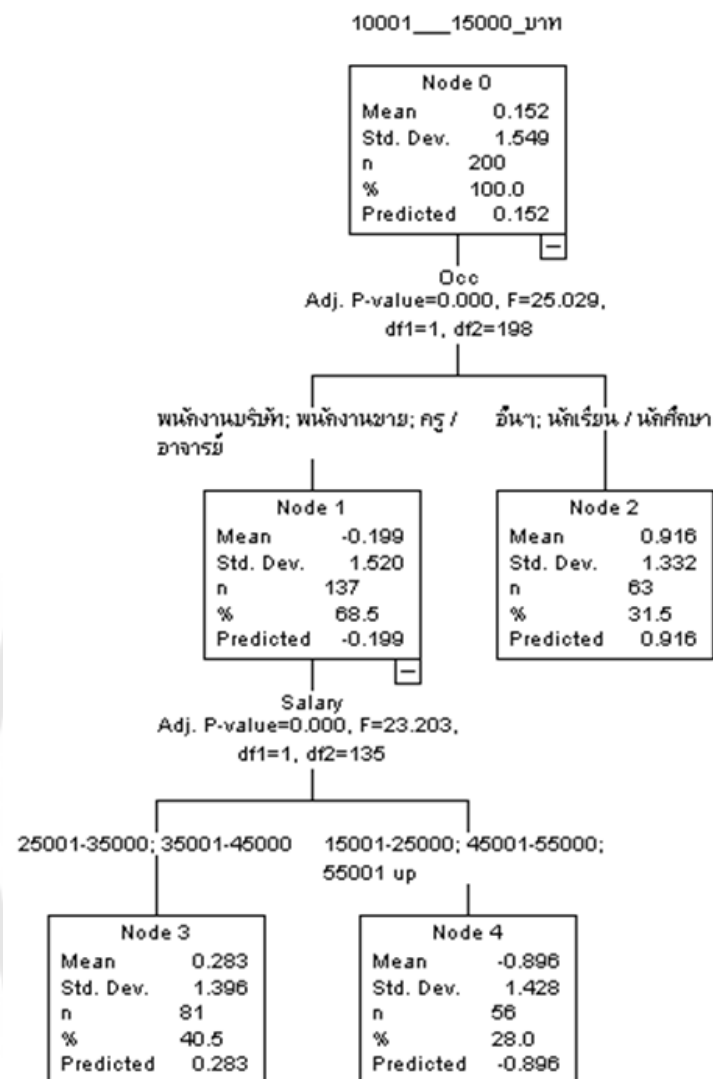
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรวิวิเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 32 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์

จากภาพประกอบ 32 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านอาชีพ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านอาชีพจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ที่แตกต่างกัน โดยอาชีพที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.916 มีจำนวน 63 คน และอาชีพพนักงานบริษัท, พนักงานขาย และครู / อาจารย์ (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.199 มีจำนวน 137 คน ตามลำดับ

ซึ่งอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (Node 1) มีจำนวน 63 คน ในจำนวนนี้ยังสามารถจำแนกความแตกต่างทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อไปได้อีก เนื่องจากด้านอายุมีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในกลุ่ม Node 1 แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ที่แตกต่างกัน โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 3) จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.283 มีจำนวน 81 คน รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท, 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 4) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.896 มีจำนวน 56 คน สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

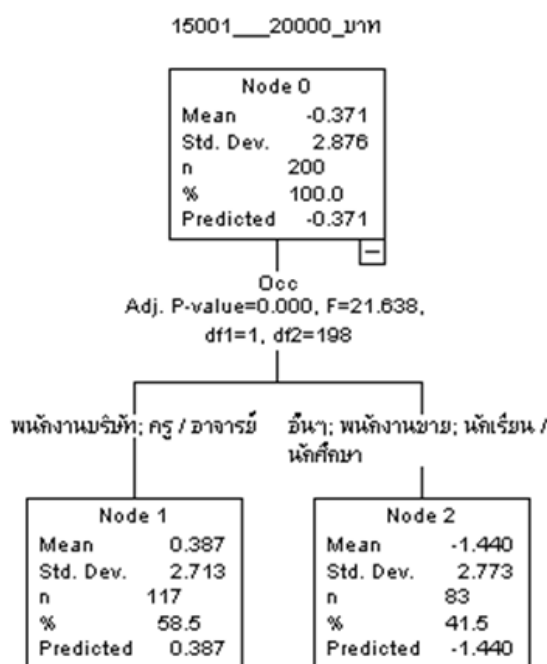
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และ ภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท้อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และ ภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท้อกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 33 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท้อกซ์

จากภาพประกอบ 33 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านอาชีพ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านอาชีพจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ที่แตกต่างกัน โดยอาชีพที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ อาชีพพนักงานบริษัท และครู / อาจารย์ (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.387 มีจำนวน 117 คน และอาชีพพนักงานขาย, นักเรียน / นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ย -1.440 มีจำนวน 83 คน ตามลำดับสามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

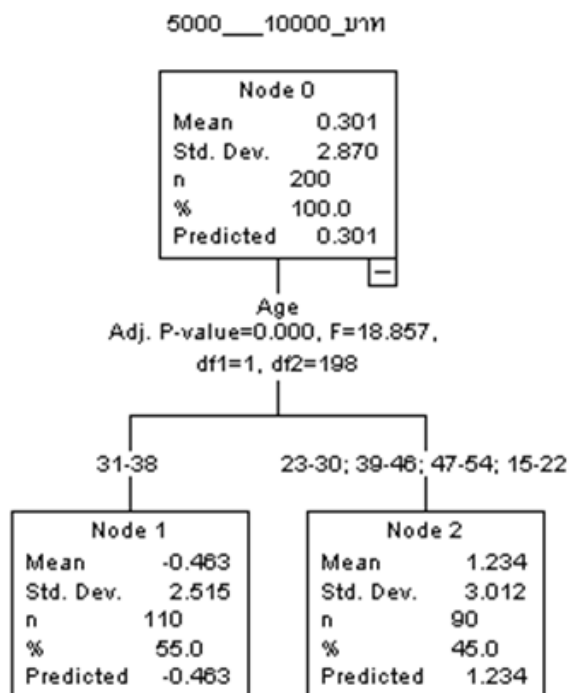
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 34 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์

จากภาพประกอบ 34 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านอายุ มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านอายุจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ที่แตกต่างกัน โดยอายุที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ อายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี, 39-46 ปี และ 47-54 ปี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.234 มีจำนวน 90 คน และอายุ 31-38 ปี (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -0.463 มีจำนวน 110 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

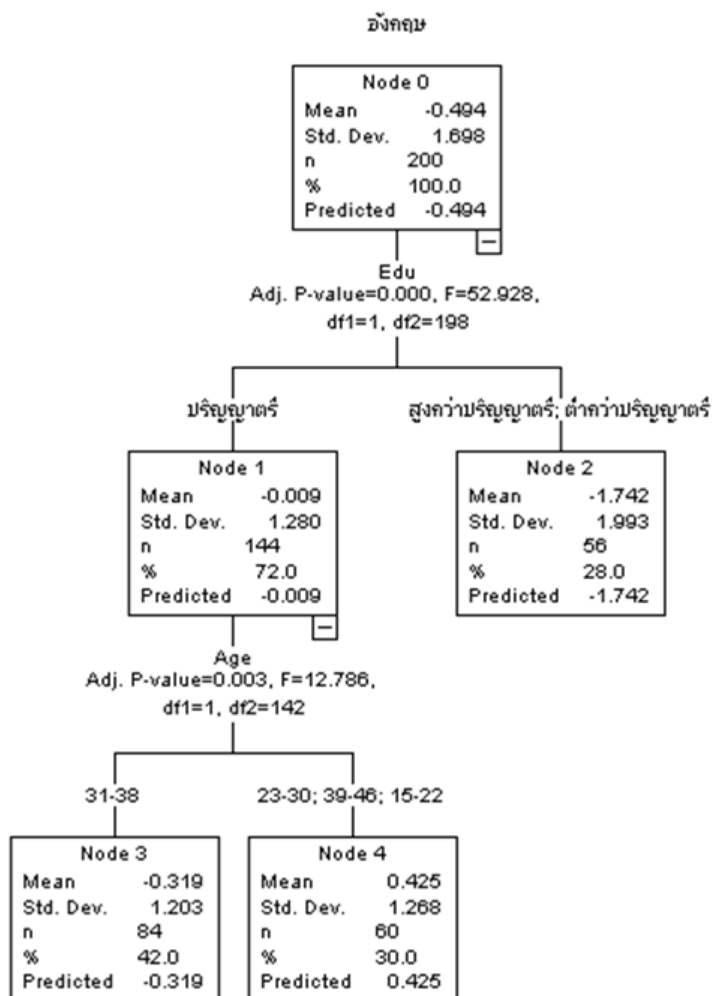
ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 35 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดและอายุของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์อ็อกซ์

จากภาพประกอบ 35 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านระดับการศึกษาสูงสุดจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษที่แตกต่างกัน โดยระดับการศึกษาสูงสุดที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -0.009 มีจำนวน 144 คน และต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.742 มีจำนวน 56 คน ตามลำดับ

ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี (Node 1) มีจำนวน 144 คน ในจำนวนนี้ยังสามารถจำแนกความแตกต่างทางด้านอายุต่อไปได้อีก เนื่องจากด้านอายุมีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.003 ดังนั้นในด้านอายุจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ผู้บริโภครุ่นที่มีอายุในกลุ่ม Node 1 แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษที่แตกต่างกัน โดยอายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี และ 39-46 ปี (Node 4) จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.425 มีจำนวน 60 คน รองลงมาคือ อายุ 31-38 ปี (Node 3) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.319 มีจำนวน 84 คน สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

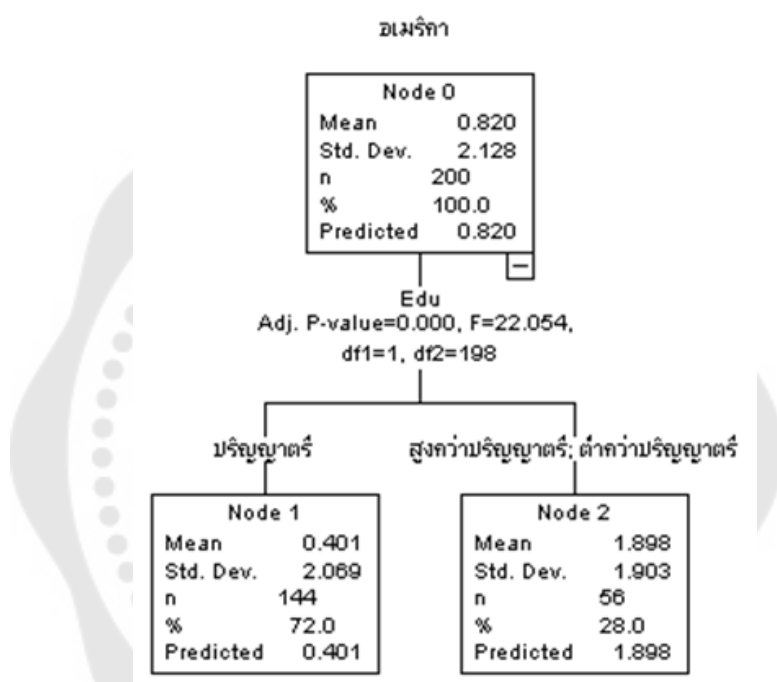
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และ ภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และ ภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน



ภาพประกอบ 36 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ทำแบบทดสอบที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์

จากภาพประกอบ 36 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบในด้านระดับการศึกษาสูงสุด มีค่า Sig. (P-value) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นในด้านระดับการศึกษาสูงสุดจึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาที่แตกต่างกัน โดยระดับการศึกษาสูงสุดที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ

สูงกว่าปริญญาตรี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.898 มีจำนวน 56 คน และปริญญาตรี (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.401 มีจำนวน 144 คน ตามลำดับ สามารถสรุปได้ว่า

ด้านเพศสภาพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำสัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 17 (ต่อ)

ลักษณะทาง	สถานพยาบาล	ชื่อเสียงของหมอ	ระยะเวลารอคิว		วีวีวีเชิงบวก		วีวีวีเชิงลบ		ราคา	
ประชากรศาสตร์	โรงพยาบาล	หมอที่มีชื่อเสียง	4-6 เดือน	6 เดือนขึ้นไป	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	30,001 - 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
รายได้ 55,001 บาทขึ้นไป	-2.029	7.258**	3.738	7.19	-2.578	0.292	5.47	6.271	0.713	5.468
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	-2.661	8.681**	-1.613	-5.356	-3.183	-3.067	9.377*	4.85	5.406*	6.468
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	2.253	6.145*	-3.103	-10.586**	2.001	-3.924	9.207*	9.949**	10.757**	6.468*
ภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคตะวันตก	3.593	-6.425**	-3.602	-0.526	2.56	3.721	-2.48	0.111	5.786**	-2.489
ภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1.608	1.441	4.861**	0.08	-1.476	1.225	-0.331	1.419	3.047	0.267
ภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคเหนือ	-1.514	3.878	-3.034	0.203	-0.387	-2.664	-0.282	-10.721**	-3.318	-2.286
ภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคใต้	6.203*	-5.987**	0.612	-4.825	5.703	3.111	-3.338	-6.8	0.852	-6.766*
ภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคใต้	9.493**	-10.457**	20.394**	6.062*	-10.97**	-1.129	5.416	0.183	4.55	19.312**

หมายเหตุ : * หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตาราง 17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลด้านเพศสภาพ เพศหญิงจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล แต่ยอมรับกับคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว อยู่ที่ 4 – 6 เดือน และรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ส่วนข้อมูลด้านเพศวิถี สภาพเพศปกติจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป ทอมจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว อยู่ที่ 4 – 6 เดือน สาวประเภทสองจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท เกย์จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก เลส หรือเลสเบียนจะยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล ไบจะยอมรับกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง แต่จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว อยู่ที่ 4 – 6 เดือน ข้อมูลด้านอายุ อายุ 31 – 38 ปี จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก อายุ 55 ปีขึ้นไป จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป ข้อมูลด้านอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท และราคา 45,001 บาทขึ้นไป อาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก อาชีพพนักงานบริษัท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท และราคา 45,001 บาทขึ้นไป อาชีพอื่นๆ จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท และราคา 45,001 บาทขึ้นไป ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 25,001 – 35,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก แต่ยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุด ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะยอมรับกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป แต่ยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท ข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิม ผู้ที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่ภาคตะวันตกจะยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท แต่ปฏิเสธ

คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ภูมิภาคเดิมนอกระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ภูมิภาคเดิมนอกระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ภูมิภาคเดิมนอกระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน คุณลักษณะด้านวีวี่เชิงลบที่มีจำนวนมาก ภูมิภาคเดิมนอกระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ภูมิภาคเดิมนอกระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน และคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป ส่งผลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจ ทำคัลลกรรมา 2 ชั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

สมมติฐานที่ 4 เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจชนิดโบทีอกซ์

ตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจชนิดโบทีอกซ์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	สถานพยาบาล	ชื่อเสียงของหมอ	วีวี่เชิงบวก		วีวี่เชิงลบ		ราคา	แหล่งที่มาของโบทีอกซ์			
	โรงพยาบ	หมอที่มีชื่อเสียง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก	บาทขึ้นไป	อเมริกา	เกาหลี		
หญิง	-2.242**	-0.94	-2.164	-4.441	0.351	1.691	-0.055	2.122**	0.148	1.252	-1.778
			*	**							*
ปกติ	7.492**	-0.483	-7.149	4.122	6.342*	3.289	4.56	9.196**	2.766	-11.871	9.179
			**		*					**	**
สาวประเภทสอง	-10.814	2.511	7.816	13.636	7.495*	-8.159	-6.471	4.879	3.044	2.517	3.879
				**	*						
เกย์	3.861*	1.517	-7.475	-0.786	8.553*	3.507	3.395	10.175	2.317	-9.86**	8.104
			**		*			**			**
เลสหรือเลสเบียน	1.027	11.043*	-7.225	-5.318	-0.183	-3.868	16.062	-10.667	-1.171	1.21	6.622
							**	**			
อายุ 23-30 ปี	-0.069	-2.792	-6.678	-8.052	-6.426	4.17	1.253	-0.258	-2.425	2.431	-1.564
			**	**	**						

ตาราง 18 (ต่อ)

ลักษณะ ทาง	สถาน พยาบาล	ชื่อเสียง ของหมอ	วีวีวเชิงบวก		วีวีวเชิงลบ		ราคา			แหล่งที่มาของ โบทีอกซ์	
			ปาน กลาง	มาก	ปาน กลาง	มาก	15,001– 20,000 บาท ไป	20,001 บาทขึ้นไป	5,000– 10,000 บาท	อเมริกา	เกาหลี
ประชากร ศาสตร์	โรง พยาบาล	หมอที่มี ชื่อเสียง	ปาน กลาง	มาก	ปาน กลาง	มาก	15,001– 20,000 บาท ไป	20,001 บาทขึ้นไป	5,000– 10,000 บาท	อเมริกา	เกาหลี
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.736	2.247	4.814 **	8.578 **	-3.802**	-1.67	-4.284	-4.217**	-0.556	1.551	-3.721 *
ระดับ การศึกษา ปริญญาตรี	-0.582	0.573	5.696 **	9.674 **	5.925**	2.254	0.186	-2.981**	-1.634	-5.822 **	-7.463 **
ระดับ การศึกษา สูงกว่า ปริญญาตรี	0.432	-4.255**	6.407 **	10.071 **	4.955**	2.363	1.155	-4.252**	-2.51	-3.333 **	-7.425 **
ภูมิลำเนา เดิมอยู่ ภาค ตะวันตก	0.459	-1.86*	0.405	2.014	0.035	-1.871	1.04	1.042	0.047	0.871	0.15
ภูมิลำเนา เดิมอยู่ ภาค ตะวันออก	-0.36	0.361	3.142 **	3.91 **	1.227	-2.171	2.957**	3.496 **	3.267 **	-1.536 *	-1.723
ภูมิลำเนา เดิมอยู่ ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	-2.994**	1.43	2.613 **	2.042 *	-0.057	0.03	-0.63	0.109	-0,336	0.629	-0.77
ภูมิลำเนา เดิมอยู่ ภาคเหนือ	1.711	0.859	-0.494	3.175 **	-0.269	-1.483	-0.036	-1.084	1.034	1.691	1.313
ภูมิลำเนา เดิมอยู่ ภาคใต้	0.003	2.044	0.984	- 0.551	0.002	-1.447	-3.305**	-0.813	4.071 **	-1.668	-3.074 *

หมายเหตุ : * หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตาราง 18 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลด้านเพศสภาพ เพศหญิงจะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ข้อมูลด้านเพศวิถี สภาพเพศปกติจะยอมรับคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล คุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง สาวประเภทสองจะยอมรับคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง เกย์จะยอมรับคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา เลสหรือเลสเบียนจะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป ข้อมูลด้านอายุ อายุ 23 – 30 ปี จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง อายุ 31 – 38 ปี จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง อายุ 39 – 46 ปี จะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง อายุ 47 – 54 ปี จะยอมรับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ข้อมูลด้านอาชีพ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง อาชีพพนักงานบริษัท จะยอมรับคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง อาชีพอื่นๆ จะยอมรับคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนมาก แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 25,001 – 35,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านวีวีวีเชิงลบที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา

15,001 – 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 45,001 – 55,000 บาท จะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จะยอมรับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป ข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุด ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี ข้อมูลด้านภูมิณาลำเนาเดิม ภาคตะวันออกจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก คุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป และคุณลักษณะด้านราคา 5,000 – 10,000 บาท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล ภาคเหนือจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ภาคใต้จะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 5,000 – 10,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ส่งผลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อโบท์อกซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง โดยมีสังเขปขั้นตอน ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ภารกิจศัลยกรรมเสริมความงาม ทั้งในด้านการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การปรับปรุงและพัฒนา ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการนำผลการศึกษาค้นคว้าไปวิเคราะห์และทำการวิจัยเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ที่เห็นสมควรต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิภาคเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิภาคเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน
3. เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
4. เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้วิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรม โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัดและไม่ผ่าตัด โดยกลุ่มตัวอย่างของประเภทการทำศัลยกรรมที่ต้องผ่าตัด คือ ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างของประเภทการทำศัลยกรรมประเภทที่ไม่ต้องผ่าตัด คือ ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ที่มีผู้สนใจทำศัลยกรรมให้ ความสนใจสูงสุด 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Pantip.com, Dugdong.com และ Dodeden.com มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 1,824,632 คน สรุปรณ วันที่ 23 กรกฎาคม 2561 ข้อมูลจาก Pantip.com, Dugdong.com และ Dodeden.com

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ 1. ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น 2. ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จาก 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Pantip.com, Dugdong.com และ Dodeden.com โดยมีจำนวนสมาชิกรวม 1,824,632 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สูตรในการคำนวณกรณีทราบประชากรเพื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคำนวณได้จากสูตรของ ทาโร ยามาเนะ (Yamane Taro, 1970) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 จะได้จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือหรือแบบทดสอบ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบทดสอบเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม

ส่วนที่ 2 แบบทดสอบเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และแบบทดสอบเกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ และระดับต่างๆ ของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทั้งในส่วนของคุณลักษณะและพฤติกรรม

เพื่อที่จะนำไปสู่การเลือกคุณลักษณะ การแบ่งระดับคุณลักษณะ และการออกแบบชุดทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการทดสอบผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งการศึกษาข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน (Adamowicz, Louviere, & Swait, 1998) ดังนี้

ส่วนที่ 1 การเลือกคุณลักษณะ

การเลือกคุณลักษณะที่จะนำมาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีแบบทดลองทางเลือก Choice-Based Conjoint Analysis ควรเป็นคุณลักษณะที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อ Customer preference เป็นอย่างมาก อีกทั้งจำนวนคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับแบบจำลองนี้ ไม่ควรมีจำนวนคุณลักษณะเกินกว่า 6 คุณลักษณะ เพราะจะทำให้แบบทดสอบเกิดความสับสนในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตนสนใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลการแสดงความคิดเห็นจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อคัดกรองคุณลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 100 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 100 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ จากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 30 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 30 คน ทำให้สามารถระบุคุณลักษณะที่สำคัญสูงสุดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาวิเคราะห์ได้โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ และคุณลักษณะด้านราคา ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์

ส่วนที่ 2 การแบ่งระดับคุณลักษณะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ทำให้ทราบว่ามีความสำคัญต่อ Customer preference แต่เนื่องจากการสำรวจด้วยวิธีดังกล่าว ยังไม่สามารถแสดงถึงอิทธิพลของแต่ละคุณลักษณะที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างได้ เมื่อมีระดับหรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำคุณลักษณะทั้ง 6 คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดตามที่กล่าวไว้ข้างต้น มาวิเคราะห์ระดับคุณลักษณะเพื่อให้ได้มาซึ่งการสร้างแบบจำลองทางเลือกและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค Choice-Based Conjoint Analysis เพื่อหาอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะต่างๆ ที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นในการเลือกทำศัลยกรรม

ตา 2 ชั้นของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ได้แก่ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ด้านชื่อเสียงของหมอ ด้านระยะเวลารอคิว ด้านรีวิวกึ่งบวก ด้านรีวิวกึ่งลบ และด้านราคา ส่วนความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อไบท์อ็อกซ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์ ได้แก่ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ด้านชื่อเสียงของหมอ ด้านรีวิวกึ่งบวก ด้านรีวิวกึ่งลบ และด้านแหล่งที่มาของไบท์อ็อกซ์

ส่วนที่ 3 การออกแบบชุดทางเลือก

จำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดเป็นผลคูณของจำนวนค่าระดับ (Level) ของแต่ละชุดคุณลักษณะ (Attribute) ที่เลือกใช้ในการศึกษาผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ดังนี้

- | | |
|---------------------------------|------------|
| 1. คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล | 2 ค่าระดับ |
| 2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ | 2 ค่าระดับ |
| 3. คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว | 3 ค่าระดับ |
| 4. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวก | 3 ค่าระดับ |
| 5. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบ | 3 ค่าระดับ |
| 6. คุณลักษณะด้านราคา | 3 ค่าระดับ |

จำนวนของชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ = $2 \times 2 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3 = 324$ ชุด

จำนวนชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดเป็นผลคูณของจำนวนค่าระดับ (Level) ของแต่ละชุดคุณลักษณะ (Attribute) ที่เลือกในการศึกษาของผู้บริโภครที่สนใจซื้อไบท์อ็อกซ์ ดังนี้

- | | |
|---|------------|
| 1. คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล | 2 ค่าระดับ |
| 2. คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ | 2 ค่าระดับ |
| 3. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวก | 3 ค่าระดับ |
| 4. คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบ | 3 ค่าระดับ |
| 5. คุณลักษณะด้านราคา | 4 ค่าระดับ |
| 6. คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบท์อ็อกซ์ | 3 ค่าระดับ |

จำนวนของชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ = $2 \times 2 \times 3 \times 3 \times 4 \times 3 = 432$ ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งในการรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งคือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบทดสอบ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 200 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบทดสอบให้เพียงพอกับกลุ่มตัวอย่าง

1.2 นำแบบทดสอบซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ Pantip.com, Dungdong.com และ Dodeden.com โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการทำแบบทดสอบก่อนให้ผู้ทำแบบทดสอบเริ่มต้นทำและทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนดังนี้

2.1 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม

2.2 หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมแบบทดสอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบทดสอบมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูล โดยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบทดสอบ

2. ผู้วิจัยทำการลงรหัส (Coding) โดยนำแบบทดสอบที่ถูกต้อง สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนด

3. การประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และข้อมูลอนุมาน ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบทดสอบในส่วนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบของทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบทดสอบในส่วนที่ 2 เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของผู้ทำแบบทดสอบของทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกันไป มี Customer preference ที่แตกต่างกัน จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติต้นไม้การตัดสินใจ (Decision tree)

3.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวก คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบ คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

3.3.3 วิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวก คุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบ คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาการใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ทำแบบทดสอบ จากการศึกษา พบว่า

ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.6% เพศวิถี เป็นสภาพปกติ คิดเป็นร้อยละ 72.4% มีอายุในช่วง 31 – 38 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.4% มีอาชีพเป็พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ

ละ 38.9% มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.6% มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.5% และมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.3%

ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจจัดโบท์อกซ์ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.7% เพศวิถี เป็นสภาพปกติ คิดเป็นร้อยละ 91.1% มีอายุในช่วง 31 – 38 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.5% มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 54.5% มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.7% มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.3% และมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.4%

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance) ของผู้ทำแบบทดสอบ จากการศึกษ พบว่า

การวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance) ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกสถานพยาบาลเป็นโรงพยาบาล ให้ความสำคัญในการเลือกหมอที่มีชื่อเสียง ให้ความสำคัญในการรอคิวที่ 1 – 3 เดือน ให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนน้อย และให้ความสำคัญที่ระดับราคา 30,001 – 45,000 บาท ในด้านค่าความสำคัญ (Importance) ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ให้ลำดับความสำคัญเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ตามลำดับ

การวิเคราะห์ค่าอรรถประโยชน์ (Utilities) และค่าความสำคัญ (Importance) ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจจัดโบท์อกซ์ พบว่า ผู้ทำแบบทดสอบจะให้ความสำคัญในการเลือกสถานพยาบาลเป็นคลินิก ให้ความสำคัญในการเลือกหมอที่มีชื่อเสียง ให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ให้ความสำคัญในเรื่องจำนวนการรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนน้อย ให้ความสำคัญในระดับราคา 5,000 – 10,000 บาท และให้ความสำคัญในแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา ในด้านค่าความสำคัญ (Importance) ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจจัดโบท์อกซ์ ให้ลำดับความสำคัญเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อกซ์ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านภูมิลำเนาเดิม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 20 โดยในด้านภูมิลำเนาเดิม จะพบว่า ภูมิลำเนาเดิมที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ภาคใต้, ภาคตะวันตก และภาคเหนือ (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.650 มีจำนวน 50 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิม ภาคใต้, ภาคตะวันตก และภาคเหนือ (Node 2) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอทั่วไปมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับหมอที่มีชื่อเสียงมากนัก ดังนั้น

ผู้ประกอบการเสริมความงามไม่จำเป็นต้องเน้นเรื่องหมอมที่มีชื่อเสียงในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น โดยเฉพาะ

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านภูมิลำเนาเดิม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 21 โดยในด้านภูมิลำเนาเดิม จะพบว่า ภูมิลำเนาเดิมที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคกลาง และภาคตะวันออก (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 1.650 มีจำนวน 50 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคกลาง และภาคตะวันออก (Node 2) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับหมอมที่มีชื่อเสียงมาก ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามไม่จำเป็นต้องเน้นเรื่องหมอมที่มีชื่อเสียงในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือน ที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 22 โดยในด้านอายุจะพบว่า อายุที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ อายุ 23-30 ปี, 39-46 ปี และ 47-54 ปี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.048 มีจำนวน 98 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุ 23-30 ปี, 39-46 ปี และ 47-54 ปี (Node 2) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือนมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านระยะเวลารอคิว 1-3 เดือนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรตระหนักในเรื่องระยะเวลารอคิวเป็นลำดับต้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านเพศสภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 23 โดยในด้านเพศสภาพจะพบว่า เพศสภาพที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ เพศหญิง (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 1.723 มีจำนวน 120 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพเป็นเพศหญิง (Node 2) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรตระหนักในเรื่องระยะเวลารอคิว ไม่ควรให้รอคิวนานเกิน 6 เดือน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 4-6 เดือน ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป ที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 24 โดยในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,0001-45,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.253 มีจำนวน 95 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,0001-45,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้สามารถที่จะรอนานๆ ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านอื่นๆ แทน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลางที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 25 โดยในด้านอายุ จะพบว่า อายุที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-38 ปี, 39-46 ปี, 47-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 2.090 มีจำนวน 128 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-38 ปี, 39-46 ปี, 47-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป (Node 1) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องรีวิวเชิงบวกเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมตา 2 ชั้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการเลือกใช้บริการ

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อย ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อย ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงลบจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงลบจำนวนน้อยที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านเพศสภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 26 โดยในด้านเพศสภาพจะพบว่า เพศชาย (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.488 มีจำนวน 82 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพเป็นเพศชายจะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านรีวิวจึงลบจำนวนน้อย แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องรีวิวจึงลบเป็นอย่างมากในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมตา 2 ชั้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งควรบริการให้ลูกค้าประทับใจเพื่อให้ลูกค้ารีวิวจึงลบให้กับผู้ประกอบการในแง่ที่ดี ซึ่งการรีวิวจึงลบนั้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้ารายใหม่ต่อไป

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบท็อกซ์ทั้งหมดของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบท็อกซ์ทั้งหมดของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบท็อกซ์ทั้งหมดของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบท็อกซ์ทั้งหมดของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบททั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบททั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบททั่วไปของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบททั่วไปที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 27 โดยในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-35,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -0.306 มีจำนวน 99 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-35,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท (Node 1) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบททั่วไป แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับหมอบทที่มีชื่อเสียงมากนัก ดังนั้น ผู้ประกอบการเสริมความงามไม่จำเป็นต้องเน้นเรื่องหมอบทที่มีชื่อเสียงในด้านการฉีดโบท์อกซ์ โดยเฉพาะ

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบทที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบทที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบทที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบทที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีด โบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบทที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอบทที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิฐานะเดิม ผู้บริโภคที่มีภูมิฐานะเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 28 โดยในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะพบว่า คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,001-45,000 บาทและ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.540 มีจำนวน 101 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท, 35,001-45,000 บาทและ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 2) จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมที่มีชื่อเสียงมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับหมอมที่มีชื่อเสียงมาก ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามไม่จำเป็นต้องเน้นเรื่องหมอมที่มีชื่อเสียงในด้านการฉีดโบท์อกซ์

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิฐานะเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิฐานะเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิฐานะเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนน้อยที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 29 โดยใน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะพบว่า คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท, 25,001-35,000 บาท, 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -1.861 มีจำนวน 134 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท, 25,001-35,000 บาท, 45,001-55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป (Node 1) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องรีวิวจึงบวกเพียงเล็กน้อยในการเลือกใช้บริการชดโบท็อกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามไม่จำเป็นต้องเน้นเรื่องการรีวิวจึงสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจชดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวจึงบวกจำนวนปานกลางที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 30 โดยในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.861 มีจำนวน 66 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 2) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องรีวิวจึงบวกเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการชด

โบท์ออกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภครที่มาใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบจำนวนปานกลางที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านระดับการศึกษาสูงสุด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 31 โดยในด้านระดับการศึกษาสูงสุดจะพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย 1.249 มีจำนวน 144 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (Node 1) แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องรีวิวเชิงลบเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการฉีดโบท์ออกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภครที่มาใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคร

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านอาชีพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 32 โดยในด้านอาชีพจะพบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ย 0.916 มีจำนวน 63 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (Node 2) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของราคามากที่สุด เนื่องผู้บริภคกลุ่มนี้ยังไม่มีรายได้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์จึงเน้นเรื่องราคาเป็นหลัก ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการจะต้องให้บริการกับผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงควรตั้งราคาที่ไม่แพงมาก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้

จากภาพประกอบที่ 32 ยังพบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (Node 2) มีจำนวน 63 คน ในจำนวนนี้สามารถจำแนกความแตกต่างทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อไปได้อีก กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 3) แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 10,001-15,000 บาท ที่แตกต่างกัน และพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 3) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.283 มีจำนวน 81 คน กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท และ 35,001-45,000 บาท (Node 3) ยังมีรายได้ต่อเดือนยังไม่สูงมากนัก ทำให้มีผลต่อการเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์ในราคาที่ไม่สูงมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะตั้งราคาค่าบริการสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ในราคาที่ไม่สูง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้น

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 15,001-20,000 บาท ที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านอาชีพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 33 โดยในด้านอาชีพจะพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และครู / อาจารย์ (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.387 มีจำนวน 117 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และครู / อาจารย์ (Node 1) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องราคาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการซื้อไบโथ็อกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรตั้งราคาสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ในช่วงราคา 15,001-20,00 บาท เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการมากขึ้น

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจซื้อไบโथ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านราคา 5,000-10,000 บาท ที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 34 โดยในด้านอายุจะพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี, 39-46 ปี และ 47-54 ปี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.234 มีจำนวน 90 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี, 39-46 ปี และ 47-54 ปี (Node 2) แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องราคาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัด โบท์ออกซ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการเสริมความงามควรตั้งราคาสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ในช่วงราคา 5,000-10,000 บาท เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการมากขึ้น

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์ออกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษของผู้บริโภคที่สนใจจัดโบท์ออกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านระดับการศึกษาสูงสุด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 35 โดยในด้านระดับการศึกษาสูงสุดจะพบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี (Node 1) โดยมีค่าเฉลี่ย -0.009 มีจำนวน 144 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (Node 1) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการฉีดโบท์อ็อกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรมียี่ห้อของโบท์อ็อกซ์ที่มีแหล่งที่มาจากประเทศอังกฤษสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการมากขึ้น

จากภาพประกอบที่ 35 ยังพบว่า ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี (Node 1) มีจำนวน 144 คน ในจำนวนนี้สามารถจำแนกความแตกต่างทางด้านอายุต่อไปได้อีก กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี และ 39-46 ปี (Node 4) แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษที่แตกต่างกัน และพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี และ 39-46 ปี (Node 4) มีค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.425 มีจำนวน 60 คน กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 15-22 ปี, 23-30 ปี และ 39-46 ปี (Node 4) ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอังกฤษมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการฉีดโบท์อ็อกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรมียี่ห้อของโบท์อ็อกซ์ที่มีแหล่งที่มาจากประเทศอังกฤษสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการมากขึ้น

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด และภูมิลำเนาเดิม แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่แตกต่างกัน

ด้านเพศสภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศสภาพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านเพศวิถี พบว่า บริโภคที่มีเพศวิถีแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท์อ็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อ็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภูมิลำเนาเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีภูมิลำเนาเดิมแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ในสมมติฐานนี้ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาที่แตกต่างกัน เนื่องจากด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งมีความน่าเชื่อถือสูงสุด ดังปรากฏในภาพประกอบ 36 โดยในด้านระดับการศึกษาสูงสุดจะพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี (Node 2) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.898 มีจำนวน 56 คน หมายถึง ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี (Node 2) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์ ดังนั้นผู้ประกอบการเสริมความงามควรมียี่ห้อของโบท็อกซ์ที่มีแหล่งที่มาจากประเทศอเมริกาสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

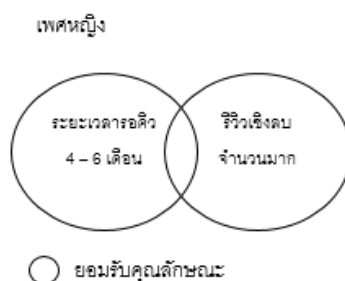
เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่า

ตาราง 19 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

เพศสภาพ	สถานพยาบาล โรงพยาบาล	ระยะเวลารอคิว	รีวิวจึงลบมาก
เพศหญิง	-5.086**	4 – 6 เดือน	12.544**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านเพศสภาพ เพศหญิงจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาลประเภท
โรงพยาบาล แต่ยอมรับกับคุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว อยู่ที่ 4 – 6 เดือน และรวิวชิงลบที่มี
จำนวนมาก ดังนี้



ภาพประกอบ 37 ผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำ
แบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 20 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำ
แบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

เพศวิถี	สถานพยาบาล	ชื่อเสียงของ โรงพยาบาล	ชื่อเสียง หมอหมอที่มี	ระยะเวลา รอคิว	รวิวชิงลบ มาก	ราคา	ราคา
				4 – 6 เดือน		30,001 – 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
ทอม							-15.602**
ปกติ							-6.852**
สาว							-14.089**
ประเภท							
สอง							
เกย์							12.975**
เลส หรือ							-15.373**
เลสเบี่ยน							11.108**
ไบ							13.096**
							-14.764**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านเพศวิถี สภาพเพศปกติจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป
 ทอมจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านระยะเวลาอควิ อยู่ที่ 4 – 6 เดือน สาวประเภทสองจะปฏิเสธ
 คุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท เกย์จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวน
 มาก เลส หรือเลสเบียนจะยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะ
 ด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล ไปจะยอมรับกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภท
 หมอที่มีชื่อเสียง แต่จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านระยะเวลาอควิ อยู่ที่ 4 – 6 เดือน ดังนี้

ตาราง 21 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอายุเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำ
 แบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

อายุ	รีวิวเชิงลบมาก	ราคา 45,001 บาทขึ้นไป
31 – 38 ปี	10.621**	
55 ปีขึ้นไป		15.515**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

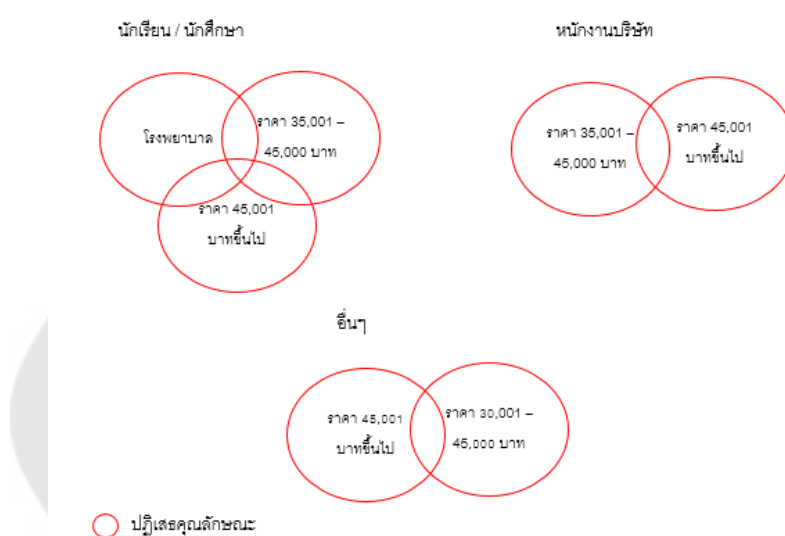
ข้อมูลด้านอายุ อายุ 31 – 38 ปี จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก
 อายุ 55 ปีขึ้นไป จะยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป

ตาราง 22 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำ
 แบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

อาชีพ	สถานพยาบาล โรงพยาบาล	รีวิวเชิงบวก มาก	รีวิวเชิงลบ มาก	ราคา 30,001 – 45,000 บาท	ราคา 45,001 บาท ขึ้นไป
นักเรียน / นักศึกษา	-9.342**			-9.726**	-11.052**
พนักงาน ต้อนรับบน เครื่องบิน		-13.424**			
พนักงาน บริษัท				-5.846**	-9.319**
อื่นๆ			9.068**	-7.124**	-9.425**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาลประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท และราคา 45,001 บาทขึ้นไปอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก อาชีพพนักงานบริษัท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท และราคา 45,001 บาทขึ้นไป อาชีพอื่นๆ จะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท และราคา 45,001 บาทขึ้นไป ดังนี้



ภาพประกอบ 38 ผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 23 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สถานพยาบาล	ชื่อเสียงของ	รีวิวเชิงลบมาก	ราคา 45,001 บาท
	โรงพยาบาล	หมอหมอที่มี		ขึ้นไป
		ชื่อเสียง		
25,001 – 35,000 บาท	-4.41**		-9.695**	

ตาราง 23 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สถานพยาบาล โรงพยาบาล	ชื่อเสียงของ หมอหมอที่มี ชื่อเสียง	รีวิวเชิงลบมาก	ราคา 45,001 บาท ขึ้นไป
35,001 – 45,000 บาท	-4.633**		-9.912**	7.54**
55,001 บาทขึ้นไป		7.258**		
ต่ำกว่า 15,000 บาท			11.445**	
35,001 – 45,000 บาท	-4.633**		-9.912**	7.54**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก แต่ยอมรับกับคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จะยอมรับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท



○ ปฏิเสธคุณลักษณะ

ภาพประกอบ 39 ผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 24 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาระดับปริญญาตรี เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

การศึกษาระดับปริญญาตรี	ชื่อเสียงของหมอ หมอที่มีชื่อเสียง	ระยะเวลารอคิว 6 เดือนขึ้นไป	รีวิวเชิงลบมาก	ราคา 30,001 – 45,000 บาท
ปริญญาตรี	8.681**			
สูงกว่าปริญญาตรี		-10.586**	9.949**	10.757**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะยอมรับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านการรอคิว 6 เดือนขึ้นไป แต่ยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านราคา 30,001 – 45,000 บาท ดังนี้

ระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี



ภาพประกอบ 40 ผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาระดับปริญญาตรี เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ตาราง 25 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิม เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

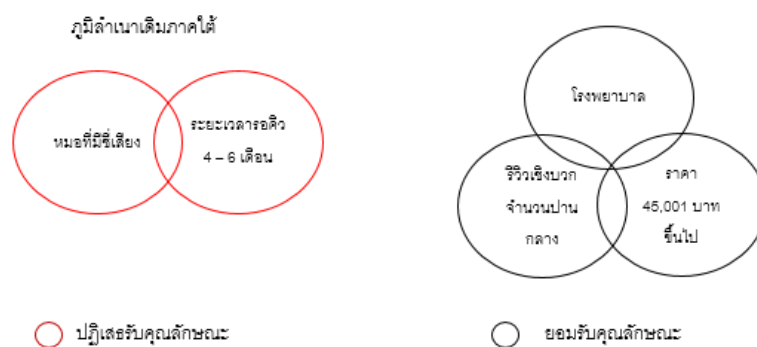
ภูมิลำเนาเดิม	สถาน พยาบาล โรง พยาบาล	ชื่อเสียงของ หมอหมอที่มี ชื่อเสียง	ระยะเวลา รอคิว 4 - 6 เดือน	รีวิวเชิงบวก ปานกลาง	รีวิวเชิง ลบมาก	ราคา 30,001 – 45,000 บาท	ราคา 45,001 บาท ขึ้นไป
ภาคตะวันตก		-6.425**				5.786**	
ภาคตะวันออก			4.861**				

ตาราง 25 (ต่อ)

ภูมิภาค	สถานที่	ชื่อเสียงของ	ระยะเวลา	รีวิวเชิงบวก	รีวิวเชิงลบ	ราคา	ราคา
ภูมิภาคเดิ	สถาน	ชื่อเสียงของ	ระยะเวลา	รีวิวเชิงบวก	รีวิวเชิงลบ	ราคา	ราคา
	พยาบาล	หมอที่มีชื่อเสียง	รอคิว 4 - 6 เดือน	ปานกลาง	ลบมาก	30,001 - 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
	โรงพยาบาล					45,000 บาท	
ภาคตะวันออก							-10.721
เชียงใหม่							**
ภาคเหนือ							-5.987**
ภาคใต้	9.493**	-10.457**	20.394**	-10.975**			19.312**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านภูมิภาคเดิ ภาคตะวันออกจะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 30,001 - 45,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ภูมิภาคเดิ ภาคตะวันออกจะยอมรับคุณลักษณะด้านการรอคิว 4 - 6 เดือน ภูมิภาคเดิ ภาคตะวันออกเชียงใหม่ จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนมาก ภูมิภาคเดิ ภาคเหนือจะปฏิเสธคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง ภูมิภาคเดิ ภาคใต้จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกจำนวนปานกลาง แต่จะยอมรับคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล คุณลักษณะด้านการรอคิว 4 - 6 เดือน และคุณลักษณะด้านราคา 45,001 บาทขึ้นไป ส่งผลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำคัลยกรรมตา 2 ชั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนี้



ภาพประกอบ 41 ผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิภาคเดิ เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของ ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจทำคัลยกรรมตา 2 ชั้น

สมมติฐานข้อที่ 4 เพื่อทราบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์

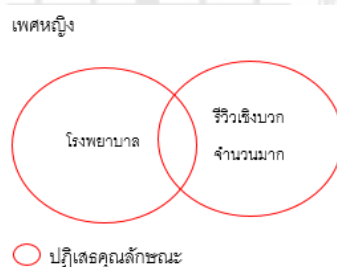
เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท์อกซ์ พบว่า

ตาราง 26 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท์อกซ์

เพศสภาพ	สถานพยาบาล โรงพยาบาล	รีวิวเชิงบวกมาก	ราคา 20,001 บาท ขึ้นไป
หญิง	-2.242**	-4.441**	2.122**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านเพศสภาพ เพศหญิงจะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ดังนี้



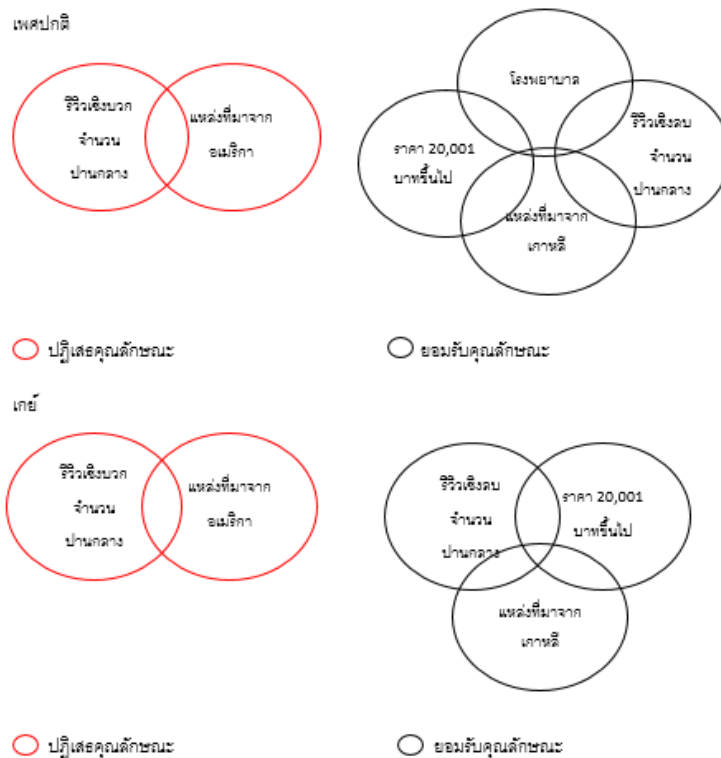
ภาพประกอบ 42 ผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศสภาพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท์อกซ์

ตาราง 27 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

เพศวิถี	สถานพยาบาล	เชิงบวกปานกลาง	รื้อฟื้นบวกมาก	รื้อฟื้นลบปานกลาง	ราคา 15,001-20,000 บาท	ราคา 20,001 บาทขึ้นไป	ยี่ห้อของโบท็อกซ์อเมริกา	ยี่ห้อของโบท็อกซ์เกาหลี
ปกติ	7.492**	-7.149**		6.342**		9.196**	-11.871**	9.179**
สาวประเภทสอง			13.636**	7.495**				
เกย์		-7.475**		8.553**		10.175**	-9.86**	8.104**
เลสหรือเลสเบียน					16.062**	-10.667**		

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านเพศวิถี สภาพเพศปกติจะยอมรับคุณลักษณะด้านสถานพยาบาลประเภทโรงพยาบาล คุณลักษณะด้านรื้อฟื้นลบจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา สาวประเภทสองจะยอมรับคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นลบที่มีจำนวนปานกลาง เกย์จะยอมรับคุณลักษณะด้านานรื้อฟื้นลบที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา เลสหรือเลสเบียนจะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป ดังนี้



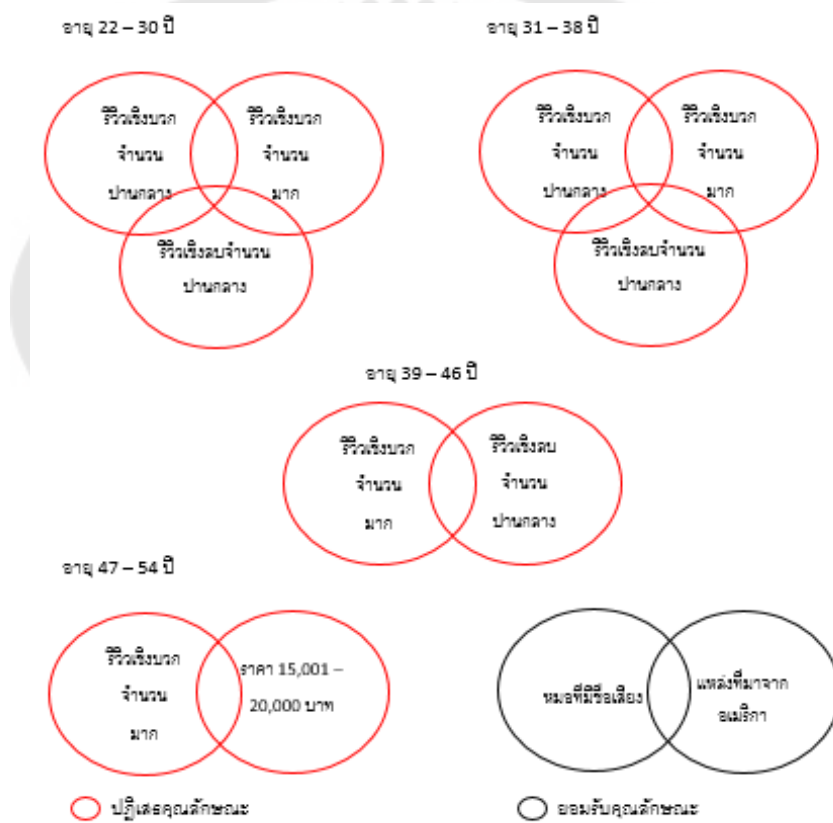
ภาพประกอบ 43 ผลการวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ตาราง 28 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอายุเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

อายุ	ชื่อเสียงของ หมอหมอมที่มี ชื่อเสียง	รีวิวเชิงบวก ปานกลาง	รีวิวเชิงบวก มาก	รีวิวเชิงลบ ปานกลาง	ราคา 15,001 – 20,000 บาท	ยี่ห้อของ โบท็อกซ์ อเมริกา
23 – 30 ปี		-6.678**	-8.052**	-6.426**		
31 – 38 ปี		-6.373**	-7.945**	-7.183**		
39 – 46 ปี			-7.044**	-5.425**	6.803**	
47 – 54 ปี	11.517**		-13.556**		-14.041**	9.768**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านอายุ อายุ 23 – 30 ปี จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิwingบวที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิwingบวที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิwingลบที่มีจำนวนปานกลาง อายุ 31 – 38 ปี จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิwingบวที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิwingบวที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิwingลบที่มีจำนวนปานกลาง อายุ 39 – 46 ปี จะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิwingบวที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิwingลบที่มีจำนวนปานกลาง อายุ 47 – 54 ปี จะยอมรับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของไบโทอกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิwingบวที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ดังนี้



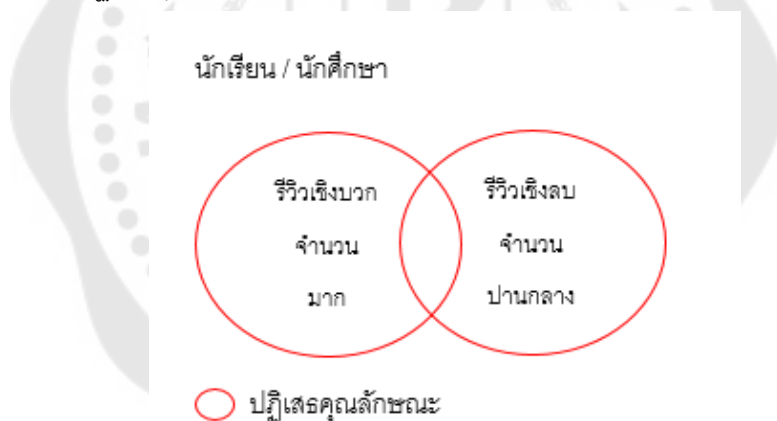
ภาพประกอบ 44 การวิจัยข้อมูลด้านเพศวิถีเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดไบโทอกซ์

ตาราง 29 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจชนิดโบท์อกซ์

อาชีพ	รื้อวเชิงบวกปานกลาง	รื้อวเชิงบวกมาก	รื้อวเชิงลบปานกลาง	รื้อวเชิงลบมาก
นักเรียน / นักศึกษา		-7.5 **	-4.148 **	
พนักงานบริษัท	3.101**			
อื่นๆ		-5.784**		4.119**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านอาชีพ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง อาชีพพนักงานบริษัท จะยอมรับคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง อาชีพอื่นๆ จะยอมรับคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงลบที่มีจำนวนมาก แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรื้อวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ดังนี้



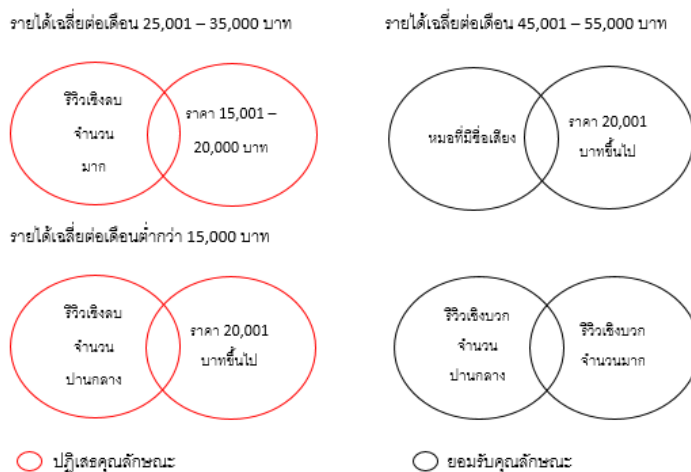
ภาพประกอบ 45 ผลการวิจัยข้อมูลด้านอาชีพเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจชนิดโบท์อกซ์

ตาราง 30 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ชื่อเสียงของหมอมือที่มีชื่อเสียง	รีวิวกึ่งบวก	รีวิวกึ่งมาก	รีวิวกึ่งลบปานกลาง	รีวิวกึ่งลบมาก	ราคา 15,001 – 20,000 บาท	ราคา 20,001 บาทขึ้นไป
25,001 – 35,000 บาท						-2.062**	-1.991**
35,001 – 45,000 บาท							-3.366**
45,001 – 55,000 บาท	3.826**					-3.122**	3.766**
55,001 บาทขึ้นไป	10.785**						
ต่ำกว่า 15,000 บาท		4.814**	8.578**	-3.802**			-4.217**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีความสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 25,001 – 35,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท จะปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 45,001 – 55,000 บาท จะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบที่มีจำนวนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จะยอมรับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอมือที่มีชื่อเสียง ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวกที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งบวกที่มีจำนวนมาก แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านรีวิวกึ่งลบที่มีจำนวนปานกลาง และคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป ดังนี้



ภาพประกอบ 46 ผลการวิจัยข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ตาราง 31 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุดเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

การศึกษา	ชื่อเสียง	รีวิวเชิงบวกปานกลาง	รีวิวเชิงบวกมาก	รีวิวเชิงลบปานกลาง	ราคา	ยี่ห้อของโบท็อกซ์อเมริกา	ยี่ห้อของโบท็อกซ์เกาหลี
สูงสุด	ของหมอที่มีชื่อเสียง				20,001 บาทขึ้นไป		
ปริญญาตรี		5.696**	9.674**	5.925**	-2.981**	-5.822**	-7.463**
สูงกว่าปริญญาตรี		-4.255**	6.407**	10.071**	4.955**	-4.252**	-3.333**
							-7.425**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

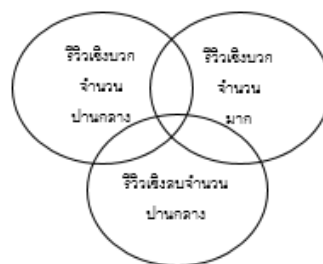
ข้อมูลด้านการศึกษาสูงสุด ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มีจำนวนปานกลาง แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะยอมรับคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวกที่มีจำนวนมาก และคุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบที่มี

จำนวนปานกลาง แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ ประเภทหมอที่มีชื่อเสียง คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีกซ์ที่มาจากประเทศอเมริกา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีกซ์ที่มาจากประเทศเกาหลี ดังนี้

ระดับการศึกษาปริญญาตรี



ระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี



○ ปฏิเสธคุณลักษณะ

○ ยอมรับคุณลักษณะ

ภาพประกอบ 47 ผลการวิจัยข้อมูลด้านการศึกษาระดับสูงสุดเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของ ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีกซ์

ตาราง 32 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิลำเนาเดิมเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของ ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบทีกซ์

ภูมิลำเนาเดิม	สถานพยาบาล โรงพยาบาล	รีวิวเชิงบวก ปานกลาง	รีวิวเชิงบวก มาก	ราคา 15,001– 20,000 บาท	ราคา 20,001 บาทขึ้นไป	ราคา 5,000– 10,000 บาท
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		3.142**	3.91**	2.957**	3.496**	3.267**
ภาค		-2.994**	2.613**			

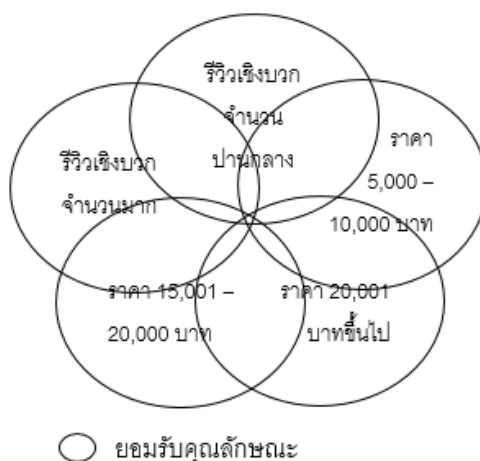
ตาราง 32 (ต่อ)

ภูมิภาค	สถานพยาบาล	รื้อฟื้นเชิงบวกปานกลาง	รื้อฟื้นเชิงบวกมาก	ราคา 15,001 – 20,000 บาท	ราคา 20,001 บาทขึ้นไป	ราคา 5,000 – 10,000 บาท
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		3.142**	3.91**	2.957**	3.496**	3.267**
ภาคเหนือ			3.175**			
ภาคใต้				-3.305**		4.071**

** หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ข้อมูลด้านภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะยอมรับคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง คุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนมาก คุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท คุณลักษณะด้านราคา 20,001 บาทขึ้นไป และคุณลักษณะด้านราคา 5,000 – 10,000 บาท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะยอมรับคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนปานกลาง แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล ประเภทโรงพยาบาล ภาคเหนือจะยอมรับคุณลักษณะด้านรื้อฟื้นเชิงบวกที่มีจำนวนมาก ภาคใต้จะยอมรับคุณลักษณะด้านราคา 5,000 – 10,000 บาท แต่ปฏิเสธคุณลักษณะด้านราคา 15,001 – 20,000 บาท ส่งผลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนี้

ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพประกอบ 48 ผลการวิจัยข้อมูลด้านภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ความสำคัญของ
ผู้ทำแบบทดสอบที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการ ศัลยกรรมตกแต่ง สามารถนำผลการศึกษามาอภิปราย ได้ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

1.1 ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31 - 38 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่ภาคกลาง ทั้งนี้เนื่องจากการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น เป็นการช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการแต่งหน้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มอายุ 31 – 38 ปี เป็นช่วงอายุที่เหมาะสมแก่การทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ประกอบกับเป็นช่วงอายุที่มีหน้าที่การทำงานและรายได้ที่สามารถทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ ปัญญาศิริ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของไทยยี่ห้อหนึ่งของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัท

1.2 ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31 - 38 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 25,001 – 35,000 บาท มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่ภาคกลาง ทั้งนี้เนื่องจากการฉีดโบท็อกซ์ เป็นการลดริ้วรอย และเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มอายุ 31 – 38 ปี เป็นช่วงอายุที่เหมาะสมแก่การฉีดโบท็อกซ์ ประกอบกับเป็นช่วงอายุที่มีหน้าที่การทำงานและรายได้ที่สามารถฉีดโบท็อกซ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราพร วิษณุรักษ์ (2557) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตกแต่ง

2.1 เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น มี 6 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล, คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ, คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว, คุณลักษณะด้านรีวิวกเชิงบวก, คุณลักษณะด้านรีวิวกเชิงลบ และคุณลักษณะด้านราคา เมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะแต่ละคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น พบว่า การรีวิวก

เชิงลบจากประสบการณ์ของผู้บริโภคที่เคยทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น มาก่อนผ่านสื่อออนไลน์ หรือคนรอบข้าง เช่น เพื่อนสนิท หรือคนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน จะมีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ซึ่งสอดคล้องของ สุนันทา ตระกูลสิทธิศรี (2555) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก

2.2 เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ มี 6 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล, คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ, คุณลักษณะด้านรีวิวกะบัง, คุณลักษณะด้านรีวิวกะบัง, คุณลักษณะด้านราคา และคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ พบว่า การรีวิวกะบังจากประสบการณ์ของผู้บริโภคที่เคยฉีดโบท็อกซ์มาก่อนผ่านสื่อออนไลน์ หรือคนรอบข้าง เช่น เพื่อนสนิท หรือคนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน จะมีอิทธิพลต่อ Customer preference ของผู้บริโภคที่ฉีดโบท็อกซ์ ซึ่งสอดคล้องของ สุนันทา ตระกูลสิทธิศรี (2555) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาการใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะประเด็นต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านการรีวิวกะบังมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับช่องทางการรีวิวกะบังของลูกค้า เช่น เปิดช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถแบ่งปันประสบการณ์ดีๆ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภครายใหม่ที่จะเข้ามาใช้บริการ และตรวจสอบการรีวิวกะบังของผู้บริโภคตามสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อรักษาภาพลักษณ์ให้กับผู้ประกอบการต่อไป

2. ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านราคา รองลงมา ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ควรกำหนดช่วงราคาที่ 30,001 – 45,000 บาท เป็นช่วงราคาที่ผู้บริภคยอมรับมากที่สุด ส่วนการกำหนดราคาฉีดโบท็อกซ์ ควรอยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท ซึ่งเป็นช่วงราคาที่ผู้บริภคยอมรับมากที่สุด

3. ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านระยะเวลา รอคิวเป็นลำดับถัดมา แสดงให้เห็นว่าระยะเวลารอคิวมีอิทธิพลต่อการเลือกทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ซึ่งระยะเวลารอคิวนั้นควรอยู่ในช่วง 1 – 3 เดือน ดังนั้นในการให้บริการศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงระยะเวลารอคิวให้อยู่ในช่วงที่ผู้บริโภคยอมรับได้ เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น

4. ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ เป็นลำดับถัดมา แสดงให้เห็นว่าชื่อเสียงของหมอนั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์ ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกที่จะใช้บริการกับหมอที่มีชื่อเสียงมากกว่าหมอทั่วไป ดังนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะนำเสนอหมอที่มีในความชาญเฉพาะด้านให้กับผู้บริโภคได้รับทราบ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

5. ผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ และสถานพยาบาล เป็น 2 ลำดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 คุณลักษณะนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านการรีวิวด้านราคา และด้านระยะเวลารอคิว ในการสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์

6. ผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์ และคุณลักษณะด้านสถานพยาบาล เป็น 2 ลำดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 คุณลักษณะนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการฉีดโบท็อกซ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านการรีวิวด้านราคา และด้านชื่อเสียงของหมอ ในการสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องเพศวิถี บางกลุ่มตัวอย่างมีผู้ทำแบบทดสอบน้อยเกินไปที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล อาจเป็นเพราะผู้วิจัยได้ให้ทางเลือกเกี่ยวกับเพศวิถีมากเกินไป ประกอบกับประเทศไทยอาจจะเป็นประเทศที่ยังไม่ยอมรับกับเพศทางเลือกมากนัก ดังนั้น หากในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจจะต้องกำหนดทางเลือกเพศวิถีให้น้อยลงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากพอมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การวิเคราะห์ด้วย Conjoint Analysis ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่แพร่หลายสำหรับการทำวิจัยด้านการตลาด ทำให้ผู้ทำแบบทดสอบยังไม่คุ้นเคยกับแบบทดสอบที่ใช้การวิเคราะห์แบบ Conjoint Analysis ดังนั้น หากผู้วิจัยต้องการใช้สถิติตัวนี้มาใช้ในการทำวิจัย ผู้วิจัยควรอธิบายเกี่ยวกับลักษณะของแบบทดสอบในสถานการณ์จำลองต่างๆ ที่ให้มาโดยละเอียด เพื่อให้ผู้ทำแบบทดสอบเข้าใจแบบทดสอบมากขึ้น

3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Choice-Based Conjoint Analysis มีข้อจำกัดคุณลักษณะไม่ควรเกิน 6 คุณลักษณะ ซึ่งการเก็บข้อมูลเบื้องต้นก่อนการเก็บข้อมูลจริง มีคุณลักษณะที่น่าสนใจ

มากกว่า 6 คุณลักษณะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกมาเพียง 6 คุณลักษณะ มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งอาจจะไม่ตรงกับความต้องการของผู้ทำแบบทดสอบโดยตรง



บรรณานุกรม

- Adamowicz, W., Louviere, J., & Swait, a. J. (1998). Introduction to Attribute-Based Stated Choice Methods. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/242494897_Introduction_to_Attribute-Based_Stated_Choice_Methods
- amprohealth. (2561, 19 กรกฎาคม 2562). การคัดลอกกรรมที่เหมาะสมสำหรับอาชีพต่างๆ.
- Bajaj, A. (1999). Conjoint analysis: a potential methodology for IS research. Retrieved from <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1595&context=amcis1999>
- A brief explanation of the types of conjoint analysis. Retrieved from Qualtrics.com website: <https://www.qualtrics.com/experience-management/research/types-of-conjoint/>
- Green, P. E., & Rao, a. V. R. (1971). Conjoint measurement for quantifying judgmental data. *Journal of Marketing Research*. (8), 355-361.
- Hair, J. F., R. E. Anderson, B. T., & Black., a. W. M. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Marketeer. (2561a, 7 สิงหาคม 2561). คลินิกความงามไทย ยังสวยต่อไปได้แค่ต้องปรับ. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/67870>
- Marketeer. (2561b, 6 พฤศจิกายน 2561). รู้จัก “ตลาดเครื่องมือแพทย์ด้านความงาม” ในวันที่สถาบันความงามเติบโต. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/81077>
- Yamane Taro (1970). *Statistics : an introductory analysis* (2nd ed.. ed.): New York : Harper & Row.
- แนวหน้า. (2562, 21 มกราคม 2562). เดอะคลีนิกค์กางแผนปี'62 รุกขยายสาขาประเทศเพื่อนบ้าน. Retrieved from <https://www.naewna.com/business/390085>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล. Retrieved from https://www.dbd.go.th/download/document_file/Stastic/2562/T26/T26_201903.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). การวิเคราะห์เชิงปริมาณ = *Quantitative analysis* (พิมพ์ครั้งที่ 3. ed.): กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดร.พิมพ์ขวัญ บุญจิตต์พิมล. (2561). แนวโน้มธุรกิจความงามกับตลาด AEC. Retrieved from <https://www.krungsri.com> website: <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/beauty-industry-in-aec.html>

ตระกูลสิทธิศิริ, ส. (2555). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัญญาศิริ, จ. (2554). ปัจจัยด้านการรับรู้การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของไทยยี่ห้อหนึ่งของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการ)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554. Retrieved from http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Charuwan_P.pdf

http://ils.swu.ac.th:8991/F?func=service&doc_library=SWU01&local_base=SWU01&doc_number=000339158&sequence=000001&line_number=0001&func_code=DB_REC_ORDS&service_type=MEDIA

ภาวิณี กาญจนานา. (2554). หลักการตลาด = *Principles of marketing*: กรุงเทพฯ : ทัอป.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน: กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

วินัย โสมติ. (2525). หลักการออกแบบ: กรุงเทพฯ : ภาควิชาศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิชญ์รัก, ภ. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การตลาด)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2557. Retrieved from http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Pataraporn_W.pdf

http://ils.swu.ac.th:8991/F?func=service&doc_library=SWU01&local_base=SWU01&doc_number=000387062&sequence=000001&line_number=0001&func_code=DB_REC_ORDS&service_type=MEDIA

ศิริพรรณ ปีเตอร์. (2550). มนุษย์และการออกแบบ = *Human and design*: กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน: กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

สาคร คันธโชติ. (2528). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์: กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

อ.ดร.ชรีรา ทองกระจาย. ความเท่าเทียมกันทางเพศสภาพ. Retrieved from



ภาคผนวก



ตาราง 33 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จำนวน 100 คน จากเว็บไซต์

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
1	Dungdong.com	lookpla_15	ชาย	เราเป็นคนตาเล็ก หมวยมาก ตาตกรีกต่างหาก กำลังหาข้อมูลทำตา 2 ชั้น แต่ไม่ยอมทำได้แบบที่ตาโตหรือดูตาหวานมาก อยากให้ดูตา หมวยๆ อยู่ ขอคำแนะนำหน่อยค่ะว่าควรไปทำหมอไหนดี
2	Dungdong.com	boymaker	ชาย	ตอนนี้กำลังหาข้อมูลการทำตาอยู่ ผมเป็นคนตาตกร มีหนังตาเยอะ เลย ทำให้หน้าดูแก่ เลยอยากหาข้อมูลการทำตา เอาแบบที่ตีๆ เลย ราคาไม่ ตืด
3	Dungdong.com	kanomtiai	หญิง	แนะนำทำตา 2 ชั้นหน่อยค่ะ 1.คุณหมอท่านไหน 2. พักฟื้นเร็ว ไม่บวม ไม่ช้ำ 3.ราคาไม่สูง
4	Dungdong.com	madaap	หญิง	หวัດคือค่าเพื่อนๆ มีใครเคยทำตา 2 ชั้นบ้างเข้ามาคุยหน่อย เราเพิ่งเรียน จบเริ่มทำงานเก็บตังได้ปีเดียว และเดี่ยวจะรับปริญญาเดี๋ย พ.ค. แล้ว ถ้าเราออเงินอีกสักพักแล้วไปทำตา 2 ชั้นสิ้นเดือน มี.ค. แผลจะหาย ตา จะยุบเข้าที่ทันช่วง พ.ค. ไหม อยากได้คำยืนยันจริงๆ
5	Dungdong.com	หนูตาลath	หญิง	ไขมันที่เปลือกตาเราหนามากค่ะ หนาจนบางครั้งมันเหมือนบวมลงมา ปิดตาเราครึ่งหนึ่ง แต่ยังไม่เห็นชัดอยู่นะคะ มันทำให้เราไม่มั่นใจเลย อยากกรีดออกและทำตา 2 ชั้นมากค่ะ คุณแม่ก็เห็นด้วยและจะออก ค่าใช้จ่ายให้เต็มที่ แต่ให้เราไปหาข้อมูลก่อนว่าคลินิกไหนทำดี เลย อยากทราบว่าเป็นไหนทำตา 2 ชั้นได้งานออกมาสวยและเป็นธรรมชาติ บ้างค่ะ
6	Dungdong.com	pimppim	หญิง	คือพยายามหาหมอสักพักแล้วแต่ยังไม่เจอที่ถูกต้องเลยคะ ต้องการ ทำตา 2 ชั้นที่บางๆ แล้วก็ชั้นเล็กมากๆ ค่ะ เน้นธรรมชาติ สไตลเกาหลี ชั้นไม่ลึก ไม่ชอบชั้นตาใหญ่ๆ ชัดๆ ค่ะ ถึงจะชั้นเล็กชัดก็ไม่ค่อยชอบ เท่าไหร่คะ แต่เท่าที่เห็น หมอไทยจะเน้นตาชัดๆ คนไทยก็ชอบชั้นตา ชัดๆ เลยหารีวิวแนวชั้นตาบางๆ ไม่ค่อยได้เลยคะ เลยอยากถามเพื่อนๆ ว่าพอจะมีคุณหมอท่านไหนแนะนำบ้างไหมคะ
7	Dungdong.com	tintin_ktp	ชาย	อยากได้ตา 2 ชั้นหลบในแบบตีๆ เกาหลีอำครับ มองเผินก็คืนชั้นเดียว หมอไทยคนไหนทำได้บ้างครับ หรือต้องเกาหลีอย่างเดียว ช่วยแนะนำ หน่อยครับ
8	Dungdong.com	firstblue	หญิง	อยากทำมานานแล้วคะ แต่อ่านรีวิวไหนๆ ก็เห็นต้องมีพักฟื้น 2-3 วัน ทั้งนั้นเลย บางคนตาบวม ช้ำหลายวัน กว่าจะแต่งหน้าได้อีก แล้วเราลา งานหลายวันไม่ได้จะคะ เลยอยากหาคลินิกที่แผลหายไวๆ ไม่บวม ไม่ ช้ำมาก มันจะมีไหมคะ หรือต้องปะสติคเกอร์ตลอดไป

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
9	Dungdong.com	Panda_panpan	หญิง	ตอนนี้กำลังหาข้อมูลอยู่ค่ะ ดูรีวิวกุณห์มองแว้งขาว สวยดีค่ะ แต่ราคาค่อนข้างสูง ให้ทางคลินิกประเมินราคา 42,000+ เปิดหัวตาก็ 29,000 = 71,000 ค่ะ มีใครในดั่งโค้งเคยทำกับคุณหมอแว้งขาวบ้างค่ะ เคยมีเคสพลาดไหมค่ะ เราลังเล เลือกลงไม่ถูกกับคุณหมอดวงดาวค่ะ เรื่องรอคิว เวลาพอๆกัน คลินิกคุณหมอดวงดาว สอบถามราคาเคสตาเราอยู่ที่ 39,000 ค่ะ มีใครเคยมีประสบการณ์กับคุณหมอทั้ง 2 ท่านบ้างไหมค่ะ ขอความกรุณาช่วยแชร์ข้อมูลหน่อยค่ะ อยากทำตามมากเลยคะ ดูรีวิวเยอะมาก สอบถามหลายที่ จนเหลือ 2 ท่านนี้ค่ะ
10	Dungdong.com	Mkoon	หญิง	จะทำตา 2 ชั้นค่ะ มีปัญหาตา 2 ชั้นหลบใน หนังตาเยอะ ทำให้ดูมองแรงตลอดเวลา เป็นคนหน้าหมวยๆ ตาเล็กเหมือนนารา เทพธิดา เลยไม่อยากได้ชั้นตาใหญ่ หรือลึกลับๆ ที่ศึกษาดูชอบ masterpiece มากค่ะ แต่กลัวจะเจอปัญหาชั้นตาดำหาย แล้วก็ชอบของ Meko ค่ะ แต่ชั้นตามันใหญ่และลึกลับ แต่ที่อ่านรีวิวดู ที่นี้ไม่มีปัญหาเรื่องชั้นตาดำหาย พี่ๆ ทำตาที่ไหน และที่ไหนดีไม่ตี ระบายด้วยค่ะ มิงบไม่เกิน 50,000 บาทค่ะ
11	Dungdong.com	Krubell	หญิง	อยากทราบเกี่ยวกับคลินิกหรือรพ.ที่ทำตาสองชั้นค่ะ ที่ไหนทำสวย ทำดี แนะนำหน่อยนะคะ พอดีเป็นคนตาสองชั้นอยู่แล้วแต่หนังตางางขาวตกค่ะ อยากทำเดือน ต.ค.นี้ ช่วงปิดเทอมพอดี ระบายแนะนำด้วยนะคะ ขอขอบคุณค่ะ
12	Dungdong.com	gzs	หญิง	นั่งดูรีวิวทำตา ของหลายๆคุณหมอ ไปเจอคุณหมอดวงดาว รีวิวหลังทำออกมาสวยมากค่ะ แต่ลองๆเสิร์ชๆดูในกูเกิ้ลไม่ค่อยพบว่า มีบุคคลมา รีวิวเป็นการส่วนตัวเลย เลยไม่ค่อยมั่นใจค่ะว่าจะตัดสินใจไปทำกับคุณหมอดีมั๊ย พอดีปกติเราทำงานอยู่ต่างประเทศ ทำให้ไม่สะดวกเข้าไปปรึกษาหาข้อมูลก่อน เลยคิดว่าจะนัดวันเข้าไปคุยแล้วทำเลย มีเพื่อนๆ คนไหนเคยทำ มาแชร์ประสบการณ์ให้ฟังทีคะ
13	Dungdong.com	ormom	หญิง	แนะนำหมอกทำตาสองชั้น ที่มีฝีมือดี ๆ ดังสุดตอนนี้ ราคาไม่มีปัญหาให้หน่อยค่ะ หาดูรีวิวจนมีเยอะมาก เลยอยากระบายแนะนำหมอกที่ทำตาได้เข้ากะหน้าเรา หากแพงแต่ทำออกมาสวยก็เอาค่า
14	Dungdong.com	Nczine	หญิง	สวัสดีค่ะ ปัจจุบันอายุ 30กว่าๆ มีปัญหาหนังตาเยอะตกหย่อน จริงๆ เป็นคนตา 2 ชั้นแต่หลบในใครที่มีประสบการณ์มาแชร์ให้ฟังหน่อยค่ะ แนะนำหมอกด้วยก็ดีตอนนี้ได้คิวนัดปรึกษากับคุณหมอเสแล้ว แต่อยากมีตัวเลือกไว้หลายๆที่ระบายเพื่อนๆ พี่ๆน้องๆแนะนำด้วยนะคะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
15	Dungdong.com	sorawut_o	ชาย	หมอทำตาไม่เกินหมื่นใครทำสวยมั่งครับโดยเฉพาะทำตาผู้ชายหา ข้อมูลแอบเล็งๆหมออรรถพร หมอบุณถิ่นแล้วก็ของจิรากรคลินิกอะ ครับ 3 คลินิกนี้ไม่เกินหมื่นเลย ส่วนตัวคงทำแบบกริดเลย เพราะตาแคบไม่รู้ต้องกริดทางตารีปาว แล้วก็ไม่ว่าต้องกริดสั้นหรือ กริดยาว มันจะต่างกันยังไงอะครับ อยากได้ตาดีๆเส้นชัดๆไม่ลึก ใคร พอแนะนำได้บ้าง
16	Dungdong.com	noinaaa_a	หญิง	เป็นคนห่วยค่ะ อยากทำตา จะทำดีมัย? แนะนำที่ทำตาสวยๆหน่อย ค่ะ ตามชื่อกระทู้เลยนะคะ เราเป็นคนตาชั้นเดียว หรือถ้าจะสองชั้น จริงๆ ก็เป็นสองชั้นแบบหลบในสนิท 555555 นั่นแหละค่ะ ทำให้อยากทำตา อยากมองโลกชัดและกว้างขึ้น ตาแบบ เราถ้ามีชั้นตาแล้วจะสวยมัยคะ ควรทำหรือไม่ควร และชาวดังโคงคนไหนมีคลินิกหรือโรงพยาบาลที่ทำตาสวยๆ ราคาโดนๆ แนะนำเราหน่อยนะคะ ขอขอบคุณค่า
17	Dungdong.com	orapinya	หญิง	อยากทำตาดอลลี่อาย ที่ไหนดี แนะนำด้วยนะคะ
18	Dungdong.com	bank9462	ชาย	ขอคำแนะนำหน่อยคับ... พอดีจะทำตาแต่ไม่รู้จะทำหมอไหนดี มีใครพอแนะนำหน่อยได้มัยคับ คือผมอยากได้ทรงตาออกแนวฝรั่งหน่อยอะคับ
19	Dungdong.com	TiikenzK	หญิง	อยากสอบถามว่าทำตา 2 ชั้นที่ไหน อยากจะศึกษาหาข้อมูลไว้จะ ขอไปทำจริง ไม่เอาหน้ามั่วจะคะ
20	Dungdong.com	harmony_gy	หญิง	ทำตาสองชั้นที่ไหนดีคะช่วยแนะนำหน่อยกำลังหาอยู่ เป็นคนสายตา เฉียงเวลาถ่ายรูปออกมา ตาไม่เท่ากันรู้สึกไม่มั่นใจ ต้องใช้เทคนิคในการแต่งช่วยเยอะทำให้ไม่ ธรรมชาติ จะเสียเงินหมื่นทั้งที่อยากได้แบบแก้ปัญหาให้ตรงจุดไม่ยกแก้มหรือ เสียเยอะคะ ขอคลินิกหรือรพ. ในกทม. ระบุหมอบอกให้ทีนะคะ อยากศึกษาที่ดีๆก่อนไปทำตอนแรกดูที่ Masterpiece Clinic ไว้แต่ราคา ค่อนข้างสูงมาก อยากได้ราคานักศึกษาหน่อย ใครมีวีโวไปทำมาแล้วดีช่วยแนะนำ หน่อยนะคะ สำหรับปัญหาที่ตามนี้เลยคะ - หางตาดตก - ตาไม่เท่ากันได้ - อยากทำให้ชั้นตาดูชัดตาหวานขึ้น - ดูเป็นธรรมชาติ - ไม่มีแผลเป็นหลังผ่าตัดและไม่เจ็บมาก

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
21	Dungdong.com	tubtimlazy	หญิง	เป็นคนตาสองชั้นหลบใน ตาไม่ค่อยเท่ากัน บางวันมีชั้นตา บางวันชั้นหลบไปเลย ทำตาสองชั้นที่ไหนดีคะ ที่ไม่ต้องกรีดตาวาวๆ น่ากลัว แผลหายไวๆ แต่ชั้นตาไม่ตกกลับมาที่เดิมคืนอยู่ได้ถาวรอะคะ ขอบคุณคะ
22	Dungdong.com	Romket	หญิง	มีใครเคยทำกับ Docter P clinic ไหมคะ. อยากทำที่นี้แต่ก็มองหมอไอ้. ธนพันธ์ ไว้อยู่ ส่วนตัวชอบทรงของ Docter P ใครมีที่ทำตาดีๆ แนะนำบ้างนะคะ. ส่วนตัวเป็นคนตาสองชั้นอยู่แล้ว แต่หลบใน และหลบไม่เท่ากันด้วย. แนะนำด้วยนะค้า
23	Dungdong.com	Chanel1218	หญิง	สวัสดีคะพอดี เราสนใจที่จำทำตาสองชั้น เนื่องจากชั้นตาไม่เท่ากันแต่เป็นคนตาสองชั้นอยู่แล้ว จึงอยากทราบว่าเพื่อนๆมีใครมีหมอเก่งๆในด้านแก้ตาสองชั้นบ้างไหมคะ ขอบคุณนะคะ
24	Dungdong.com	eye16	หญิง	กำลังจะไปทำตาคะหมออริคิม เมโกะ ใครเคยทำบ้างคะ 1.จะบอกหมอว่าใจดี ต้องเอารูปไปป่าว 2.บวมนานปะคะ 3.หลังศัลยกรรมตา ดูแย่งงัยอ่า ยาลดบวม ของเมโกะดีปะคะ เซลล์แนะนำให้เราทำเลเซอร์ลดบวมด้วย
25	Dungdong.com	NoohTaRn	หญิง	ใครเคยทำตาที่ beyond the sea clinic บ้างคะ ขอรีวิวหน่อยคะ ใครเคยทำตา2ชั้นที่ beyond the sea clinic บ้างคะ ขอรีวิวหน่อยคะ พอดีกำลังหาที่ทำตาสองชั้นอยู่คะ ใครพอมีที่แนะนำหรือหมอนแนะนำบ้างคะ ขอบคุณคะ
26	Dungdong.com	Tobenew	ชาย	หมอนิวศ สยามสวอน รบกวนถามเพื่อนๆหน่อยครับ คุณหมอนิวศ ทำตา (หนังตาดก)นี้โอเคมั้ย ผมพยายามหารีวิวแต่ไม่ค่อยมีเลยครับ แนะนำด้วยครับ
27	Dungdong.com	keaw9	หญิง	ทำตา หมอนิ่งมาสเต้อพีซ กับหมอเกมส์ ที่ไหนเพื่อนๆว่าโอเค กว่าคะ พักหลังไม่เห็นรีวิวทำตากับหมอเกมส์เลยคะ มีแต่ที่มาสเต้อพีซ เลยเริ่มลังเล เพื่อนๆที่เคยไปทำกับสองที่นี้มา มาแชร์หน่อยได้ไหมคะ เลือกไม่ถูกคะ ทำแล้วออกมาคงแก่ลำบาก มันยากตรงตอนตัดสินใจว่าจะทำที่ไหนนี้แหละคะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
28	Dungdong.com	sunayochi	หญิง	แนะนำ คลินิกทำตาสองชั้นหน่อยค้าาาา สวัสดิ์ดีค่ะ หนูเป็นคนตาชั้นเดียวหรือ ไม่มีชั้นชั้นเลยละคะ ตอนนี้อยากทำตาสองชั้น อยากได้แบบ ตาฝรั่งเลย สวยๆ ตาโต แบบๆ 555 แต่ยังไม่รู้ว่าจะทำที่ไหนดี เล็งไว้ หมอเส มาสเตอร์พีช คลินิก เห็นรีวิวเยอะทำสวย /แต่คิวยาวว/ ช่วยแนะนำหน่อยนะค้าาาา
29	Dungdong.com	nongtitee	หญิง	สนใจกรีดตาสองชั้น ช่วยแนะนำหมอด้วยจ้า ตามหัวข้อเลยนะคะ ตอนนี้กำลังสนใจอยากทำตาสองชั้นคะ เราเป็นคนตาดี แต่พอมีชั้นตาบ้าง แต่ไม่เท่ากัน อยากทำตาแบบเป็นแผ่นน้อยที่สุด ใช้เวลาพักฟื้นน้อยๆคะ และปลอดภัย แบบออกมาสวย ชัวร์คะ งบประมาณ 10,000 บาท ไม่ทราบว่าพอจะมีคุณหมอแนะนำมั้ยคะ เราคน กทมคะ
30	Dungdong.com	senna	หญิง	เข้าตาลึก ใครมีปัญหาบ้าง แล้วสามารถทำศัลยกรรมแก้ไขได้อย่างไรบ้างคะ? เป็นคนเข้าตาลึกคะ โหนกคิ้วค่อนข้างสูง ทำให้ดู คุณมีอายุ ดูไม่อ่อนหวานไม่สดใสอะคะ ไม่ทราบว่าใครเคยทำศัลยกรรมแก้ปัญหตาลึกบ้าง ช่วยรีวิวน้อยคะ ขอทราบคุณหมอแล้วก็ราคาด้วยนะคะ ขอขอบคุณมากๆค่า
31	Dungdong.com	kornphar	หญิง	กำลังตัดสินใจทำตาสองชั้น คุณหมอसानิ (ยันฮี) แนะนำด้วยคะ ขอคำแนะนำด้วยคะ ท่านใดทำกับคุณหมอบางคะ คุณหมอมือเกสหลุดหรือไม่คะ ปกติจะรอยไหมและฉีดโบท็อกซ์ให้ตาโตคะ อยากทำตาสองชั้นแล้ววว แนะนำหนูที่ ทำที่ไหนดีน้ำา หวัดีจ้าาา พอดีเราอยากจะทำขอคำแนะนำ เกี่ยวกับเรื่อง 'ตา' เราเป็นคนชั้นตาไม่เท่ากัน มีปัญหาเวลากรีดยาไลน์เนอร์มากๆๆ ชั้นตามันชอบกินยาไลน์เนอร์ TT 5555 ต้องแปะสติ๊กเกอร์ตาสองชั้นตลอดดดดด แอบเซง เราเลยอยากจะให้เพื่อนๆช่วยแนะนำหมอกทำตาสวยๆ งบประมาณไม่เกิน 25,000 จะดีมากกกก อธิ ช่วยแนะนำมาหน่อยน้ำา อยากทำแล้ววว ชี้แจงแปะสติ๊กเกอร์แล้วคะ ขอบคุณมากๆๆนะคะ ...อยากทำตามาก
33	Dungdong.com	วิวาว	หญิง	ทำตา2ชั้นกับหมออะไรดีคะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
34	Dungdong.com	Opal4878	หญิง	รบกวนหน่อยคร้า อยากทราบว่ามีหมอเส กับหมอจ่านงจ๋ หมอท่านไหน ทำตาสวยกว่ากันคะ อยากได้ตาเซ็กซี่ ตากว้าง ตายาว แล้วเรื่องรอยแผลหลังทำ เห็นชัดไม้คะ โคนเคยทำกับหมอสองท่านนี้ ช่วยตอบหน่อยคะ ขอบพระคุณล่วงหน้าคร้า หรือใครที่เคยทำหมอท่านอื่นแล้วสวยแนะนำเค้าหน่อยนร้า
35	Dungdong.com	laladungdong	หญิง	ใครเคยทำตาที่ธนพรคลินิกบ้างคะ เห็นมีไปราคา12000 ถูกดี แต่ไม่รู้ว่าคุณหมอทำสวยหรือเปล่าไม่ค่อยเห็นรีวิวลเลย มีใครเคยทำที่ใหม่คะ หรือมีใครเคยเห็นฝีมือคุณหมอบ้างคะ แนะนำกันหน่อยจ้า
36	Dungdong.com	oldpapa	หญิง	สวัสดีค่ะ จะขอมาความคิดเห็นค่ะ หลังจากศึกษาอยู่พักหนึ่งก็เลือกที่จะเริ่มต้นทำตาก่อนเลยคะ เพราะมีเพื่อนบอกว่าถ้าทำตา สันจมูกก็จะดูโต่ง เห็นชัดขึ้นอีก เราเองเป็นคนมีเชื้อสายจีนคะ ตาก็ออกจะหมวยจำเลย แต่งหน้าแต่งตาก็ยากด้วย ถ้าทำจะได้แต่งหน้าแบบจัดเต็มบ้าง555+ แล้วเราตีๆแบบเราควรจะทำแบบกรีดหรือแบบเจาะถึงจะสวยคะ
37	Dungdong.com	Pncn	หญิง	ทำตากับหมอมงคล สมเพชรคลินิกดีไหมคะ? จะไปทำแล้วคะ อยากให้คนที่ไปทำมาแล้วมารีวิวให้หน่อยคะ
38	Dungdong.com	zone_siam	ชาย	คือ ตาชั้นเดียวมาแต่กำเนิด หนึ่งตาบนบวม หางตาดก อยากทำตา แต่ไม่อย่างได้ตาแบบ ตาสองชั้นชัดๆ อยากได้ตาชั้นเดียวเหมือนเดิม แต่ให้หนึ่งตาบน มันไม่บวม หางตาไม่ตก แต่ไม่รู้จะถามใครครับ ขอผู้ช่วยแนะนำด้วยครับ
39	Dungdong.com	Happygirl20	หญิง	คือตาสลักเข้าไปแล้วชั้นตาดูแปลกๆ ไม่เคยทำตามมาก่อน เคสแบบนี้ควรแก้ไขแบบไหน กับหมอที่ไหนดี
40	Dungdong.com	kaninsak.c	หญิง	อยากเห็นรีวิวมอรรถพร เคสทำตาสองชั้นอะคะ พอดีดูแล้วชอบชั้นตาที่หมอทำอะคะ หนาและชัดดีแต่ หารีวิวดูมีน้อยมากๆเลย ใครเคยทำ ขอคำปรึกษาหน่อยคะตอนนี้ลังเลใจมากระหว่างหมอมอรรถพรกับหมोज่านง ซึ่งหมोज่านงก็มีหลายเคสของหมोज่านงคือหลังทำตามสามเดือน ตามันจะลงมาเป็นตาสองชั้นธรรมชาติ ซึ่งเราอยากได้ชั้นตายุ่งๆชัดๆเข้าลึกอะคะ มีใครพอจะแนะนำให้ได้บ้างคะ สับสน และลังเลใจมาก

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
41	Dungdong.com	whanwhantita	หญิง	ทำตาท้ายันฮิปกับหมอพิชิตมีัยคะ ตามหัวข้อกระทู้เลยคะ เห็นเพื่อนไป ทำมาแล้วคุณหมอท่านนี้แล้วสวย แต่เพื่อนอีกคนนึงไปทำที่ยันฮิปมาแล้ว ไม่สวยเลยคะ ต้องไปแก้กับหมอรวงข้าว แล้วอ่านรีวิวของยันฮิปมีแต่ คนบอกว่าไม่ค่อยดีอะคะ อยากทราบว่าจะจริงรึเปล่า กังวลมากคะ อยาก ทำตา แต่กลัวพัง
42	Pantip.com	ClaireBear97	หญิง	อยากถามคนที่ทำมาก่อนทำตัดสินใจเลือกหมอกันยังไงบ้างคะ อย่างเราเป็นสาวหมวย คิดแล้วคิดอีกว่าจะเก็บความหมวยนี้ไว้ดีมีัย 555 แบบว่าแต่งหน้ายากมาก ๆ คะ คือมีหลายที่ๆคล้ายๆกันจากรีวิว เราชอบแบบที่ทำแล้วชั้นตาไม่หนา มาก ดูเป็นธรรมชาติ มีที่ไหนแนะนำบ้างมีัยคะ ที่ดูๆไว้ตอนนี้มีหมอหลิน Inz clinic (ราคาโหดอยู่) , หมอกมล ,The art clinic (อันนี้ไม่รู้ว่าจะต้องหมอกันไหน) อยากได้ราคาไม่เกิน 30,000 ช่วยแนะนำทีคะ
43	Pantip.com	4328299	หญิง	อยากสอบถาม ประสบการณ์คนที่เคยทำตาสองชั้น กรีดยกหางตา หรือกรีดแบบหางหงส์ อยากทราบว่าที่ไหนทำสวย และราคาสมเหตุสมผลบ้างคะ อยาก ศัลยกรรมตามากคะ เพราะแต่งหน้ายากมากคะ 555 หากมีภาพหลังทำด้วยจะยินดีมากคะ ขอบคุณคะ
44	Pantip.com	3129870	หญิง	สนใจทำตา 2 ชั้น เห็นรีวิวคลินิก V-FET แล้วสนใจทำ อยากรบกวน สอบถามมีใครเคยทำที่คลินิกนี้บ้างคะ ขอคำแนะนำด้วยคะ
45	Pantip.com	พุงนี้จ๊ะพอม นะ	หญิง	กำลังหาข้อมูลทำตา 2 ชั้นอยู่คะ เห็นตามรีวิวพูดกันหลายแบบมาก เริ่มมันแล้ว ตกลงมันมีกี่แบบกันแน่คะ? แล้วเวลาไปทำนี่เราเลือกเอง ได้มีัย ว่าอยากได้แบบไหน หรือหมอจะเลือกให้คะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
46	Pantip.com	3695725	ชาย	<p>ตอนนี้เผื่อเงินไว้ทำ จมูก 50000 ตา 2 ชั้น 30000 ปาก 25000 คาง 35000 งบประมาณนี้ก็差不多เฉลิมถือว่าเขาอยู่ใหม่ครับ แล้วทำได้พร้อมกันก็ อย่างครับ เพิ่มเติม ใครมีคลินิกทำตา สองชั้นดี ๆ แนะนำหน่อยครับ</p>
47	Pantip.com	4218417	หญิง	<p>ปัญหา : เป็นคนคิวต่ำคะ ตาข้างหนึ่ง 2 ชั้นครึ่ง อีกข้าง 2 ชั้นหลบใน เม่า เหม่อ มองตัวเองแล้วรู้สึกว่่าหน้าไม่ค่อยเป็นผู้หญิงเลย ดูเครียดๆตลอดเวลา ด้วย.. เวลาแต่งหน้าจะยากมาก ไม่ชอบการติดสติ๊กเกอร์ที่เปลือกตาด้วย ส่วน คิวที่ต่ำมันก็ทำให้แต่งตาได้ไม่ค่อยได้เพราะมองไม่เห็น ไม่มั่นใจเลย ตอนนี้ใส่แว่นสายตาเลยพอช่วยบังๆได้บ้าง แต่ก็กะทำเลสิ คอยู่แล้ว ตรงจุดนี้เลยอยากแก้ไขคะ อยากถามความเห็นว่ามีคลินิกแนะนำกันบ้างมั๊ยคะ? กับราคาที่ต้อง จ่ายคะ จะได้วางแผนเก็บเงินด้วย คลินิกจะที่ไทยหรือเกาหลีก็ได้คะ แล้วก็รายละเอียดเสริม พวกระยะเวลา เคสตัวอย่าง อะไรพวกนี้ถ้ามี ด้วยยิ่งดีเลยคะ ปกติเราไม่ค่อยรู้เท่าไรเลย ขอรบกวนด้วยนะค้า ปล. เรายังเป็นนักศึกษาคะ งบประมาณทั้งหมดล่วงหน้าไว้ ถึงตอนทำงานคะ</p>
48	Pantip.com	4489075	หญิง	<p>เป็นคนตาว่าง คนเลยชอบทักว่าว่าง ทั้งๆที่ไม่ได้ว่าง .. มีใครเป็นแบบ เราบ้าง มีวิธีแก้มั๊ยคะ =_= เรามีปัญหาหลุมใจมาตั้งแต่เด็กยันโต คือ เวลาไปไหน เจอใครก็ชอบทัก ว่า 'ว่างหรือ' หรือ 'ตื่นหรือยังนี่ละ' โดนทักทุกวันจนเบื่อกับจะตอบคำถามแล้วคะ ว่า... จิงๆ เราไม่ได้ว่าง แต่เป็นเพราะตาเรามันเหมือนง่วงต่างหาก =_= ใครมีปัญหาแบบเราบ้าง แก้ไขยังไงดี ??????? อยากแก้ไขตรงตามาก แต่เป็นคนที่มีตาสองชั้นอยู่แล้ว ก็เลยคิดว่าไม่ น่าจะทำแก้ด้วยการทำตา 2 ชั้น รีบาว??? เพื่อนที่มีปัญหาตาว่างแบบเรา รักชายังไงกัน... ใครมีเคล็ดลับดีดี รบกวนช่วยแนะนำด้วยนะคะ</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
49	Pantip.com	4077467	หญิง	คือเราเป็นตา2ชั้นแต่ไม่ชัดตาก็ไม่เท่ากันข้างนึงหลบในมากกว่าอีกข้างเลยอยากถามว่าไปศัลยกรรมให้มันชัดได้ไหม ใครเคยทำบ้างช่วยตอบหน่อยน้าา
50	Pantip.com	2448051	หญิง	ทำตา2ชั้นที่ไหนดีคะ เป็นคนตา2ชั้นหลบใน มีใครเคยทำมาแล้วมีแนะนำไหมคะ ขอขอบคุณคะ
51	Pantip.com	4302994	หญิง	รบกวนช่วยแนะนำคลินิกคุณหมอในไทยท่านไหน ถนัดการทำตา 2 ชั้นแบบเกาหลีที่ชั้นตาดูบางๆหน่อยค่า หารีวิวมา มีแต่อยากได้ชัดตาแบบชัดๆทั้งนั้นเลย เราชอบแบบคุณ Mayyr หรือคุณแพรวา ณิชากัทธการค้า ใครรู้จักคลินิกรบกวนช่วยแนะนำหน่อยค่า
52	Pantip.com	1435937	หญิง	หนังตาเริ่มตกไม่เท่ากันละคะ อยากหาคลินิกทำตา2ชั้นเพื่อนามีที่แนะนำที่ไหนบ้างคะ ราคา, ชักหมื่น อะคะ ยันอี15000 ค่ะ. (แพงไปคะ) มีที่ไหนทำสวยและราคาไม่แรงบ้างคะ
53	Pantip.com	4489075	หญิง	ใครเคยทำตา 2 ชั้น ที่เดอะซีเครท คลินิกบ้างคะ พอดีว่า เป็นคนตาตี่ๆ อยากทำตา 2 ชั้นคะ แล้วเพื่อนแนะนำคลินิกแถวบ้านให้ แถวๆโลตัส ตลาดเตาปูน มันบอกเคยเห็นดาร่าไปทำด้วย อยากทราบว่ามีใครเคยไปทำมาบ้างคะ ดีมัย แล้วเรื่องราคาประมาณเท่าไรคะ
54	Pantip.com	4077467	หญิง	คือเราเป็นตา2ชั้นแต่ไม่ชัดตาก็ไม่เท่ากันข้างนึงหลบในมากกว่าอีกข้างเลยอยากถามว่าไปศัลยกรรมให้มันชัดได้ไหม ใครเคยทำบ้างช่วยตอบหน่อยน้าา
55	Pantip.com	3813914	หญิง	ทำตา 2 ชั้นที่ไหนดีคะ แบบกริดยาวรบกวนแนะนำหน่อยคะว่าทำที่ไหนดี? เป็นคนตา 2 ชั้นหลบในคะ หนังตาบนเยอะ คนที่ทำทาแล้วรบกวนมารีวิวทีคะ
56	Pantip.com	2366947	หญิง	ตอนนี้กำลังหาที่ ทำตาสองชั้น แต่ยังไม่ได้คลินิกที่ทำ คือเรามีตาสองชั้นอยู่แล้วแต่อีกข้างมันตก มีใครแนะนำคลินิกทำตาสวยไหมคะ
57	Pantip.com	1980116	หญิง	อยากทำตาสองชั้น อยากให้ตาโตขึ้น เราดูไว้หลายที่แล้ว แต่มีที่นึงน่าสนใจ ใครเคยทำที่ theerathornclinic คุณหมอกันบ้างคะ หรือรู้จักที่ไหนดี? แนะนำหน่อยคะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
58	Pantip.com	3562107	หญิง	ช่วยแนะนำตา2ชั้นที่ Siriwellness หน่อยค่ะ สวัสดิ์คะ รบกวนเพื่อนๆ ที่เคยไปทำตา 2 ชั้นที่ Siriwellness หน่อยคะดีไหมคะ พอดีนัดคิวไว้กับ ที่นี่ค่ะ แอบตื่นตื่นมากคะ ...ขอบคุณมากคะ
59	Pantip.com	3364247	หญิง	ดาราไทยคนไหนตาสวยบ้างคะ เราจะเอาไปให้หมอวงษ์ข้าวดูเป็นแบบ ก่อนทำตา ขอแบบตา 2 ชั้น สวยๆหวานๆ มีใครบ้างคะ แชรร์กันหน่อย จ้า เราจะเอาไปเป็นแบบให้หมอวงษ์ข้าวดูคะ นัดจะเข้าไปคุยกับคุณหมออาทิตย์หน้าแล้ว ไม่รู้จะได้แบบที่ต้องการ มั๊ยแต่อยากเตรียมไว้ก่อน ขอขอบคุณล่วงหน้าเลยนะค้า
60	Pantip.com	3258261	หญิง	ทำตา 2 ชั้นปกติกันถึงจะเข้าที่คะ? แล้วของหมอวงษ์ข้าวนี้มันมั๊ย? เราอยากทำมานานแล้วคะ อยู่ในระหว่างหาคลินิกหาหมอดีๆ แต่ก่อน หน้านี้มีรุ่นพี่ที่เราคนึงเค้าไปกรี๊ดตา 2 ชั้นมา (ไม่ใช่คลินิกที่เราดูไว้ละ) ผ่านมาประมาณ 2 เดือนแล้วมันยังดูบวมๆ อยู่เลยอะคะ ปกติมันนานขนาดนี้ทุกที่เลยมั๊ยคะ มีใครเคยทำบ้างประมาณกันถึงเข้าที่คะ นี่มีอีกคนแนะนำหมอวงษ์ข้าว มา ใครเคยทำมาบ้าง ที่นี้หายช้ำมั๊ยคะ
61	Pantip.com	อยาก เป็นสไปดี้	หญิง	ศัลยกรรมครั้งแรก ทำอะไรกันคะ? อยากรู้ว่าคนที่ทำศัลยกรรมแต่ ละคน ทำอะไรกันเป็นอย่างแรกคะ คือเราเห็นหลายคนทำมาหลาย อย่างจนสวยเลย เราเลยอยากรู้ว่า จุดไหน เป็นจุดแรกที่เริ่มไป ทำศัลยกรรม แล้วประสบการณ์ครั้งแรกเป็นไปบ้างคะ พอใจเลยมั๊ย สวยเลยมั๊ย มีปัญหาอะไรป่าว หรือคนที่กำลังคิดอยากทำศัลยกรรม ครั้งแรก อยากทำอะไรกันคะ? ส่วนตัวเราอยากทำตา 2 ชั้นคะ คือคิดว่าน่าจะเจ็บน้อยที่สุด แหะๆ แล้ว เราก็ไม่มีชั้นตาอยู่แล้วด้วย หน้าก็จะจืดๆหน่อย ถ้าทำมาหน้าน่าจะ เปลี่ยนไปพอสมควรเลยอยากลองหยั่งเชิงดูก่อนคะ แล้วจะทำมุมที่ หลังอะไรประมาณนี้ ของคนอื่นละคะ? ทำอะไรกัน?
62	Pantip.com	ttcnumber2	หญิง	ขอสอบถามค่ะว่าตอนนี้มีหมอคนไหนเก่งๆเรื่องทำตาสองชั้นบ้างคะ ที่ เลือกมาถามที่นี้เพราะเข้าไปที่เวบบอร์ดศัลยกรรมอื่นๆแล้วเจอแต่หน้า ม้าหนักมากกกก คือแบบอ่านดูแล้วรู้เลยอะคะว่ามาเอง 555 เลยไม่ กล้าไว้ใจหมอไหนเลย ช่วยแนะนำด้วยค่ะ ขอขอบคุณคะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
63	Pantip.com	3662449	หญิง	<p>พอดีว่าเป็นคนมีตาสองชั้นอยู่แล้ว แต่ชั้นตาหลบในมีเนื้อไขมันเยอะด้วยค่ะ ทำให้ต้องแปะสติ๊กเกอร์ตา 2 ชั้นตลอดค่ะ</p> <p>"มันทำให้เสียเวลาในการติดสติ๊กเกอร์มาก" เวลาไปเที่ยวไหนต้องพกตลอด ถ้าลืมเอาไป ก็จบ !!!! ไม่มั่นใจตัวเองเลยคะ</p> <p>* เลยขอคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์ที่เคยทำตา2ชั้นมาคะ พอลจะแนะนำได้ใหม่คะ ว่าทำคัลลินิคที่ไหนดี สวยๆ บ้าง ค่ะ *</p> <p>ขอบคุณค่ะ</p>
64	Pantip.com	2234897	หญิง	<p>กำลังอยากทำตาสองชั้น .. ความจริงก็มีชั้นตาอยู่แล้วแบบหยาบๆ</p> <p>แต่ว่าตาแต่ละวัน ไม่เคยเท่ากันเลย 2 ข้าง</p> <p>ไม่นัดกันมาเลยแต่ละวัน 1 ชั้น 2 ชั้น 3 ชั้น</p> <p>ตาดูเศร้าไม่สดใสจริง</p> <p>- สาวสาวโต๊ะแป้ง ทำตาที่ไหนกันบ้างคะ</p> <p>- ใครที่กำลังอยากทำเหมือนกัน ดูที่ไหนไว้บ้างเอ่ย มาแชร์หน่อยนะคะ</p> <p>ขอบคุณค้า</p> <p>ปล. เจ้าของกระทู้ไม่ค่อยรู้เรื่องศัลยกรรม แต่อยากสวย , ไม่ค่อยรู้เรื่องสถานที่ว่าที่ไหนดี</p> <p>แต่ที่ได้ยินคนเค้าพูดกัน ก็มีในใจตอนนี้ 1. ที่ทำดินแดงแถววงเวียนใหญ่ 2. หมอที่แถวรถไฟฟ้าสุรศักดิ์คะ</p>
65	Pantip.com	3281266	หญิง	<p>หนังตาทั้ง 2 ข้างไม่เท่ากันข้างนึงสอนชั้นอีกข้างชั้นเดียว ทำไงดี? อยากทราบว่าวิธีแก้ไขโดยปลอดภัยและประหยัดรีบล่าว หรือถ้าจะทำตาควรไปทำร้านไหนหรือพบแพทย์ที่ไหน</p> <p>ปล. งบน้อยมาก</p>
66	Pantip.com	1552735	ชาย	<p>ทำตาสองชั้นที่ยั่งยืนสำหรับผู้ชายดีไหมครับ หมอไหนเก่งๆบ้าง เห็นราคาอยู่ในระดับที่รับได้ และเป็นโรงบาลที่ตั้งเรื่องศัลยกรรมด้วย จริงๆอยากหาถูกกว่านี้ประมาณหมื่นหนึ่งหรือต่ำกว่านั้นแต่เป็นราคาเรีวีวก็ได้ แต่ไม่รู้ว่าจะทำที่ไหนดีครับ มีใครมีข้อมูลบ้างครับ สำหรับผมๆยังเชื่อว่าทำตาแพ่งกับหมอดังไม่ได้แปลว่าจะทรงสวยเสมอไป อีกอย่างกรี๊ดตามันคือค่าฝีมือหมอเป็นหลัก ต้นทุนไม่เยอะ อีกทีคือหมอบุญถึงเห็นว่ามันดีตัวเองแต่ไม่เห็นเคสรีวีวเลย เคยเห็นแต่จมูก</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
67	Pantip.com	3592439	หญิง	<p>สวัสดีค่ะ พอดีว่ากำลังหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมตาสองชั้นค่ะ คาดว่าน่าจะมีผู้รู้ใน pantip อยู่เยอะ ยิ้ม</p> <p>เป็นคนตาสองชั้นหลบใน+มีไขมันเยอะ เลยทำให้ตาดูบวมๆ แต่งต่ายาก แล้วก็อยากเลิกเป็นอาหมวยแล้วค่ะ อธิ</p> <p>ทุกวันนี้ตัดกาวตาสองชั้นอยู่ แต่บางวันริบๆ ก็ติดไม่สวย แล้วบางวันก็ซีเกียจติดก็เป็นอาหมวยไป (ก็อยากจะสวย 24 ชั่วโมงบ้าง)</p> <p>แต่จะตัดสินใจไปทำเลยก็ยังไม่กล้าอยู่หลายอย่าง</p> <p>จึงขออนุญาตถามดังนี้ค่ะ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) คุณๆ ที่เคยผ่าตัด ทำมานานเท่าไรแล้ว 2.) ตาสองชั้นยังคงสวยอยู่เหมือนเดิมหรือเปล่า ชั้นตาหลุดบ้างไหมคะ 3.) ใช้เทคนิคอะไร เช่น เย็บจุด กรีดเส้น ฯลฯ 4.) ทำที่ไหน + คุณหมอท่านไหนคะ 5.) คุณพอใจกับการทำมากแค่ไหนจาก 0 - 5 (ถ้าให้ 3 คือแค่ผ่านนะค่ะ แต่ถ้า 5 คือพอใจมากค่ะ) <p>หากทุกคนมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติม หรือความรู้เกี่ยวกับการทำตาสองชั้น หรือมีรูปประกอบ ก็ขอบคุณมากๆค่ะ</p>
68	Pantip.com	973146	หญิง	<p>อยากทำตาสองชั้นค่ะ // หมอเส Masterpiece clinic ดีมั๊ยคะ? เป็นคนมีตา2ชั้นอยู่แล้ว แต่ชัดข้างนึง อีกข้างไม่ค่อยชัด555</p> <p>แต่ไม่อยากรีดค่ะ เพราะไม่อยากให้เวลาหลับตาเห็นเป็นรอยเส้นผ่า</p> <p>ตอนนี้เลยกำลังหาข้อมูล เลยมาลงที่หมอเส masterpiece เพราะเห็นดาราไปทำเยอะ</p> <p>แต่มาอ่านพันทิป มีคนบอกอยู่ได้แค่1-2ปี</p> <p>เลยอยากถามคนอื่นๆที่เคยทำที่นั่นเพิ่มเติมว่าเป็นยังไงค่ะ</p>
69	Pantip.com	3000461	หญิง	<p>อยากทำตา 2 ชั้นคะเพราะเป็นคนตาชั้นเดียว หัวเราะแต่ละทีคือมองไม่เห็นเลย</p> <p>หลายๆคนชอบแซวว่าตื้นนอนหรือยัง เลยอยากจะทำข้อมูลหน่อยคะ ว่าทำตา 2 ชั้นที่ไหนดี ที่สวย เป็นธรรมชาติแบบเกาหลีนิดๆ</p>
70	Pantip.com	3408595	ชาย	<p>เพื่อนมีคลินิกไหน ที่ทำตา2ชั้นแบบเกาหลีได้สวย ราคาไม่แพงบ้างครับ คือ อย่างนี้ครับ ผมไปเห็นวีวีว คลินิกทำศัลยกรรมตา2ชั้น มาหลายที่ รู้สึกไม่ปลื้มเลยครับ เพราะ ชั้นต้ามันหนา ใหญ่ เกินไป ดูไม่ธรรมชาติ (เข้าใจว่าต้องเผื่อไว้แต่งหน้ารีเปลา่ครับ?)</p> <p>ผมชอบชั้นตาแบบไอคอลลาวๆเกาหลี ชั้นตาลีๆหวานๆ ดูเป็นธรรมชาติ ครับ เพื่อนๆมีที่ไหนแนะนำ ที่ทำชั้นตาแบบนี้ได้บ้างครับ</p> <p>ขอบคุณมากครับ</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
71	Pantip.com	3244284	หญิง	<p>อยากทำตาสองชั้น ช่วยแนะนำสถานที่หน่อยค่ะ</p> <p>ไม่เคยทำศัลยกรรมอะไรเลย</p> <p>แต่อยากทำตาสองชั้นก่อน</p> <p>เพราะเป็นคนที่ย้าย ตาตียบ มากๆ</p>
72	Pantip.com	3051888	หญิง	<p>ทำตา2ชั้นที่ไหนดี ระหว่าง หมอไอธอนพันธ์ วินัสคลินิก และ หมอกีรพรดี เลอลัก ตามรูปภาพเลยคะที่เราอยากจะทำตา2ชั้นเพราะเวลาไปไหนมาไหนมันไม่มั่นใจเลยคะ</p> <p>จะกรี๊ดอวยไลเนอร์ก็ไม่ได้เพราะตามันดีไปเลยข้างนึง จริงๆเราก็หาข้อมูลมาสักพักแล้วคะ</p> <p>ก็เลยมาสนใจอยู่2ที่แต่ก็ยังตัดสินใจไม่ถูกว่าจะทำที่ไหนดี ถ้าทำกับคุณหมอโอ.ราคา20,000 แบบกรีด ฉีดยาชา</p> <p>ถ้าทำกับคุณหมอ กิรพรดี ราคา 25,900 แบบเย็บ3จุด ยานอนหลับ</p> <p>เราลังเลมากบอกตรงๆ ถ้าทำแบบเย็บ3จุดข้อดีคือยานอนหลับ แต่ถ้าทำไปนานๆชั้นตาจะหลุดกลับมาเป็นสภาพเดิมรีเปลา. ถ้าทำแบบกรีด. ฉีดยาชาข้อเสียเจ็บหน่อยอาจจะต้องพักฟื้นนาน แต่จะอยู่ได้ตลอดชีวิตก็ไม่ว่าจะทำแบบไหน เพื่อนๆคนไหนเคยทำทั้งสองที่มาแล้วก็ช่วยเข้ามาเล่าประสบการณ์ให้ฟังบ้างนะคะจะได้ตัดสินใจง่ายขึ้น</p> <p>รีเพื่อนๆคิดว่าแบบไหนดีก็ช่วยเข้ามาบ้างนะคะ ขอบคุณคะ</p>
73	Pantip.com	1238425	หญิง	<p>ทำตา 2 ชั้น ที่ไหนดีคะ</p> <p>สวัสดีคะ พอดีเจ้าของกระทุ้มมีปัญหา คือ เป็นคนตา 2 ชั้นแต่หลบในเยอะมาก เนื้อตาบนเยอะ</p> <p>ตอนนี้มีความรู้สึกอยากทำตา 2 ชั้น แต่ไม่รู้ว่าจะทำกับหมอไหนดี เพื่อนๆ มีหมอ หรือ คลินิกไหนแนะนำไหมคะ</p> <p>ปล.ถ้ามีรูป ก่อนและหลังทำแปะให้ด้วยจะดีมากเลยคะ ขอบคุณนะคะ</p>
74	Pantip.com	2078101	หญิง	<p>แนะนำคุณหมอมือทำตา2ชั้นหน่อยคะ</p> <p>พอดีว่าเราแปะรูปไม่ได้ แต่คือปกติตาเราก็ไม่ได้หนักเป็นอาหมายนะคะ แต่ตามันเป็น2ชั้นแบบหลบใน เวลาแต่งหน้า กรีดตา หรือทาอายแชโดว์สีอะไร ไม่มีความหมายคะ ไม่มีใครเห็น ก็เลยอยากมีเบ้าตากับเค้าบ้าง ลองติดสติ๊กเกอร์ดูแล้วก็รู้สึกไม่ช่วยอะไร เพราะเนื้อตาเยอะมาก คงต้องเอาไขมันตาออก แต่เราไม่รู้จะไปทำที่ไหนดี ดูรีวิวในเน็ตแล้วเห็นเค้าทำกันเบ้าใหญ่มาก คือเราไม่ได้อยากได้เบ้าใหญขนาดนั้น แต่อยากมีชั้นตาเล็กๆแบบเกาหลีญี่ปุ่น แต่ยังคงความเป็นเอเชียอยู่ ช่วยแนะนำหน่อยคะ ว่าหมอต่านไหนดี?</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
75	Pantip.com	2134089	หญิง	<p>รบกวนคนทำตาเข้ามาตอบหน่อยค่ะ</p> <p>พอดีเราเป็นคนตา2ชั้นแต่หลบในค่ะ เราอยากไปทำเปิดหัวตากับหมอรวงข้าว</p> <p>แต่เห็นหลายคนบอกทำไม่สวยเลยกลัวค่ะ เริ่มลังเลระหวัง มาสเตอร์พีชกับหมอรวงข้าวค่ะ</p> <p>ใครเคยมีประสบการณ์ แนะนำทีค่ะ คนตา2ชั้นหลบในควรกรีดตาด้วยไหมหรือแค่เปิดหัวตาก็พอ</p>
76	Pantip.com	2798188	หญิง	<p>อยากทำตา 2ชั้น กับตัดถุงไขมันใต้ตา ที่ยื่นฮี้ ดีหรือเปล่าค่ะ หมอท่านไหนดี ช่วยแนะนำหน่อยค่ะ</p> <p>คือเราเป็นคนมีถุงใต้ตาเยอะค่ะ และตาบน ก็เป็นสองชั้นหลบในเลยอยากจะทำตาสองชั้นพร้อมกับเอาถุงใต้ตา ออกด้วยเลย</p> <p>ถ้าจะทำพร้อมกันทั้งตาบน ตาล่าง จะดีรีป่าวค่ะ จะเจ็บมากไหม? มีใครเคยทำบ้างค่ะ แนะนำหน่อยค่ะ</p> <p>แล้วทำที่ รพ.ยันฮี ดีรีป่าว?... ทำกับคุณหมอท่านไหน ดี แนะนำด้วยค่ะ</p>
77	Pantip.com	2686275	หญิง	<p>รบกวนสอบถามเรื่องการทำศัลยกรรมกับ หมอเทพ ประตูน้าหน่อยค่ะ??</p> <p>เข้าเรื่องเลยนะค่ะ คืออยากทำจมูก กับตา2ชั้นค่ะ</p> <p>เห็นราคาจมูกอยู่ที่ 12000 ตา2ชั้นอยู่ที่ 8000 เลยอยากจะทำว่า มีใครเคยไปทำกับหมอเทพบ้างคะ</p> <p>แล้วผลออกมาดีมั๊ย อาการข้างเคียงเป็นอย่างไร แล้วมีให้ดมยาสลบมั๊ยคะ??</p> <p>เพราะเป็นคนทีกลัว แต่อยากสวยค่ะ 55555 เคยผ่าตัด2ครั้ง ดมยาสลบทั้งหมด</p> <p>เลยอยากรู้ว่า ถ้าจะศัลยกรรมกับหมอเทพ จะมีให้ดมยาสลบมั๊ยคะ??</p> <p>แล้วตอนนี้ราคาปรับขึ้นมั๊ยคะ ทางไป ไปยังไงคะ??</p> <p>บ้านอยู่ตรง bts อุดมสุขค่ะ</p> <p>ขอบคุณนะคะ</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
78	pantip.com	ลูกสาวพี่ หมอ	หญิง	ช่วยแนะนำหมอศัลยกรรมตาสองชั้นให้หน่อยค่ะ คือเจ้าของกระทู้เป็นคนี่ตาตกมาก เรียกว่าตาเศร้าเลยคะ เวลาไปไหน มาไหน ทุกคนจะต้องทักเราว่าหลับตาทำไมบ้าง ง่วงนอนบ้างคือมันเริ่ม ส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันมาก เลยเริ่มศึกษาหาข้อมูลการทำตา สองชั้น และวันนี้ไปปรึกษาคุณหมอ คุณหมอมี่จรรยาบรรณมากท่าน ปฏิเสธการทำและให้เหตุผลว่าทำไปทางตาก็ยังตกเหมือนเดิม เพราะ เราตาสะอึกมาก ต้องยกหางคิ้วซึ่งมันแพงและช่วยได้แค่เล็กน้อย เรา ควรทำอย่างไรดีคะ มีหมอท่านไหนที่สามารถยกหางตาตกๆนี้ได้บ้าง และอีกอย่างงบประมาณเรามีไม่แรงด้วยคะ เลยเลือกได้ไม่เยอะมาตก อับ พิมพ์ผิดขอภัยด้วยค่ะ ป.ล. การศัลยกรรมครั้งนี้ทำเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องค่ะ
79	pantip.com	inoony	หญิง	แนะนำหมอทำตาสองชั้นเก่งๆหน่อยคะ เราเป็นคนตาชั้นเดียว อายุเยอะขึ้นเริ่มหนังตาตก และไขมันหนาขึ้น ตา เล็กกว่าตอนสาวๆ เลยคิดอยากจะทำตา 2 ชั้นแบบเปิดหัวตาคะ ใคร เคยทำที่ไหนกับหมอคนไหนเก่งๆ ช่วยแนะนำหน่อยค่า
80	pantip.com	shinniepim	หญิง	อยากทำตา2ชั้นแบบเย็บจุดที่โรงพยาบาลเลอลักษณ์ี่ แพทย์ท่านไหน ทำสวย มือเบาบ้างคะ? จะไปทำตา2ชั้น แบบเย็บจุดที่โรงพยาบาลเลอลักษณ์ี่คะ พอดีที่โรงพยาบาล มีโปรโมชันทำตา2ชั้น ที่ราคาจับได้ก็เลยซื้อไว้ แต่ราคานี้แพทย์ฟรีเย็บไม่ทำให้ นะคะ เช่น คุณหมอกิตติศักดิ์ อะคะ เลยอยากขอข้อมูล รีวิว คนที่เคยไปทำกับแพทย์ท่านอื่นๆนอกจาก แพทย์กิตติศักดิ์แล้ว มีแพทย์ท่านไหน ที่ทำศัลยกรรม ตา2ชั้นแบบเย็บจุดสวยและมีมือเบาบ้างคะ จะได้เป็น ทางเลือกในการตัดสินใจได้ไว้ขึ้นอะคะ ยังโง่บวกรวดด้วยนะคะ ขอขอบคุณมากๆคะ ^____^
81	pantip.com	2547574	หญิง	พอดีสนใจทำตา2ชั้นแต่ยังไม่เกิน8000บาทเพื่อคนอื่นๆคนไหนพอจะทราบ ที่ทำบ้างแนะนำทีคะอยู่ใกล้ๆเขตกรุงเทพคะ อยากสวยแต่งบน้อย พอดีเป็นคนตาชั้นเดียว(หนังตาตก)อะคะ เลย อยากมีตา2ชั้น ใครทราบที่ทำแล้วโอเคราคาไม่เกิน8000แนะนำทีนะ คะ อยู่แถวเขตกรุงเทพคะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
82	pantip.com	2424695	หญิง	<p>อยากทำตา 2 ชั้น เพื่อนๆ ใครเคยทำบ้าง ช่วยแนะนำหน่อยค่ะว่าที่ไหนดี</p> <p>เราเป็นคนตา 2 ชั้นอยู่แล้ว แต่ว่ามันหลบในค่ะ ก็เลยทำให้มองไม่เห็นว่ามีชั้นตา อยากทำตา 2 ชั้น ให้ตาดูดีขึ้น ปกติจะเอาเทปสำหรับทำตา 2 ชั้นแปะ แล้วดูดีขึ้นตาโตเขียว ก็เลยอยากทำตา 2 ชั้นถาวรเลย แต่ไม่รู้ว่าจะไปทำที่ไหนดี ที่ไหนสวย ช่วยแนะนำหน่อยค่ะ ขอในกรุงเทพและปริมณฑลนะคะ เพราะเราอยู่กรุงเทพฯ ชอบคุณมากค่ะ</p>
83	pantip.com	2783505	ชาย	<p>ขอปรึกษาเรื่องทำตา 2 ชั้นครับ</p> <p>ผมเป็นคนที่ไม่เท่ากันคือข้างหนึ่ง 2 ชั้น อีกข้างหนึ่งเดียว? (แต่แล้วแต่อารมณ์ บางวันก็ 2 ชั้น แต่ก็ยังโตไม่เท่าอีกข้าง) หากผมจะไปทำตาเพื่อให้มี 2 ชั้น เท่ากัน ควรต้องทำตาแบบไหนงบประมาณจะอยู่ที่ประมาณเท่าไร และหมอคนไหนมีความเชี่ยวชาญด้านการทำตาในลักษณะนี้บ้างครับ</p>
84	pantip.com	4213471	หญิง	<p>ตาตี่เหลือเกิน อยากทำตาสองชั้น</p> <p>หมอยะคะ เชื้อสายจีน หน้าหมวยสมชื่อเลยคะ ตาชั้นเดียวและดีด้วย แต่งหน้าที่ไรต้องมาติดสติ๊กเกอร์ตาสองชั้น ซึ่งเวลาทาอายแชโดว์จะเห็นเป็นรอยเลย เปลี่ยนใช้หลายยี่ห้อก็ยังเป็น เคยแต่งหน้าแนวหมวยตาชั้นเดียว ก็ไม่ชอบ อยากมีตาสองชั้น ส่วนตัวมองว่ามันดูดีกว่า แต่งหน้าแบบไหนก็เข้า ตอนนี้อยากทำตาสองชั้นมากเลย ที่ไหนเด็ดๆ ทำแล้วแจ่ม มาแนะนำกันหน่อยนะคะ</p>
85	Pantip.com	ส้มอวบ	หญิง	<p>ชั้นตา 2 ข้างไม่เท่ากัน ทำยังไงได้บ้างคะ</p> <p>คือชั้นตา 2 ข้างเราไม่เท่ากัน</p> <p>ข้างหนึ่ง 2 ชั้นปกติ อีกข้างมันมี3ชั้นเลยอะคะ</p> <p>เวลากวีตอายไลน์อร์คือลำบากมาก</p> <p>อยากสอบถามว่าไปให้หมอเขาทำได้ไหมอะคะ</p> <p>ช่วยแนะนำหมอมอ แนะนำสถานที่ทำหน่อยคะ</p> <p>หรือมีวิธีอื่นบ้างไหมคะ</p> <p>ขอบคุณค่า</p>
86	Pantip.com	3000461	หญิง	<p>เลือกทำตา 2 ชั้นหมอมอไหนดี</p> <p>อยากทำตา 2 ชั้นคะเพราะเป็นคนตาชั้นเดียว หัวเราะแต่ละทีคือมองไม่เห็นเลย</p> <p>หลายๆคนชอบแซวว่าตี่นนอนหรือยัง เลยอยากจะทำข้อมูลหน่อยคะ ว่าทำตา 2 ชั้นที่ไหนดี ที่สวย เป็นธรรมชาติแบบเกาหลีสินิจ</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
87	Pantip.com	2991238	หญิง	<p>อยากทำตาสองชั้นนะคะ ทำที่ไหนดีคะ</p> <p>คือตาหนูมีปัญหาตรงที่ตาทั้งสองข้างนี้มันไม่เท่ากันนะคะ ตาข้างหนึ่ง 1 ชั้น อีกข้าง 2 ชั้น หนูเลยอยากทำตาให้มันเป็นสองชั้นเท่ากันนะคะ</p> <p>เลยอยากจะถามว่า หมอไหนดี หมอไหนทำสวย</p> <p>ทำออกมาแล้วตาเท่ากัน นะคะ</p>
88	Pantip.com	4069533	หญิง	<p>ทำตาสองชั้นที่ไหนดี ช่วยเลือกหน่อยย</p> <p>เราดูรีวิวแล้วก็ชอบสี่ที่นี้เลยเลือกไม่ถูกสักที ใครเคยทำที่ไหนรีวิวหน่อยค่า</p> <p>ทำแล้วเป็นไงบ้าง บวมมากมั้ยยย ตอนทำตอนไหนเจ็บสุดคะ แล้วราคาเท่าไรกันบ้างเออ</p> <p>ที่ที่เลือกมี:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.หมอไก่ At medical clinic 2. Grand esta clinic 3. หมอดาว 4. หมอรวงข้าว <p>--บางที่เห็นทำแล้วไม่ซ้ำเลย แต่แปบเดียวก็หลุดจริงมั้ยคะ?</p> <p>ขอบคุณล่วงหน้าค่าา</p>
89	Dodden.com	cwooky	หญิง	<p>อยากทำตาสองชั้น คลินิกไหนดีที่สุด?</p> <p>ขอคลินิกที่ไม่ต้องแก้นะคะ เพราะเราอยากทำครั้งเดียวแล้วสวยเลย ยิ่งถ้าทำเสร็จไว เก็บแผลเนียน ไม่เจ็บแผล ไม่ซ้ำไม่บวมจะดีมากคะ</p>
90	Dodden.com	lekmini	หญิง	<p>คลินิกไหนรับทำตาสองชั้นแล้วฟื้นตัวไว แผลเก็บเรียบบ้างคะ?</p> <p>ส่วนตัวไม่สามารถหยุดงานติดต่อกันได้คะ แล้วที่ๆเพื่อนแนะนำมาเป็นคลินิกแถวบ้านก็ต้องฟื้นตัวเกือบสัปดาห์กว่าจะออกไปทำงานได้</p> <p>ตามปกติ แกรมทำออกมาไม่สวยด้วย นี่เพื่อนเราต้องเก็บเงินแก้อีกคะ กับคุณหมอคคนเดิม แล้วจึงใครจะไปทำตามมันอีกอะคะ!? เลยมາตั้งกระทู้ถามเพื่อนๆหน่อยคะว่า ที่ไหนทำตาออกมาสวยเป็นธรรมชาติ แผลเล็ก และเก็บงานแผลได้เรียบร้อยบ้างคะ?</p>
91	Dodden.com	beepornpimon	หญิง	<p>ใครเคยทำตามบ้าง เข้ามาแนะนำหน่อยคะ</p> <p>มีปัญหาเรื่องชั้นตาไม่เท่ากัน ดูแล้วไม่สวย แล้วพอดีไปเห็น ads ในเฟสบุ๊คของ P10 Clinic ไม่ทราบว่าเป็นไงบ้าง พงมัย ใครเคยไปใช้บริการ แนะนำหน่อยคะ</p>
92	Dodden.com	superfinal	หญิง	<p>อยากทำตาสองชั้นให้ตาดูแว่ๆแบบสาวเกาหลีค่า</p> <p>คือเราก็เป็นตึงเกาหลีคนหนึ่งที่เสพติดเมคอัพตามไอดอลเกาหลีมาก</p> <p>แล้วสิ่งที่อยากที่สุดของเมคอัพอะ คือแต่งตาเลยคะ โห กว่าแต่งให้ตา ดูโตสวย แว่ๆยากมาก พอที่เราเป็นคนตาสองชั้นไม่ค่อยชัดเท่าไร</p> <p>อยากได้ประมาณนี้อะคะ จะพอได้ไหม</p>

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
93	Dodden.com	jennyjjen	หญิง	อยากทำตา 2 ชั้น ต้องคำนึงเรื่องอะไรบ้างคะ อยากทำตาสองชั้นค่ะ เป็นคนหางตาตก เนื้อตรงเปลือกตาเยอะ ใครมี หมอตีๆ แนะนำหน่อยค่ะ
94	Dodden.com	Giftybella	หญิง	หนังตาตก+หนังตาเยอะศัลยกรรมที่ไหนดีคะ เป็นภูมิแพ้ค่ะเลยคันตาและขี้ตาบ่อยจนกลัมน้ำตาอ่อนแรงหนังตา ตก บวกกับได้คุณพ่อที่มีหนังตาเยอะไปจนตากลายเป็นสามชั้น เลยอยาก ศัลยกรรมค่ะแต่กลัวว่าทำออกมาแล้วจะแยกว่าเดิม เลยอยากปรึกษา เพื่อนๆในนี้ดูคะว่ามีสถานที่หรือคุณหมอท่านไหนเก่งๆบ้าง ขอคุณ มากค่ะ
95	Dodden.com	โชตินรินทร์	ชาย	ตาทำที่ไหนดีครับ ทำตาสองชั้นกับหมอกรีชาติ ยันฮี ดีไหม รีวิวบองอันกั๊ดบางอันก็ไม่ดี เลอลักษณ์ ทำกับหมอไหนดีครับ หมอเทพประธน์ทำตาดีไหม
96	Dodden.com	sudacha	ชาย	ตาสองชั้นหลบใน อยากทำตาคะ แนะนำที่ ตามหัวกระทู้เลยค่า เกิดมาอากั๊พ ตาสองชั้นแต่หลบใน T^T วาด อายไลน์อรัลลำบากไปอีก!! เก็บเงินได้ก้อนนึงแล้วคะว่าจะลงทุนทำตา กะเค้าชะที่เพื่อนๆ พี่ๆ คนไหนมีคลินิกดีๆ แนะนำมาได้เลยค่า งบ เท่าไรกันบ้าง หรือใครมีรูปก่อนและหลังทำให้ดูจะกราบขอบพระคุณ มั่งๆ เลยค่า > <
97	Dodden.com	puiii15	หญิง	ทำตา 2 ชั้น แบบกรีดหรือแบบเย็บดีกว่ากัน ตามหัวกระทู้เลยคะ เรากำลังอยากจะทำตา 2 ชั้นอยู่ เลยอยากรู้ว่า แบบไหนจะดีกว่ากัน
98	Dodden.com	jiji	หญิง	ตาสองชั้น มาตาสองชั้นที่ยุก็คลีนคีย์ค่ะ

ตาราง 33 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้ที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น
99	Dodden.com	ทรายขาวในทะเล	หญิง	<p>มีงบแค่ 1 หมื่น ทำตา 2 ชั้นได้ไหมคะ</p> <p>เรามีแพลนจะทำตาคะ</p> <p>แต่มีงบจำกัด</p> <p>ส่วนตัวเคยทำจุกกับ อ.บุญถิ่นเมื่อ 6 ปีก่อน ราคาเบาหวิว ก็ออกมาดี ไม่มีปัญหาอะไรคะ</p> <p>ตอนนี้กำลังมองโรงพยาบาลรัฐ เพราะมีค่าใช้จ่ายที่จำกัด คือมีงบเพียง 1 หมื่นบาท เลยอยากสอบถามผู้มีประสบการณ์คะ ว่าหากทำที่โรงพยาบาลของรัฐ เช่นศิริราช (ใช้คุณหมอที่เป็นแพทย์ที่กำลังเรียนเฉพาะทางทำ) หรือ รามาฟรีเมี่ยม (อาจารย์แพทย์ทำ) จะเกินงบ 1 หมื่นไหมคะ และมีคลินิกไหนบ้างคะ ที่สามารถทำได้ในงบเท่านี้บ้าง และปลอดภัย อยากได้ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลคะ เรื่องการรอคิวไม่รีบคะ รอได้</p>
100	Dodden.com	ying_yee	หญิง	<p>ใครเคยทำตา 2 ชั้นกับโรงพยาบาลเอเชียคอสเมติกบ้างคะ</p> <p>สวัสดิ์ดีคะ เราเห็นในเฟสของคุณหมอทงศักดิ์คะ</p> <p>เห็นมีทำตาราคาโปรโมชัน 11900บาท</p> <p>ใครเคยทำกับทางโรงพยาบาล หรือมีที่แนะนำหน่อยคะ</p> <p>อยากทำ กำลังหาข้อมูล</p>



ตาราง 34 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนที่สนใจฉีดโบท็อกซ์ จำนวน 100 คน จากเว็บไซต์

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
1	Dungdong.com	dokdee	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์ที่ไหนดีคะ ขอแบบฉีดแล้วเรียวยิ่งแนะนำหน่อยคะ เคยฉีดดูมดกัดก็ไปรอบนุง เหมือนไม่ได้ทำอะไรเลย ขอแบบฉีดแล้วเรียวยิ่ง เมโสด้วยก็ได้ กทม.คะ คลินิกไหนดี
2	Dungdong.com	NnunPTY	หญิง	สวัสดีคะ คือเราตัดสินใจว่าจะไปฉีดโบท็อกซ์ลดกรามที่เลอลักษณ์ แต่ไม่แน่ใจว่าควรฉีดกับคุณหมอท่านไหน ? เราต้องเลือกรีปาวคะว่าอยากให้มีคนไหนฉีดให้.... คือเป็นครั้งแรก ที่จะฉีดคะ เราเลยค่อนข้างกังวล เพื่อนๆ คนไหนมีประสบการณ์ รบกวนแนะนำด้วยนะคะ ขอขอบคุณ คะ :')
3	Dungdong.com	clickz	ชาย	มีใครเคยไป Botox ที่ Charmer Clinic บ้างครับ เห็นเป็นของเกาหลี 100 u 8900 ใครเคยไปใช้บริการบ้างครับ ลองเสียดู ไม่ค่อยเจอ ข้อมูลอะไรเลย
4	Dungdong.com	less	หญิง	ใครเคยโบท็อกซ์ เมโสแฟต ร้อยไหมกับหมอวิโรจน์ รบกวนเข้ามา ตอบทีคะ plzzzzz ขอให้คนที่ทำกับหมอจริงแล้วมีน้ำใจมาตอบ สวขขึ้นๆทุกวันเลยคะ ขอเป็นวิทยาทานคะ คือเรากำลังคิดว่าจะไปฉีดโบท็อกซ์ เมโสแฟต ร้อยไหมกับหมอ วิโรจน์คะ แต่เท่าที่อ่านในบอร์ดนี้ เราไม่รู้เลยว่าคนไหนม้า ไม่ม้า บางคนทำรีวิว แต่รูปที่ใช้รีวิว มันเหมือนรูปในแท็บเล็ตของคลินิกเลย อ่านจากบางที่ก็บอกว่ายาปลอม หรือฉีดโบท็อกซ์กับหมอแล้วหน้าเบี้ยว คือเราไม่รู้ว่าจะเรื่องจริงหรือมีคนพยายามกลั่นแกล้งคลินิกกันแน่ อ่านจากในนี้บางคนบอกว่ามีคนทำที่นี้เยอะ แต่เราไป ไม่เห็นมีใคร เลย เลยอยากรู้ว่าจริงๆ ฉีดแล้วเห็นผลมั้ย มีเคสหลุดรีปาว ส่วนตัวไปปรึกษาหมอแอบรู้สึกว่าร้อhard sellและดูไม่ค่อยมี จรรยาบรรณ เหมือนจะจับฉืดให้ได้ แถมบอกว่าถ้ามาปรึกษาแล้วไม่ทำอีกคราว หน้าจะคิดค่าปรึกษาแล้วนะ เราเลยยังไม่ค่อยจะเชื่อใจหมอเท่าไร แต่ถ้ามีคนมาคอนเฟิร์มว่าเห็นผล เราก็ยอมจ่ายคะ คือบางที่เราเจอหมอเก่งมากๆก็มักจะหลงตัวเอง ปากไม่ดีเท่าไร แต่หมอที่เราเจอก็ยังมีจรรยาบรรณมากกว่าหมอวิโรจน์

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
5	Dungdong.com	lalalila	หญิง	ใครเคยฉีด Botox ที่ Stella clinic ยูเนียนมอลบ้าง เป็นไงบ้าง กำลังสนใจฉีด โบท็อกซ์ที่นี้คะ เห็นไปราคาถูกมาก โบ+แพต 2,999 แต่ไม่เจอวีวีเลย ใครเคยไปทำแล้วผลเป็นไงบ้าง บอกทีจ้า
6	Dungdong.com	Pakapako	หญิง	อยากฉีดโบท็อกลดกรามคะ มองไว้หลายที่ ดูรีวิวจากFB และดูราคาไปไหนคะ อยากให้การลงจริง ๆ อ่าคะ ที่มองๆไว้ก็มี Nareeya clinic , LBC Clinic , Fin Delles Vintage , Vshaveclinic คือที่ไหนดีคะ หรือมีที่ไหนแนะนำมั๊ยคะ จะไปฉีดวันเสาร์นี้ อ่าคะ 2คลินิกแรก คนติดตามเยอะมากๆเลยคะ ไม่รู้จะเชื่อได้มั๊ย
7	Dungdong.com	jiewliew_jung	หญิง	ใครเคย Botox ลดปีกจมูกมั๊ยคะ อยากทราบว่ามันลดได้ดีเหมือนตัดปีกจมูกมั๊ยคะ และราคาเท่าไร หรรคะ ทำที่ไหนดี ตอนนี้ยังไม่กล้าตัดปีกจมูกอะคะ มีใครเคยทำบ้างคะ ช่วยโพสรูป before and after หน่อยคะ
8	Dungdong.com	ปลา5	หญิง	อยากฉีดBotox ที่ไหนดี ราคาไม่แพง แต่ได้ผลจริงๆ
9	Dungdong.com	kikapoo21	หญิง	สอบถาม ราคาการฉีดโบท็อกซ์ และ รัยใหม่ ฉีดผิวขาว สอบถามว่าตอนนี้มีคลินิกไหนบ้าง จัดโปรโมชั่น ลดราคา อยู่ตอนนี้ คะ
10	Dungdong.com	koykoykoy	หญิง	เราอยากมีหน้าเล็กๆ โบท็อกซ์ที่ไหนดี มีใครทำแล้วเป็นไงบ้างบอกเราด้วยนะ
11	Dungdong.com	l3yl3oss	ชาย	อยากทราบว่า Botox ลดกรามอันเดียวกับหน้าเรียวไหมครับ หรือมันฉีดคนละแบบกัน
12	Dungdong.com	evefei	หญิง	อยากสอบถามว่า มีใครพอจะแนะนำคลินิกสถานที่รับฉีด Botox ราคาไม่แพง แถวๆเดอะมอลล์บางกะปิ หรือโซนลาดกระบัง ร่มเกล้า สะพานสูง ย่านๆนี้ ได้มั๊ยคะ หายาก มากเลยคะ ส่วนใหญ่จะเจอแถวลาดพร้าว หัวขวงประมาณนี้ เผื่อถ้ามีแนะนำจะได้ไม่ต้องขับรถไปไกลคะ สะดวกดี ระบายด้วยนะ คะ ขอบคุณคะ^^

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
13	Dungdong.com	lillypilly	หญิง	พอดีมีปัญหา รอยย่นบนหน้าผากคะและอยากหน้าดูเล็กลงด้วยคะ เลยอยากจะทำโบท็อกดู เพิ่งเริ่มโบท็อกควรทำที่ไหนดีคะ ที่น่าเชื่อถือ ไม่เอาหมอกะเป่านะคะ
14	Dungdong.com	Echamoy	หญิง	ฉีดโบท็อกหน้าเรียวที่ไหนดี ที่เห็นผลจริงๆสำหรับคนหน้ากลมมาก
15	Dungdong.com	beer277	หญิง	เราพอจะรู้ว่าโบท็อกมีหลายยี่ห้อมาก ทั้งของอเมริกา อังกฤษ เกาหลี เราไม่รู้ว่ามันต่างกันยังไง รู้แค่ว่าราคาไม่เท่ากัน ประเด็นคือเรา อยากฉีดโบท็อกคะ แต่สงสัยว่า จำเป็นต้องเลือกยี่ห้อหรือเปล่านั้นคะ? หรือ ยี่ห้อไหนๆก็เหมือนกัน รบกวนช่วยตอบทีคะ ของคุณคะ
16	Dungdong.com	sprite123	ชาย	มีที่ไหนแนะนำบ้างคับ อยาก ฉีด เมโส หน้าใส กับ Botox มีที่ไหน แนะนำบ้าง
17	Dungdong.com	nawajung	หญิง	ตอนนี้เริ่มมีริ้วรอยบริเวณหางตา และมีรอยย่นระหว่างคิ้วด้วยนิด หน่อย แต่ตรงหางตานั้นเห็นชัดมากคะ ครีมนวดริ้วรอยขึ้นมาใช้หมด ไปกระปุกที่ 2 แล้วก็ยังไม่เห็นผลคะ ตอนนี้อยากจะฉีดโบท็อกซ์ แต่ไม่รู้ว่าจะโบท็อกซ์จะอันตรายหรือเปล่านั้นคะ? ใครพอทราบรบกวนช่วย ตอบทีคะ ขอขอบคุณคะ
18	Dungdong.com	memaylodie	หญิง	โบท็อกตกค้างในร่างกายไหม? พอจะทราบมาอยู่เหมือนกันคะว่า โบท็อกอยู่ได้ประมาณ 6 เดือน แต่เราอยากรู้ว่า...หลังจาก 6 เดือน โบท็อกจะสลายไปหรือคะ? แล้วมีโอกาสที่จะตกค้างในร่างกายหรือ เปล่านั้นคะ? ขอขอบคุณคะ
19	Dungdong.com	ploypoliploy	หญิง	เคยได้ยินมาว่าคนที่ฉีดโบท็อกซ์สัก 4-5 ครั้ง หน้าจะเรียวยาวถาวร รูป หน้าก็จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงแล้ว อยากทราบว่าจริงรึป่าวคะ?
20	Dungdong.com	bellamcmsu	หญิง	ตอนนี้อยากฉีดโบท็อก ช่วยแนะนำคลินิกที่ฉีดแล้วเห็นผลจริงให้ที คะ ใครเคยไปทำที่ไหนแชร์ประสบการณ์ให้หน่อยคะ
21	Dungdong.com	beer277	หญิง	ใครเคยฉีด โบท็อก กะ นิติพล และ วุฒิสักดิ์ ช่วยแนะนำหน่อยนะคะ ว่า 2 ที่ไหนดี กว่ากัน และ ของวุฒิสักดิ์. ไปถามมา 12500 บาท เขาบอกเป็นของ เมกาจริงหรือป่าวไม่รู้ และ นิติพลประมาณเท่าไรคะ ช่วยความคิดหน่อยคะ. จะไปฉีดเร็วๆนี้. อะ คะ
22	Dungdong.com	nuaomjai	หญิง	สวัสดีคะ เรากำลังมองหาคลินิกฉีด Botox อยู่คะ อยากสอบถามว่า มีใครพอจะรู้จักคลินิกดีๆที่น่าเชื่อถือแถวๆปิ่นเกล้าบ้างมั๊ยคะ?
23	Dungdong.com	nammonzz	หญิง	เห็นหลายๆคนบอกว่าต้องฉีด Botox ของอเมริกาเท่านั้น เพราะของ อเมริกาคือที่ดีที่สุด ไม่ทราบว่าเราจะรู้ได้ไงว่ายี่ห้อไหนดีที่สุดคะ? ขอขอบคุณคะ

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
24	Dungdong.com	supanidauu	หญิง	จะฉีดโบท็อกซ์คะ แต่ไม่รู้จะฉีดที่ไหนดี อยากได้ที่ได้มาตรฐาน ช่วยแนะนำหน่อยคะ ไม่เอาหมอกกระเป๋านะคะกลัวหน้าพังหน้าเบี้ยว ขี้ขอบคุณคะ
25	Dungdong.com	suneekiki	หญิง	โก๋เจอบ่อยมากที่เขาพูดถึง Botox ปลอม เข้าใจว่ามันอันตรายยังไง แต่ยังไม่เข้าใจว่า Botox ปลอมคืออะไร? ใครรู้ช่วยอธิบายทีคะ
26	Dungdong.com	bigballoon	หญิง	เราจะจะไปฉีด Botox แต่มีคนนุ่นบอกของประเทศนั้นประเทศนี้ดี สรุปลิ้นไหนดี แล้วจริงๆแล้วมันต่างกันยังไง อยากรู้มาก
27	Dungdong.com	kavaneer	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์หน้าเรียวของเธอเคยคลินิคดีไหมคะแนะนำทีคะ อยากหน้าเรียวๆเราเสริมจมูกกับคลินิคนี้ด้วยก็เลยสนใจอยากจะทำฉีดโบท็อกซ์ช่วยหน้าเรียวด้วยแต่ขอกลับมาศึกษาาก่อน เพราะยังไม่เคยฉีดเลย แล้วฉีดแล้วจะมีผลข้างเคียงไหมคะ แล้วถ้าคิดจะฉีดโบท็อกซ์... ต้องทำอย่างไรมีห้ามเหมือนกับเสริมเสริมไหมคะ
28	Dungdong.com	pischa	หญิง	มีใครเคยฉีด botox modify มั้ยคะ
29	Dungdong.com	Huneybunch-	ชาย	ผมจะไปฉีดโบท็อกซ์หน้าเรียวที่ แพรคลินิค ไม่ทราบว่าเป็นคลินิคนี้ปลอดภัยไหม จากเว็บนี้ http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=praeclinic คือเห็นเค้าบอก โบเอกาหลี่แค่ 4000/50unit ผมว่ามันถูกดี และดูจากคนที่ตอบกระทู้เค้าแล้ว ไม่รู้ว่าหน้าม้าไหม แต่ว่าผมเห็นคนในเว็บนี้ เอรูบตัวเองมาวีวี และก็ชายยา ผมว่าไม่ค่อยเชื่อถือ แต่ในแพรคลินิค มันเป็นยาของเค้าเลย ไม่ต้องไปซื้อจากคนอื่นและให้หมอฉีด. ผมอยากทราบว่าใครเคยฉีดที่นี้มาแล้ว ผมไม่ได้มาโฆษณาอะไรครับ แค่อยากรู้จริงๆ ผมกลัวคนในเว็บของเค้า เป็นหน้าม้าทั้งหมด ฮ่าๆ
30	Dungdong.com	nammonzz	หญิง	ตอนนี้กำลังหาคลินิกฉีดโบท็อกซ์อยู่คะ อยากทราบว่า ฉีดโบท็อกซ์ ราคาประมาณเท่าไรคะ? นอกจากค่าโบท็อกซ์แล้วมีค่าใช้จ่ายอื่นๆอีกมั้ยคะ รวมแล้วประมาณเท่าไรคะ? กังวลเรื่องราคานิดนึงคะ
31	Dungdong.com	nosewatcharin	หญิง	ใครเคยฉีดโบท็อกซ์ BOTOX LIFT ยกหน้าไม่จำกัดจุดที่ฉีดพล (5000บาท)คะ ใครเคยฉีดตัวนี้บอกหน่อยน้ำ ได้ผลปะคะ แล้วถ้าเรามีตีนกาตรงหางตา มันจะช่วยไหม (แบบพอเลือนๆไปปะ ไม่อยากเสียเงินสองเต็งคะ55
32	Dungdong.com	mydd22	ชาย	สอบถามหน่อยคะ ใครเคยฉีดโบท็อกซ์ที่ asiaclinic บ้างคะ เป็นยังไงบ้าง ดีไหมอะ

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
33	Dungdong.com	mydd22	ชาย	โบท็อกซ์ปรับรูปหน้าให้เรียวที่ไหนได้ผลไวใจได้? ราคาประมาณเท่าไหร่? แนะนำที่ครับ ขอชื่อคลินิกหลายๆที่ที่ถนัดด้านนี้เพื่อศึกษาก่อนตัดสินใจ หรือถ้าได้ชื่อคุณหมอเลยจะดีมากครับ รูปหน้าตามรูปเลยครับผม ขอขอบคุณมากๆล่วงหน้าครับ
34	Dungdong.com	Paetaii	หญิง	มีใครเคยฉีดโบท็อกซ์เพื่อแก้ไขการยิ้มเห็นเหงือกมั๊ยคะ อยากทราบว่าผลเป็นอย่างไร และสามารถฉีดที่คลินิกหรือโรงพยาบาลได้บ้างคะ รบกวนพี่ๆเพื่อนๆช่วยแนะนำคุณหมอที่เก่งในด้านนี้ให้ด้วยคะ ขอบคุณคะ
35	Dungdong.com	cherrycherry	หญิง	สนใจจะไปฉีดโบท็อกซ์ที่ ks clinic ยูเนียนมอลล์อะคะ อยากสอบถามว่าที่นี่ดีไหมคะ เห็นพริตตี้หลายๆคนไปฉีดกันเยอะ แล้วก็ราคาถูกมาก อยากรู้ว่า ฉีดแล้วเห็นผลไหม เรียวลงไหม ปลอดภัยไหมคะ และหมอมือดีให้ป็นหมอมือที่เชี่ยวชาญไหมคะ
36	Dungdong.com	CathyDollShop	หญิง	มีใครเคยไปโบท็อกซ์ที่ sriyadaclinic กับ VsquareClinic บ้างคะ ตอนนี้ดูระหว่าง sriyadaclinic กับ VsquareClinic อยู่คะ เห็นราคาถูกหน่อยแต่ไม่รู้จะดีรึป่าว
37	Dungdong.com	commars	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์หน้าเรียว ราคาเท่าไหร่คะ แล้วทำที่ไหนดี แนะนำที่คะ คือเป็นคนแก้มเยอะมาก แต่ตัวเล็ก เลยอยากหน้าเล็กๆคะ อยากรทราบว่า 1.ฉีดโบท็อกซ์หน้าเรียวราคาเท่าไหร่คะ 2.แล้วฉีดที่ไหนดีคะ
38	Dungdong.com	Cry	ชาย	สงสัยครับว่า รอยพับเป็นเส้นที่คอสามารถฉีดโบท็อกซ์ได้มั๊ย เคยฉั้วนมาก่อน ลด น.จนเป็นปกติแล้ว แต่ว่ารอยพับที่คอเป็นเส้นๆยังอยู่ เวลาถ่ายรูปออกมาหน้าเกลียดมาเลย สงสัยครับว่าตรงคอสามารถฉีดโบท็อกซ์ได้มั๊ยครับ
39	Dungdong.com	jjjoy	หญิง	ใครเคยฉีดโบท็อกซ์ ฟิเลเธอร์ที่รพ.จุฬาบ้างคะ 1.ยี่ห้อและราคาเท่าไรคะ 2.มีค่าหัตถการทางการแพทย์และค่าห้องเท่าไรคะ 3.ฉีดกับหมอต่านใดดีคะ 4.เราอยากฉีดฟิเลเธอร์ร่อนน้ำตาคะ กับ ยกกระชับรูสีแก้มหย่อนๆ ถ้าฉีดโบท็อกซ์กับฟิเลเธอร์เพื่อยกหน้าจะช่วยไหมคะ จริงๆอยากทำultheraแต่แพงอ่า

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
40	Dungdong.com	กอกกระแต	หญิง	หน้าแบบนี้ใครจะหน้าอะไรคะ(หน้าเราเองคะ แฮะๆ) ตอนเด็กๆเรามีแก้มนะคะ โตขึ้นมามันก็มันน้อยลงบางครั้งถ่ายรูป กรามเด่น แต่เวลายิ้มแก้มเด่น(งง) อยากจะทำโบท็อกซ์กราม/ร้อยไหม/ลิฟหน้า แต่เลือกไม่ถูกว่าจะไรดี ที่มันจะมีผลต่อใบหน้าเรามากที่สุดแบบว่าเห็นผลอะคะ เอาแค่อย่างเดียวก่อนนะคะ งบประมาณน้อยแฮะๆ
41	Pantip.com	3588791	หญิง	ฉีดโบท็อกคณินคไหนดีคะ เพื่อนๆมีแนะนำหน่อยคะ ใครไปฉีดโบท็อกคณินคที่ไหนกัน ที่ดี และราคาไม่แพงเกินไป อายุเกิดคะ ขอบคุณคะ
42	Pantip.com	4539806	หญิง	ฉีดโบท็อกคณินคไหนดีคะ
43	Pantip.com	2532175	ชาย	โบท็อกอันตรายไหม อยากทราบว่ การฉีดโธท็อกอันตรายไหมครั้บ. อยากขอคำแนะนำ เกี่ยวกับข้อดีข้อเสียของมัน. ขอขอบคุณล่วงหน้าครั้บ
44	Pantip.com	4252577	หญิง	พอดีอยากร้อยไหม โบท็อกซ์ ฉีดมาได้คอลลาเจน มีที่ไหนแนะนำ ไหมคะ งดร่าม่านนะคะ ต้องการคำตอบเป็นสถานที่จริงๆเช่น คลินิก...
45	Pantip.com	3499820	หญิง	อยากทราบว่า ใครเคยไปฉีดโบท็อกซ์ที่นิติพลบ้าง ราคาเท่าไรr อยากไปฉีดเพราะเป็นคนมีกรามใหญ่คะ อยากหน้าเรียวเหมือนคนอื่น ช่วยตอบทีนะคะ
46	Pantip.com	4813540	หญิง	อยากฉีด โบท็อกคะ แต่กลัว ใครเคยมีประสบการณ์บ้างคะ ??? เมื่ออายุเริ่มเข้าเลข 3 สิ่งทีสว่ๆกลัวคือ ริวรอยคะ เริ่มมาละ โดยเฉพาะตรงหน้าผากนี้ เห็นได้ชัดเลย อยากได้ความรู้เกี่ยวกับการฉีดโบท็อกคะ ของทีไหนดี ราคาเท่าไร ฉีดแล้วได้ผลมั้ย เปลี่ยนแปลงยังงั ฉีดแล้วมีอายุเท่าไรจึงตั้งไปฉีด ซ้ำ รบกวนผู้มีประสบการณ์ แชร้หน่อยนะคะ ขอบคุณคะ
47	Pantip.com	4799329	หญิง	เสริขหา ข้อมูลเกี่ยวกับ Botox เห็นว่า Nabota ก็ดี พอกักับ ตัวอเมริกา พอจะมีคลินิกไหน ใช้Botox ตัวนี้บ้างคะ

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
48	Pantip.com	2078285	หญิง	ร้อยไหม หรือ โบท็อก ดีกว่ากัน ไม่มีความรู้ด้านศัลยกรรมเลยคะ อยากทราบว่า จะให้หน้าเรียววิธีไหนดีที่สุดคะ
49	Pantip.com	memory1011	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์เพื่อปรับหน้าเรียว อันตรายแค่ไหน ?? เราอยากทราบว่า จากข่าวที่ลูกครึ่ง สาวประเภทสอง ร้องคลินิกดังฉีดโบท็อกซ์ แล้วหน้าพังอ๊ะ มันน่ากลัวขนาดไหน มีใครเคยมีประสบการณ์แบบนี้มั๊ยคะ ** คือเราอยากไปฉีดเพื่อปรับรูปหน้า แต่กลัวๆ ** มีเพื่อนๆพอแนะนำได้มั๊ยว่าจะไปที่ไหนดี หรือที่ไหนปลอดภัย และมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญคะ ช่วยหน่อยน้าาาาาาาาาาาาาาาา
50	Pantip.com	3806574	หญิง	อายุ56 ฉีดโบท็อกได้มั๊ย? ตามชื่อหัวข้อระบุเลยคะ อยากพามาฉีด แต่อยากรุ้ก่อนว่าคนอายุ 56ปีแล้ว ไม่เคยฉีดโบท็อกเลย ถ้าไปฉีดจะเห็นผลมั๊ยคะ? แม่อายุค่อนข้างเยอะแล้วนะคะ อยากให้แม่สวยบ้าง! แท้ห้องผิดขอภัยคะ ขอบคุณคะ!
51	Pantip.com	3627727	หญิง	ถ้าซื้อโบท็อกที่ขายตามอินเตอร์เน็ตจะดีมั๊ย วิธีเช็ค Botox ปลอมในคลินิกต่างๆมีวิธีเช็คอย่างไรคะ ตัดสินใจจะฉีดโบท็อก แต่อ่านในหลายกระทู้บอกว่า คลินิกดังๆก็มีของปลอม เลยอยากทราบวิธีเช็ค
52	Pantip.com	3786556	หญิง	และนอกจากนี้ถ้าเป็นโบท็อกหิวเข้ามา อยากรู้ว่ายี่ห้อความว่ายังไงคะ ใช้แบบนำเข้ามาจากต่างประเทศหรือเปล่าคะ ตอนนี้มีโปรถูกๆหลายคลินิก แต่เค้าก็บอกว่าของแท้ พบปลอมคืนเงิน ไร่เราก็ตัดสินใจไม่ถูกเลย
53	Pantip.com	3711486	ชาย	เรื่องขอคำปรึกษาในการฉีดโบท็อก ผมมีแผนว่าจะฉีดโบท็อก แต่กังวลใจเรื่องความปลอดภัย ตกลงแล้ว ฉีดโบท็อก มันพัฒนาไปไกลหรือยังครับ ส่งผลข้างเคียงอย่างไร

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
54	Pantip.com	3615559	หญิง	<p>มีใครฉีดโบท็อกซ์เพราะอยากลองบ้างมั๊ยคะ?</p> <p>ตอนนี้เรากำลัง"อยากลอง"ฉีดโบท็อกซ์ดูค่ะ ทั่วๆหน้าเราก็ไม่ได้มีปัญหามากมายแบบที่ทนนไม่ไหว</p> <p>แต่ด้วยความอยากรู้ว่าถ้าฉีดจะเป็นยังไง จะสวยขึ้นเหมือนคนอื่นๆรึป่าว เราเลยอยากลองดูค่ะ</p> <p>มีเพื่อนๆคนไหนที่เพิ่งฉีดครั้งแรกเพราะความอยากลองบ้างมั๊ยคะ แล้วผลออกมาเป็นยังไงบ้าง ถูกใจมั๊ย แล้วจะกลับไปฉีดรอบสองมั๊ย?</p> <p>ปล. ถ้าจะฉีดจริงๆเราจะศึกษาให้มากๆค่ะ จะไม่ฉีดสุ่มสี่สุ่มห้า แต่แค่ตอนนี้อยากถามความเห็นถ้าฉีดเพราะความแค่อยากลองมันจะคุ้มมั๊ย</p>
55	Pantip.com	JimZy	หญิง	<p>การฉีดโบท็อกยกกระชับหน้าอยู่ได้นานแค่ไหน?</p> <p>การฉีดโบท็อกยกกระชับหน้า อยู่ได้นานแค่ไหน ก่อนจะต้องไปฉีดอีกรอบคะ</p>
56	Pantip.com	3730771	หญิง	<p>ใครเคยฉีดโบท็อกซ์ กับฟิลเลอร์คาง มาให้คำตอบหน่อยคะ</p> <p>พอดีเห็นบางคลินิกมีโปรโมชันถูก โบเกาหลี 100 ยู ลิฟกรอบหน้าให้ด้วย เลยอยากไปทำ อยากถามคนที่เคยไปทำว่า</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.กรามลงและหน้าเรียวจริงหรือ 2.ลิฟกรอบหน้าด้วยโบท็อกซ์ ทำให้หน้าวีเซฟได้ด้วยหรือ 3.ฟิลเลอร์คางทำแล้วมีปัญหาไหม เห็นน้องทำออกมาสวยดีค่ะ แต่ไม่รีอนาคตข้างหน้ากลัวมีปัญหา <p>เพื่อนๆ พี่ๆ คนไหนเคยทำมาแนะนำบ้างนะคะ อยากลองไปทำบ้าง ไม่รู้มันจะออกมาให้เห็นถึงความแตกต่างหรือเปล่า</p>
57	Pantip.com	3173071	หญิง	<p>อยากทำ Botox ลดกราม หน้าใส แนะนำหน่อยคะ</p> <p>สอบถามโบท็อกซ์ คลินิก ที่ไหน ดี บ้างคะ ราคาถูก ไม่อันตราย พอดีงบน้อย แต่ อยาก สวยนะค่ะ</p>
58	Pantip.com	3179887	ชาย	<p>โบท็อกค์รับ</p> <p>หน้ากลม แต่อยากหน้า เป็นรูปไข่ นี้ โบท็อกค์ได้ไหมคับ หรือต้องผ่าตัดอย่างเดียว ใครเคยหน้ากลม แล้วแก้ไขเป็นหน้ารูปไข่หรือทำหน้าเรียว แนะนำหน่อยคับ ใครเคยทำวิธีธรรมชาติบ้างได้ผลอย่างไร แนะนำหน่อย ขอขอบคุณคับ</p>

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
59	Pantip.com	porkeaw2010	หญิง	อยากทำหน้าเด็กๆฉีดโบท็อก ค่าใช้จ่ายเท่าไรคะ? อายุ32รู้สึกหน้าไม่ค่อยดีเหมือนสมัยวัยรุ่นนะ อยากทำหน้าเด็ก นอกจากโบท็อกมีใบบ้างคะที่จะหน้าเด็ก ค่าทำโบท็อกเท่าไรคะ ข้อดี ข้อเสีย ทำแล้วอยู่ได้กี่เดือนคะ ขอบตาคั่ว ต้องศัลยกรรมแบบไหน คะ รอบดวงตาจะได้ดูใสๆ ง รพ.กทมที่ไหนดี คะปลอดภัยเชื่อถือได้ คิดว่าครีมช่วยให้หน้าเด็กได้50%แต่อีก50%ส่วนมากพวกดาราก็ฉีด โบท็อกกันเนอะ รบกวนผมปลงบอก ด้วยคร่า
60	Pantip.com	toiopo5	หญิง	ไม่เอา嘛นะคะ ^^ แนะนำที่ฉีดโบท็อกหน่อยคะ รบกวนขอคนที่เคยฉีดโบทอกแล้วได้ผลช่วยบอกหน่อยคะว่าที่ไหนดี ขอแถวนนทบุรี แคราย งามวงศิวาน คะ ไม่เอา嘛นะคะ ^^
61	Pantip.com	3288869	หญิง	ฉีดโบท็อก ศัลยกรรมความงามคลินิกความงามโรงพยาบาลแพทย์ จะฉีดโบท็อกครั้งแรก เป็นคนหน้าเหลี่ยมคะ แล้วหมอบอกว่าจะอัด ให้ข้างละ 200 u ครั้งเดียวเลยจะอันตรายไหมคะ
62	Pantip.com	3160423	หญิง	อยากฉีดโบท็อกคะ แต่ขาก้วยเดียวมีผลอะไรมั้ยคะ คือเราอยากจะไปฉีดโบท็อกคะ แต่เราต้องอยู่หน้าหมอก้วยเดียว ตลอดโดนไอน้ำทุกวันจะมีผลอะไรต่อโบท็อกมั้ยคะ ขอคำแนะนำ หน่อยคะ
63	Pantip.com	4213341	ชาย	ฉีด Botox ดีไหมครับ ? ผมเป็นผู้ชายอายุ 33 ปีแล้ว ทำงานหนักมาตั้งแต่สมัยหนุ่มๆ พอ เครียดหรือคิดมากหน้าจะบึ้งหรือขมวดคิ้วบ่อย ทุกวันนี้ผมรู้สึกว่ หน้าผากผมมีร่องลึกจนเห็นได้ชัดมาก ผมอยากแก้ไขร่องลึกนี้จึงไป คุยกับเพื่อนสาวๆว่าทำอะไรกับมันได้บ้าง เพื่อนๆเสนอการทำ botox ครับ ผมเลยอยากถามเพื่อนๆว่าbotoxมันช่วยได้จริงๆใช่ไหม ครับ แล้วทำของที่ไหนดีครับ ???
64	Pantip.com	lamjustme	หญิง	สอบถาม ราคาฉีด ฟิแลอร์ โบท็อก ราคามาตรฐานคะ คือไปปรึกษาหมอ มาคะ คลินิกเชื่อถือได้ โบท็อกallergan 100 u ราคา 20,000 บาท Filler perfecta subskin cc ละ 15,000 บาท Filler juvederm cc ละ18,000 บาท ราคานี้ ถือว่าแพงมั้ยคะ รบกวนผู้รู้ด้วยคะ ของคุณล่งหน้านะคะ

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
65	Pantip.com	3030555	หญิง	<p>รบกวนสอบถามผู้รู้เรื่อง Botox กับ Filler หน่อยค่ะ ตามหัวข้อเลยคะ พอดีดิฉันกำลังศึกษาเรื่องนี้อยู่ แต่ข้อมูลที่หาเจอในอินเทอร์เน็ตเป็นรายละเอียดที่ละเอียดมาก อ่านจนเรางงและสับสนค่ะ เเลนอยากจะให้เพื่อนๆที่มีประสบการณ์ด้านนี้อธิบายให้เข้าใจหน่อย เขาแบบจับใจความ อธิบายแบบภาษาคนธรรมดา ลูกค้ำทั่วไปที่ไม่มีความรู้ด้านนี้มาก่อนเลยคะ เขาแบบ Botox ช่วยอะไร คือ อะไร และ Filler คืออะไร ช่วยอะไร การบวนการยิงโง มันต่างกันตรงไหน อธิบายแบบง่านก็ได้คะ</p> <p>พอดีเราทราบมาว่า มี Botox ของ เมกา กับ เกาหลี มันต่างกันยังงี้ยี่ห้อ allergan กับ botulax ค่ะ รบกวนเฉลยนะคะ</p> <p>ขอบคุณล่วงหน้าค่า</p>
66	Pantip.com	Femmes de Brelagne	หญิง	<p>อยากทราบว่าโบท็อก สารเติมเต็มนี้มันอยู่ได้นานแค่ไหนคะ ต้องฉีดบ่อยแค่ไหน</p> <p>มีแบบที่มันอยู่นานๆหลายๆปีเลยไหม</p>
67	Pantip.com	3251429	หญิง	<p>รื้อยใหม่กับฉีกโบท็อกอันไหนดีคะ แนะนำลิ้นจี่ราคาประหยัดแต่คุณภาพดีหน่อยคะ ขอคำแนะนำคะ</p>
68	Pantip.com	2969680	หญิง	<p>โบท็อกยี่ห้อ Neuroxin ปลอดภัยไหมคะ ?</p> <p>เห็นคลินิกหนึ่งแถวราม65 บอกว่ายี่ห้อนี้เป็นของปลอม แต่คนรู้จักเราเคยฉีดยี่ห้อนี้แล้วหน้าเรียวขึ้น ไม่อันตรายใดๆ เราเลยสงสัยว่าต้องลงยี่ห้อนี้ปลอมไหม ลักษณะกลองเป็นสีด้าอะคะ พอดีแบบรูปจากมือถือไม่ได้</p> <p>ส่วนตัวเคยฉีดยี่ห้อ Neuronox 100u กับคลินิกในลาดพร้าว ไม่เห็นผลคะ ไม่ลงไม่ยุบเลย ไม่แน่ใจว่าเป็นที่หมอ หรือเป็นที่ยา ตอนนี้มีคนแนะนำ Neuroxin อยากถามคนเคยคิดว่าผลเป็นงี้บ้างคะ ทำไมคลินิกส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้ยี่ห้อนี้</p> <p>*ขอบคุณสำหรับคำตอบล่วงหน้าคะ*</p>
69	Pantip.com	1968337	หญิง	<p>ฉีดโบท็อก</p> <p>อยากทราบว่า หลังฉีดโบท็อกที่เค้าบอกกันว่าห้ามกินสมุนไพร ร้อนอะคะ ยาลดน้ำหนักรึ่กี่ยวมัยอะคะ เพราะว่ากินแล้วมันก็ร้อนๆ เหมือนกัน</p> <p>หรือว่าคนละส่วนกันอะคะ สงสัยมากเลยคะ</p>

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
70	Pantip.com	rosy_rosy	หญิง	<p>หน้าเรามีปัญหาคือ มีริ้วรอย หน้าหย่อนคล้อย รู้สึกว่าไม่ค่อยกระชับ หน้าผากก็มีริ้วรอยลึก อยากสอบถามว่าใครเคยฉีดโบท็อกซ์ ฟิลาเลอร์ หรือร้อยไหมบ้าง</p> <p>ทำแล้วเป็นยังไง ทำคลินิกไหนดีที่ปลอดภัย หลังทำแล้วมีผลกระทบ ยังไงบ้าง</p> <p>ใครเคยฉีดบ้างคะ มาแชร์ให้พี่น้องอย่า</p>
71	Pantip.com	bamboo_bridge	หญิง	<p>สอบถามความเห็นสาวๆนะคะ ว่าถ้าจะแต่งงาน สาวๆจะฉีดโบท็อกซ์ร้อยไหมเพื่อให้หน้าเรียวสวยตอนวันงานมั๊ยคะ</p> <p>เรากำลังจะเป็นเจ้าสาวคะ เพื่อนสาวที่นางฉีดโบท็อกซ์ ร้อยไหมกัน เป็นปกติอยู่แล้ว พวกนางก็บอกว่าก่อนวันงานให้ไปฉีด เพื่อวันงานจะได้เป๊ะๆ</p> <p>เพื่อนๆว่ามันเป็นความคิดที่ดีมั๊ยคะ จำเป็นมั๊ยคะ เพราะหน้าเราไม่เป๊ะเลยคะ ไม่มั่นใจแต่ก็กลัวเข็มกลัวสารตกค้าง เราไม่เคยฉีดหรือทำอะไรคะหน้าเลยคะ มีทำทรีทเม้น กะยิงเลเซอร์นานๆที่</p> <p>เรายังไม่ได้ตัดสินใจอะไรในเรื่องนี้คะ แต่อยากลองถามความเห็นของสาวๆในห้องบ้างดูคะ ถือเป็นการแลกเปลี่ยนความเห็นกันนะคะ ขอขอบคุณคะ</p>
72	Pantip.com	2978906	หญิง	<p>ฉีดฟิลเลอร์ ริ โบท็อกซ์ดี</p> <p>ฉีดฟิลาเลอร์ ริ โบท็อกซ์ดีให้หน้าเรียบเนียน รุขุมขนกระชับ ขอความเห็นหน่อยจ้ะราาา</p>
73	Pantip.com	2682085	หญิง	<p>จัดฟันอยู่ฉีดโบท็อกซ์ได้ไหม</p> <p>สวัสดีคะ เพิ่งตั้งกระทู้ครั้งแรก ถ้าผิดก็ขอโทษด้วยนะคะ หนูเพิ่งไปใส่เครื่องมือที่ฟันบนมาคะ และอยากจะไปฉีดโบท็อกซ์ให้หน้าเรียว ฉีดได้ไหมคะ</p>
74	Pantip.com	1526400	หญิง	<p>มีใครที่ไปทฉีดโบท็อกแล้วหน้าเรียวจริงบ้างคะ</p> <p>ยืมกระทู้เพื่อนมานะคะ อยากถามคนที่เคยไปฉีดโบท็อกคะว่าลดกรามได้จริงๆไหม</p> <p>พอดีสนใจคะ แต่ใจอยากให้เห็นรีวิวจากในพันทิปมีใครที่เคยฉีดแล้วได้ผลจริง</p> <p>รีวิวให้ดูหน่อยนะคะ มาแบ่งปันกันคะ รีวิวแล้วบอกชื่อคลินิกด้วยนะคะ.</p> <p>ปูเสื่อรอกันไปๆๆๆ</p>
75	Pantip.com	sheen Girl	หญิง	<p>ร่องแก้ม ลึกมากตามอายุ จะรักษายังไงดี ระหว่างฉีดฟิลเลอร์ กับโบท็อกซ์ และ หน้าเหี่ยวด้วยคะ</p> <p>จะทำก้อกลัวอันตราย</p>

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
76	Pantip.com	1453586	หญิง	โบท็อกซ์ที่ไหนดีคะ แนะนำหน่อยคะ ที่ไหนดีคะ มือเบา จะโบท็อกซ์ได้ตาจะ ใครเคยทำ หมอไหนดีบ้าง ค่ะ ที่ตาดูไม่แข็ง
77	Pantip.com	2900223	หญิง	อายุเยอะหน้าเริ่มคล้อย แต่ไม่เคยฉีดโบท็อกซ์เลย แนะนำหน่อยคะ อายุเกือบ30แล้วคะรู้สึกหน้าไม่กระชับเลย หน้าบานด้วย555 แต่ยังไม่เคยฉีดโบท็อกซ์เลย ขอคลินิกที่ปลอดภัย อยู่ได้นานด้วยคะชี้แจง ไปเติมบ่อยๆ
78	Pantip.com	2995216	หญิง	สอบถามผู้เคยใช้บริการ..." SARUNCARE CLINIC " สวัสดิ์เพื่อนชาวพันทิปนะคะ อยากทราบเพื่อนหนึ่งคะ อยิมมี02 ใครเคยใช้บริการคลินิกที่นี้บ้างเอ่ย...? SARUNCARE CLINIC พอดีศึกษาอยากทำหน้า เริ่มคิดว่าควรดูแล เลยอยากสอบถาม เพื่อนชาวพันทิป ใครเคยทำที่นี้สาขานไหน และได้ผลดีมี pompom หรือ.... ถ้าหากมีที่ไหนดีแนะนำเลยจ้ะ ถ้ามีภาพวีรวิด้วย มันจิตใจ มากกกเลย... โบท็อก ลกกกรม ลดเหียง หน้าวีเซฟ มีที่ไหนจัดมา คะ วีรวิมาคะ จัดมาเลยคะ รออยู่ และที่สำคัญ... ราคาประหยัด เน้นนะคะ ย่อยเยาว์ กราบงามๆ 3 ที่ ค่ะ
79	pantip.com	3193276	หญิง	อยากศัลยกรรมคะพวก. โบทอก. ลดกรวม. ดูดไขมัน. ที่ไหนดีคะ มีที่ไหนดีและปลอดภัย. ดูแลอย่างดีบ้างค้า. แนะนำหน่อยคะ.. อยากทำเมโซแฟต. ลดกรวม. ซีดโบทอกคะ. ใคร พอรู้แนะนำหน่อย. ขอบคุนคะ พื้นที่ในกทม.
80	pantip.com	2977831	หญิง	สอบถามสาวๆที่เคยฉีดโบท็อกลดปีกจมูกคะ ตามหัวข้อเลยคะ พอตีเค้าไปเสริมจมูกมาแต่ไม่ได้ตัดปีก (ตาม โหงแห่งที่แม่บอก) เป็นคนปีกจมูกใหญ่มาก คล้ายๆจมูกโต เวลายิ้ม บานมากไม่ชอบเลย T-T เลยอยากลองโบลดก่อนว่าจะเหมือนไหม สาวๆคนไหนเคยทำขอข้อมูลหน่อยนะคะ ว่าทำแล้วเห็นผลไหม มี ผลข้างเคียงอะไรบ้างแล้วมันลดเยอะรึปล่าว ผิดห้องขอโทษนะคะ เค้าเพิ่งสมัครมาเล่นครั้งแรก ขอบคุณล่วงหน้าเลยค้า
81	pantip.com	2468022	หญิง	แนะนำที่ฉีด botox พร้อมราคาหน่อยค้า ยังไม่เคยฉีดเลยคะ แนะนำด้วยนะคะ ^^
82	pantip.com	MmJs	หญิง	ช่วยแนะนำคลินิกหรือสถานที่ฉีดโบท็อกซ์หน่อยคะ ส่วนตัวยังไม่เคยฉีดโบท็อกซ์เลยคะ อยากฉีดมาก กำลังศึกษาอยู่ว่า จะฉีดของอเมริกาหรือของเกาหลีดี ถ้าใครเคยฉีดแล้วรบกวนช่วยแนะนำทีนะคะ พิกัด กทม.คะ

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
83	pantip.com	1543824	หญิง	<p>ควรทำโบท็อกซ์ใหม่</p> <p>สวัสดีค่ะ เราเป็นคนที่มีปัญหาเรื่องริ้วรอยบริเวณหน้าผาก ระหว่างคิ้ว ไม่ทราบสาเหตุว่าเกิดจากอะไร มีหลายคนแนะนำให้ทำโบท็อกซ์ด้วยส่วนผสมไม่ชอบเข็ม หรือความรุนแรง ผลข้างเคียงไปอ่านดูก็แอบกลัว แต่มีวิธีเดียวที่จะให้เราอยู่กับหน้าเท่ากัน อายุ 30 ปีค่ะ แต่หน้าล้าไปแล้ว มีใครพอจะให้คำปรึกษาได้บ้างค่ะ ขอขอบคุณล่วงหน้าค่ะ</p>
84	pantip.com	2422686	หญิง	<p>ใครรู้จัก โบท็อกซ์ที่เห็นผลจริง ขอประสบการณ์หน่อยค่ะ</p> <p>ตอนนี้อายุก็ไม่มากแต่ตีนกาและริ้วรอยเยอะมากมีแต่คนบอกว่าอายุหน้าไปไกลแล้วแทบจะไม่อยากบอกอายุใครเลยคะ อายมาก. กำลังคิดจะไปฉีดโบท็อกซ์แต่ก็กลัวจะโดนหลอกเสียเงินไปว เห็นโปรถูกๆเยอะมาก เลยอยากขอแชร์ประสบการณ์เพื่อนที่เคยทำหรือรู้จักคลินิคดีๆใน กทม หน่อยค่ะ ขอขอบคุณค่ะ</p>
85	Pantip.com	2356935	หญิง	<p>ใครเคยฉีด botox ที่นี้บ้างคะ ขอรีวิวหน่อยจ้ะ</p> <p>สวัสดีค่ะ พอดีกำลังสนใจที่จะฉีดโบท็อกซ์ เป็นการฉีดครั้งแรก มีงบก็ไม่มากเท่าไร (ราคานศ.) เปิดในเฟซบุคก็เจอคลินิคแห่งนึงคะ สนใจมากเนื่องจากมีโปรที่ ราคาพอผู้คะ แต่ไม่ค่อยเห็นมีรีวิว</p> <p>อยากจะสอบถามคนที่เคยฉีดที่นี้หน่อยค่ะ หรือมีคลินิคไหนที่พอจะแนะนำบ้างคะ ปล. คลินิคชื่อเหมือนนางเอกซูเปอร์บอร์นึ่งของประเทศ ตรงข้ามยูเนียนมอลล์</p>
86	Pantip.com	1389296	หญิง	<p>ใครเคยไปฉีด botox ที่ลักษณะมีดาราคลินิค</p>
87	Pantip.com	2801661	หญิง	<p>อยากฉีดโบท็อกลดกราม ใครพอมีประสบการณ์หรือคลินิคที่ดีๆและราคาถูกแนะนำบ้างมั๊ยคะ</p> <p>อยากฉีดโบท็อกลดกรามอะคะ อยากได้ที่เห็นผลเร็วปลอดภัย ราคาถูก</p> <p>ใครพอมีคลินิคที่ดีๆแนะนำบ้างมั๊ยคะ ช่วยแบ่งปันประสบการณ์ความสวยงามบ้างนะคะ</p> <p>ขอบคุณคร้าา</p>
88	Pantip.com	1053478	หญิง	<p>หาร้านทำโบท็อกซ์ที่เชื่อถือได้</p> <p>อยากทำโบท็อกซ์คะ ยี่ห้อไหนดี แล้วทำที่ไหนดี มีที่ไหนแนะนำบ้างอะคะ ถ้าได้รีวิวด้วยจะดีมากเลย อยากได้ลงแค่พอธรรมชาติอะคะ ไม่ใช่ v ขนาดเล็กจนตลก</p>

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
89	Pantip.com	4572819	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์ที่ไหนที่เห็นผล อยากฉีดโบท็อกซ์เป็นคนกลามใหญ่แต่ไม่มีเงินไปผ่าตัดมันแพง เคยเห็นโฆษณาตามคลินิกบอกว่าฉีดโบท็อกซ์ช่วยได้ แล้วต้องฉีดยี่ห้อไหนดี มีที่ไหนแนะนำบ้างคะ ถ้าได้รูปวีรวิด้วยจะดีมากเลย
90	Pantip.com	2587777	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์ ของยี่ห้ออะไรลงจึงเรียวจึง แล้วก็เดือนถึงไปซ้ำรอบสองคะ ขอบคุณคะ
91	Pantip.com	802449	หญิง	ฉีดโบท็อกซ์และฟิลเลอร์คางที่ไหนดีคะ จริงจังไม่เอาโฆษณาอะคะ โบท็อกซ์ลดกรามอยากใช้ของอเมริกาอะ ที่ไหนที่เพื่อนไปฉีดแล้วดี มีแนะนำบ้างคะ ถ้าบอกราคาและยูนิตด้วยจะดีมากเลย ส่วนฟิลเลอร์นี้ ตัวไหนดีกว่ากันคะ แบบที่สลายไป ขอจริงจังนำไม่เอาแบบฝากขายโบท็อกซ์หรือโฆษณาใดๆทั้งสิ้น อยากสวยคะ จะเก็บเงินแล้ว
92	Pantip.com	mama_pen	หญิง	ถ้าจะฉีด Botox ลดกราม ควรใช้ของ เกาหลี หรือ usa ที่คะ แนะนำ ที่คะ ?? 1.อยากทราบว่าควรใช้แบบไหนดีคะ ถ้าลดกราม ?? 2.แล้วมีคนบอกของ เมกาจะอยู่ได้นานกว่าเกาหลีจริงมั๊ยคะ คอน เฟิร์มที่ ??
93	Pantip.com	มุขี	หญิง	ทำโบท็อกซ์เจ็บไหมคะ คือหลวมตัวข้อโพรฯ มาคะ ที่นี้ส่วนตัวปอดมากคะ กลัวเจ็บมากๆ เลยอยากสอบถามเพื่อนๆที่เคยทำว่ามันเจ็บไหมคะ ขอแบบจริงๆคะ ขอบคุณเพื่อนๆนะคะ
94	Pantip.com	3145866	ชาย	Botox ตัวไหนดี ตอนนี้มีหลายแบบครับ botulax,Hugel, Neuronox, Nabota, Allergan Botox ตัวไหนดี ตอนนี้มีหลายแบบครับ botulax,Hugel, Neuronox, Nabota, Allergan ส่วนมากเค้าใช้ตัวไหนกันครับ ขอบคุณครับ
95	Pantip.com	2037457	หญิง	ใครเคยฉีด โบท็อกซ์ Botulax บ้าง ที่เคื่ว่ากันว่าตัว Botulax นี้เน้นเรื่อง ลดกราม และลดน่อง ได้อย่าง มีประสิทธิภาพที่สุด ลดริ้วรอยได้ดีเยี่ยม นานาสงสัย ใครเคยฉีดช่วยการันตีให้หน่อยคะว่ามันดีจริงๆรึป่าว แล้วราคาอยู่ที่ เท่าไร แล้วอยู่ได้นานกี่เดือน

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับที่	เว็บไซต์	ชื่อผู้ใช้งาน	เพศ	ข้อมูลจากผู้สนใจฉีดโบท็อกซ์
96	Pantip.com	3802033	หญิง	ฉีด Botox ลดริ้วรอยที่ไหนดี ใครเคยไปฉีด Botox ลดริ้วรอยที่ไหนแล้วโอเคบ้างมั๊ยคะ ขอที่หมอม ไม่ยัดเยียด ราคาไม่แพงมาก เห็นผลดี ถ้าเป็นไซนเซินทรัลพระราม เก้า เซ็นทรัล ลาดพร้าว สะพานควาย อารีย์ อนุสาวรีย์ ยิ่งดีเลยค่า
97	Pantip.com	X Dog	หญิง	มีใครเคยฉีดโบท็อก รอยย่นระหว่างคิ้ว บ้าง ทำที่ไหนดี เริ่มมีรอยย่นระหว่างคิ้ว ใครเคยฉีดโบท็อกแก้บ้าง เป็นยังไงบ้างค๊ะ ราคาเท่าไร และไปทำที่ไหนดี
98	Pantip.com	3771126	หญิง	ฉีดBotoxกับร้อยไหม..อันไหนดีกว่ากันคะ? อยากรู้ว่าอันไหนใช้เวลาให้หน้าเรียวV-Shepเร็วกว่ากันคะ? ส่วน ราคาต่างกันมากไหม? คุณภาพอันไหนอยู่ได้นานกว่ากัน?
99	Pantip.com	2939093	หญิง	อยากฉีดโบท็อกที่หน้า สวัสดิ์ศิวา พี่ ๆ น้อง เพื่อน ๆ ทุกคน ดิฉันอยากจะหาที่ฉีดโบท็อกซ์ ที่ ทั้งปลอดภัยและราคาไม่แพงมาก เพราะ ดิฉันก็อยากจะสวยขึ้นมา กกว่าเดิม ค่ะ
100	Pantip.com	4487717	หญิง	ฉีดโบท็อกกราม แถวปิ่นเกล้า ที่ไหนดีคะ ใครเคยฉีดโบท็อกกราม แถวปิ่นเกล้าบ้างคะ รบกวนแนะนำที่มีที่ ไหนเห็นผลบ้าง กลัวเจอของปลอม เป็นไปได้ควรฉีดยี่ห้อไหน?



แบบสอบถามสำหรับการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2
ชั้น

ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม.....

1. ทำไมถึงอยากทำตา 2 ชั้น

.....

.....

.....

2. อยากทำตา 2 ชั้นด้วยวิธีไหน มี 3 วิธี ได้แก่

เย็บจุด วิธีแผลหายเร็วสุด ใช้การเจาะรูที่ผิวหนังและเย็บใหม่ทำให้เกิดชั้นตา มีโอกาสไหม
หลุด หรือชั้นตาคลับมาเล็กเหมือนเดิม ในปัจจุบันจึงไม่ค่อยเป็นที่นิยม

กรีดแผล (แผลเล็ก) แผลขนาดเล็กประมาณ 0.3-1cm (ขึ้นอยู่กับเทคนิค และลักษณะรูป
ตาของแต่ละคน) และทำการเย็บชั้นตาใหม่ หายเร็ว แผลเป็นน้อยเหมาะกับผู้มีอายุน้อย ไม่มี
หนังตาหย่อน หรือมีน้อย

กรีดแผล (แผลยาว) ร่วมกับตัดหนังตาสวนเกิน เหมาะกับผู้มีหนังตาหย่อนมาก
โดยเฉพาะส่วนหางตา แผลหายช้ากว่าและมีโอกาสเป็นแผลเป็นได้มากกว่าแผลเล็ก

3. ข้อมูลที่ต้องการทราบก่อนทำตา 2 ชั้น

.....

.....

.....

4. มีการเตรียมตัวก่อนและหลังการทำตา 2 ชั้นอย่างไร

.....

.....

.....

5. หมอหรือคลินิกมีผลต่อการตัดสินใจทำตา 2 ชั้นมากกว่ากัน

.....

.....

.....

6. ก่อนตัดสินใจทำตา 2 ชั้นคำนึงถึงสิ่งไหนมากที่สุด เช่น หมอ คลินิก ราคา รีวิว

.....

.....

.....



ตาราง 35 รายละเอียดข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคที่สนใจ
ทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
1	นาง นิภา หว่างจ้อย	เนื่องจากอายุ ที่มากขึ้นจึงเริ่ม มีปัญหาหนัง ตาตกหย่อน คล้อย ส่งผลต่อ การมองเห็น จึง ทำให้สนใจที่จะ ทำศัลยกรรม ตา	กรีดแผล (แผลยาว)	อันตรายที่อาจ เกิดขึ้น มี อะไรบ้างและ สิ่งที่ควรปฏิบัติ ก่อนและหลัง ทำตา	งดดื่มแอลกอฮอล์ พักผอน ให้เพียงพอ	หมอ หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
2	วิชุดา หว่างจ้อย	เนื่องจากชอบ การแต่งหน้า การมีตาชั้น เดียวเป็น ปัญหาทำให้ แต่งหน้าได้ยาก และไม่ หลากหลาย	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ระยะเวลาใน การรักษาและ พักฟื้น รวมถึง การปฏิบัติตัว หลังจาก ทำศัลยกรรม	พักผอนให้ เพียงพอ ทำ ตามแพทย์ แนะนำให้ทำ ก่อนเข้ารับ การผ่าตัด อย่างเคร่งครัด	หมอ	ราคา, ระยะเวลา รอคิว
3	อลิสรา วงศ์สุรวัฒน์	ตาจะได้ดูโตขึ้น และแต่งหน้า ง่าย	กรีดแผล (แผลเล็ก)	การดูแลรักษา แผล	ศึกษาข้อมูล จากทีวี ปรึกษาแพทย์	หมอ	หมอ
4	นิตากร ปานเกลี้ยง	ตาจะได้สวยๆ แต่งหน้าง่าย	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ผลข้างเคียงที่ ตามมา, ระยะเวลาพัก ฟื้น,ความ เชี่ยวชาญของ แพทย์ที่ทำการ ผ่าตัด	ต้องเตรียมตัว ให้พร้อมและ ทำตาม คำแนะนำของ แพทย์	หมอที่ ทำ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
5	ธีรารัตน์ อรรถศาสตร์ศรี	อยากให้ตาดูโต และเห็นชั้นตา ชัดเจน	กรีดแผล (แผลยาว)	การดูแลตัวเอง หลังผ่าตัด ระยะเวลาใน การพักฟื้น	ทำให้สุขภาพ แข็งแรง งด การออกกำลังกาย นอก	หมอ	หมอ

ตาราง 35 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
7	น.ส. วิไลลักษณ์ โนรินทอง	เพื่อเพิ่มความ สวยงามให้กับ ใบหน้า ทำให้ ใบหน้า หน้าตา เราดูมีมิติขึ้น	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ผลข้างเคียง ผลกระทบบ อันตราย หรือไม่ที่จะ เกิดขึ้นใน อนาคต	ปรึกษาหมอ ข้อคำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ ศึกษาข้อมูลให้ เพียงพอ	หมอ	หมอ
8	จิตติพร ภู่อุษาณา	จะได้มีดวงตาที่ สวยมากกว่าเดิม	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ผลดี ผลเสีย ผลกระทบหลัง การทำ ความ รับผิดชอบต่อ การทำ ค่าใช้จ่าย	หาข้อมูล (ก่อน ทำ)	หมอ	ทั้งหมด
9	กัญญาวีร์ เจริญธนส์จจะ	เพิ่มความมั่นใจ ให้กับตนเอง	กรีดแผล (แผลเล็ก)	การเตรียมตัว ก่อน-หลังทำ	ปรึกษาแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ ก่อนทำ	หมอ	หมอ
10	น.ส.ววรรณรัตน์ รัตนเลิศ	เป็นคนที่ตาสอง ชั้นแบบหลบใน เห็นไม่ชัด	กรีดแผล (แผลเล็ก)	การรักษาแผล ราคา วิธีการ ทำ รีวิว	ทำความเข้าใจ สะอาดรอบ ดวงตา ส่วน หลังก็รักษา แผลให้ดี ทำ ตามคำแนะนำ ของแพทย์	คลินิก	คลินิก
11	นายปิยะพงษ์ พงศ์พันธุ์	เป็นคนตาชั้น เดียว	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ราคา ชื่อเสียง วิวิว สถานที่ ใกล้เคียงที่พัก การพักผ่อน	ศึกษาข้อมูล ผลดี/ผลเสีย ผลกระทบ ลา งาน เตรียม ร่างกายก่อน ทำ	หมอ	ราคา
12	นางสาวศิริวรรณ อุทรศรี	เพื่อให้การ แต่งหน้าดูมีมิติ ขึ้น	กรีดแผล (แผลเล็ก)	วิธีการดูแล รักษาหลังทำ	เรื่องการกิน อาหาร	หมอ และ คลินิก	วิวิวและ คลินิก

ตาราง 35 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
13	ธัญญลักษณ์ คงประเสริฐ	เสริมดวงเพิ่ม บุคลิกภาพที่ดี	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	คลินิกและหมอ ที่น่าเชื่อถือ	หาข้อมูลและ วิธีการทำ ผลดี และผลเสีย	หมอ	หมอและ ราคา
14	เนตรนภา ปรีเปรม	เพื่อเพิ่มความ มั่นใจให้กับตนเอง	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	ศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับการทำ ตาแต่ละ ประเภท และดู รีวิวต่างๆ	ปรึกษาแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญใน เรื่องการปฏิบัติ ตนก่อนและ หลังทำ	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
15	ทิพวรรณ สิทธิสมบัติ	เพื่อให้แต่งหน้าได้ ง่ายและสวยขึ้น	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	ดูรีวิวต่างๆ และศึกษาผลดี และผลเสียของ การทำตา 2 ชั้น	ศึกษาข้อมูล จากรีวิว และ ปรึกษาแพทย์	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
16	จินตนา มานี	ตา 2 ข้างไม่ เท่ากัน	เย็บจุด	ข้อมูลของ แพทย์ที่จะทำ การผ่าตัด	พักผ่อนให้ เพียงพอ, ลด การเล่น โทรศัพท์มือถือ หรือ คอมพิวเตอร์, หลีกเลี่ยงสิ่ง ที่ทำให้ระคาย เคืองตา	หมอ	หมอ
17	ณัฐมล พะนนาน	เพื่อเสริมดวงตา ให้มีมิติขึ้น	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	วิธีการเตรียม ความพร้อม ก่อนทำ, วิธีการทำตา 2 ชั้น, วิธีการ รักษาหลังทำ, ความ น่าเชื่อถือของ หมอและคลินิก	ศึกษาหาข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง	หมอ	ค่านิ่งถึง ทุกๆ เรื่อง ที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 35 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
18	อนงค์นาฏ สิริขันธ์สุวรรณ	เพื่อแก้ไขความไม่ เท่ากันของชั้นตา	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	วิธีการเตรียม ตัวก่อนทำ, การรักษาตัว หลังทำ, ความ ชำนาญของ แพทย์ที่ทำ ความสะอาด ปลอดภัยใน การทำ	หาข้อมูลใน การทำตา 2 ชั้นว่ามีที่ ประเภท ผลดี และผลเสีย	หมอ	ทุกอย่าง ประกอบ กัน
19	ดวงกมล งามภัทรางกูร	เป็นคนตาชั้นเดียว และมีหนังที่ตา เยอะ	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	ข้อดีและข้อเสีย ของการทำ ระยะเวลาพัก ฟื้น และดูริ้ว ต่างๆ	หาข้อมูล เกี่ยวกับหมอ และคลินิกที่มี ความ น่าเชื่อถือ	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
20	มารศรี อินชายเขา	เป็นคนตา 2 ชั้น หลบโน้ ทำให้ แต่งหน้ายาก	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	ศึกษาข้อมูล การทำตา 2 ชั้น แต่ละประเภท	สอบถามคนที่ เคยทำมาก่อน ในเรื่องการ ปฏิบัติตัวก่อน ทำ และหา ข้อมูลเกี่ยวกับ คลินิกต่างๆ ตามริ้ว	คลินิก	คลินิก, ระยะเวลา รอคิว
21	กฤษณา หมั่นประกอบ	เนื่องจากชั้นตา 2 ข้างไม่เท่ากันจึง อยากแก้ไขให้ เท่ากัน	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	ข้อดีและข้อเสีย ของการทำตา 2 ชั้น รวมถึง การเตรียมตัว ก่อนและหลัง ทำ	หาข้อมูล เกี่ยวกับตา 2 ชั้นแต่ละชนิด เพื่อให้เข้ากับ ใบหน้าเรา เพื่อให้ได้ ผลลัพธ์ออกมา ตามที่คาดหวัง ไว้	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว

ตาราง 35 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
22	โชติกานต์ ตันปานบุญ	เป็นคนตาชั้นเดียว และมีหนังตา ส่วนเกินเยอะ	กรี๊ดแผล (แผลยาว)	ศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับหมอที่ เชี่ยวชาญใน ด้านการทำตา 2 ชั้น และดูรีวิว จากคนที่เคย ทำมาแล้ว	ศึกษาข้อมูล จากรีวิวและ ปรึกษาแพทย์	หมอ หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
23	สุรัชฎา เย็นชุ่ม	มีปัญหาเรื่องชั้น ตา 2 ข้างไม่ เท่ากัน	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	การเตรียมตัว ก่อนทำและ การดูแลรักษา แผลหลังทำ	อ่านจากรีวิว และปรึกษา หมอ	หมอ หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
24	ดวงพร ดาว ประทีป	เป็นคนตา 2 ชั้น หลบใน	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	หาข้อมูล เกี่ยวกับหมอว่า หมอคนไหนเก่ง ในเรื่องการทำ ตา 2 ชั้น และ ระยะเวลาพัก ฟื้น	ศึกษาเรื่องการ ทำตา 2 ชั้นแต่ ละวิธีเพื่อให้ เหมาะสมกับ กับใบหน้าของ เรา รวมถึง วิธีการดูแล รักษาแผลหลัง ทำเพื่อจะได้ ปฏิบัติตัวได้ อย่างถูกต้อง และหายเร็ว	หมอ หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
25	ธัญดา จันทร์เงิน	เป็นคนตาชั้นเดียว ทำให้แต่งหน้าไม่ สวย	กรี๊ดแผล (แผลเล็ก)	หาข้อมูลว่าการ ทำตา 2 ชั้นมีกี่ ประเภท ข้อดี และข้อเสียของ การทำตาแต่ละ ประเภท เพื่อ เลือกให้ เหมาะสมกับ ตัวเองมากที่สุด	ศึกษาเกี่ยวกับ ผลดีและ ผลเสียของการ ทำตา 2 ชั้น และการปฏิบัติ ตัวหลังการ ผ่าตัดเพื่อให้ แผลหายเร็ว โดยไม่ต้องใช้ ระยะเวลาใน การพักฟื้นนาน	หมอ หมอ	หมอและ ราคา

ตาราง 35 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
27	กมลวรรณ ลิมปิยะกุล	เป็นคนตา 2 ชั้น หลบใน ทำให้มี ปัญหาเรื่องการ แต่งตาที่ยากกว่า ปกติ	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ราคา และหมอ ที่มีความ น่าเชื่อถือใน การทำตา 2 ชั้น	หาข้อมูลใน เรื่องการ ปฏิบัติตน ก่อนที่จะรับ การผ่าตัดและ วิธีการปฏิบัติ ตนหลังการ ผ่าตัดเพื่อ ความสะดวก และปลอดภัย ในการทำ	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
28	วรรณภา เกียรติสุวิมล	เป็นคนตาชั้น เดียว	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ข้อดีและ ข้อเสียของการ ทำตา 2 ชั้นแต่ ละประเภท และระยะเวลา ในการพักฟื้น	ปรึกษาหมอ เกี่ยวกับการ ปฏิบัติตนก่อน และหลังทำ และปฏิบัติ ตามอย่าง เคร่งครัด	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว
29	มนธิกาญจน์ พุทธิรังษีวงศ์	เป็นคนตา 2 ชั้น หลบใน	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ศึกษาข้อมูล จากกรีวิว เกี่ยวกับการทำ ตา 2 ชั้นว่า ผลลัพธ์ของแต่ละคนเป็น อย่างไร และ ศึกษาข้อมูล ประเภทของ การทำตา 2 ชั้น	ปรึกษาแพทย์ เรื่องการ ปฏิบัติตนก่อน และหลังทำ	หมอ	หมอและ ราคา
30	กมลชนก หนูอินทร์แก้ว	ชั้นตา 2 ทั้งสอง ข้างไม่เท่ากัน	กรีดแผล (แผลเล็ก)	ผลดีและ ผลเสียของการ ทำตา 2 ชั้น	หาข้อมูลหมอ ที่มีชื่อเสียง และระยะเวลา พักฟื้น	หมอ	หมอ, ระยะเวลา รอคิว



แบบสอบถามสำหรับการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์
ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม.....

1. ทำไมถึงอยากฉีดโบท็อกซ์

.....

.....

.....

2. อยากฉีดโบท็อกซ์ที่บริเวณใดของใบหน้ามากที่สุด

.....

3. ข้อมูลที่ต้องการทราบก่อนการทำโบท็อกซ์ เช่น โบท็อกซ์มีกี่ประเภท ยี่ห้อไหนดี ผลดีผลเสีย
ระยะเวลาพักฟื้น เป็นต้น

.....

.....

.....

4. รีวิวของแต่ละคลินิกมีผลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5. หมอ คลินิก หรือราคา มีผลต่อการตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์มากกว่ากัน

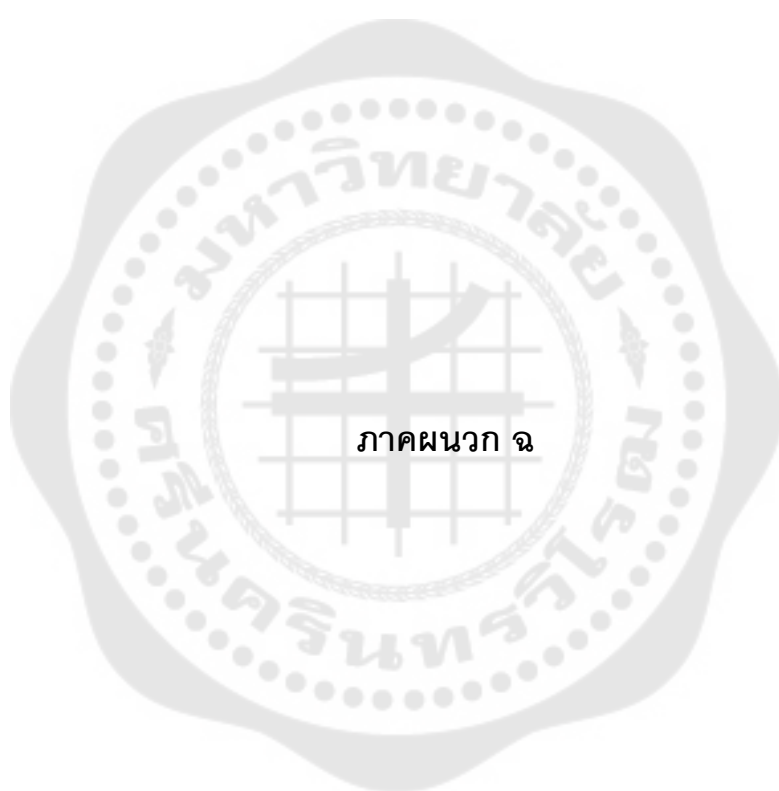
- หมอ
- คลินิกหรือโรงพยาบาล
- ราคา

6. ก่อนตัดสินใจฉีดโบท็อกซ์คำนึงถึงสิ่งไหนมากที่สุด

.....

.....

.....



ตาราง 36 รายละเอียดข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
1	จุฑารัตน์ อึ้งพิพัฒน์พงศ์	อยากหน้าเด็ก ไม่มีริ้วรอย หน้าเรียวขึ้น เล็กลง สวยได้รูป มีความวิเศษ	گرام กรอบ หน้า	ยี่ห้อและผลดี ผลเสียก่อนและหลังทำ	มาก รีวิวยะเยาะ แสดงถึงการได้รับความนิยมนจากลูกค้าและดูมีความน่าเชื่อถือ	ราคา	ความปลอดภัย
2	นางสาวชลธิชา ภูดีทิพย์	อยากมีใบหน้าที่ตั้ง	ได้ตา และหางตา	ยี่ห้อไหนดี	มีผลมากเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ	ราคา	ผลลัพธ์ที่จะตามมาเช่น สวยไหม
3	ภัทราวดี สุขรุ่งเรืองรอง	เนื้อเกินเยอะ รูปหน้าไม่เป็น V Shape	แก้มและคาง	ยี่ห้อ ผลดี ผลเสีย	มาก เพราะ เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ	หมอม	ความน่าเชื่อถือของหมอม
4	กัลยา สุวรรณวงศ์	อยากหน้าเด็ก	บริเวณที่หมอมแนะนำว่าควรฉีด	ประเภท ยี่ห้อ ราคา	50/50 เพราะ รีวิวยะเยาะไม่ได้	ราคา	ผลที่ตามมาว่าอยู่ได้นานหรือเปล่านั้นจะแพ้ไหม
5	ชลธิชา ชัยอมรไพศาล	เพราะอยากลดความ หน้าเรียว หน้าอ่อนวัย	หางตา	โบท็อกซ์มีกี่ประเภท ตัวไหนที่นิยมฉีดกัน ยี่ห้อไหนดี ผลดีผลเสียในการฉีดโบท็อกซ์ ข้อระวังหลังฉีด	มีผลปานกลาง เพราะทางคลินิกต้องเลือกเคสที่ดีมาฉีดอยู่แล้ว แต่ก็ขอคำแนะนำปรึกษาเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยฉีดมาก่อน	หมอม	ความปลอดภัยจากสารที่ใช้ฉีด และหมอมผู้ที่เป็นคนฉีดให้

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
6	นางอุณงค์ ใจห้าว	เพื่อความดี กระชับและไม่ให้ มีรอยเหี่ยวย่น บนใบหน้า	แก้ม	ประเภทของ โบท็อกซ์และ ราคา ผลดี ผลเสียจาก การทำโบ ท็อกซ์	มีผล เนื่องจาก สามารถสร้าง ความน่าเชื่อถือ ต่อลูกค้าที่ใช้ บริการได้	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ราคา ความ ปลอดภัย หลังการทำ โบท็อกซ์
7	อลิสรา วงศ์สุวรรณิ	รูปหน้าจะได้ กระชับ	กราม	ข้อดี ข้อเสีย / ยี่ห้อ	มีมาก เนื่องจาก ต้องการเห็น จากหลายๆ รีวิวเพื่อ ประกอบการ ตัดสินใจทำกับ คลินิก	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ความ น่าเชื่อถือ ของคลินิก นั้นๆ
8	วรรณิศา รักนาค	อยากได้ใบหน้า เรียวยาวเข้ารูป อยากได้หน้าไม่ มีรอยเหี่ยวย่น หรือตีนกา เพื่อ เวลาถ่ายรูปหรือ พบผู้คนจะได้มี ความมั่นใจขึ้น	ริ้วรอย ตีนกา กรอบหน้า ลดกราม	โบท็อกซ์ตัว ไหนที่คน ทั่วไปนิยมฉีด กันและฉีด แล้วเห็นผลไว แค่ไหน ราคา เป็นราคาที่สูง ไปหรือไม่ และคลินิกที่ ต้องไปใช้ บริการนั้น น่าเชื่อถือ หรือไม่	มีผลต่อการ ตัดสินใจมาก เนื่องจากเราจะ ได้รู้ว่าคลินิกไหน ให้บริการเป็นอ ย่างไร ราคา และผลลัพธ์ ของแต่ละคนที่ ออกมา หลังจากฉีด แล้ว	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ความ ปลอดภัย ราคา สถานที่หรือ โรงพยาบาล
9	นิตากร ปานเกลี้ยง	หน้าจะได้สวย เรียวยาวเข้ารูป	แก้ม	ผลดีผลเสีย ระยะเวลาพัก ฟื้น	มีผลมากเพราะ จะได้เป็นข้อมูล ในการตัดสินใจ	หมอ	ความ ปลอดภัย ผลข้างเคียง

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
10	ณัฐนิศา ค้ำชู	อยาก ลบรอย บน ใบหน้า	หางตา	ยี่ห้อที่ใช้ ปริมาณที่ ใช้ ระยะเวลา หลังฉีด กว่าจะ เข้าที่ ความ คงทน ก่อน จะต้องฉีด ครั้งต่อไป	มีผล เล็กน้อย จะ เชื่อจากคำ บอกเล่าของ คนที่รู้จัก มากกว่า	หมด	ผลที่ได้ หลังจากฉีด ว่าตรงความ ต้องการ
11	น.ส.โสภิตา หินพลอย	เพื่อให้ หน้า เข้ารูป สวยงาม	บริเวณ กรอบ หน้า เพื่อให้ หน้าได้ รูปทรง มากขึ้น	ราคา , ชนิดของ โบท์อกซ์ แหล่งมา จากที่ไหน	มีผลมาก เพราะจะได้ เป็นข้อมูลใน การตัดสินใจ	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ความ ปลอดภัย
12	นางสาวอรกัญญา พงษ์พิมาย	เพราะ ไม่ใช่ การ ผ่าตัด ใหญ่ ไม่ น่ากลัว ไม่ต้อง พักฟื้น ไม่เจ็บ	ลดกราม	ต้องการ ทราบทุก ข้อที่กล่าว มา และ ประวัติ ของ แพทย์	มีผลมาก เพราะมีส่วน ช่วยในการ ตัดสินใจ	ราคา	มาตรฐาน คุณภาพ ของแท้ แพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
13	นางสาวกนกนิตกนิษฐ์ อินทุประภา	เพิ่มความ กระชับ ให้กับ ผิวหนังและ บริเวณที่ เหยียดย่น ลด เวลาในการ ทาครีม ทา แป้งง่าย ผิวหนังเต่ง ตึง กระชับ ทำให้เกิด ความมั่นใจ	หน้าผาก หางตา ร่องแก้ม เหนียง (คาง)	การดูแล ตนเองหลัง ฉีด ยี่ห้อ ไหนที่ เหมาะสม กับตนเอง ข้อดี/ข้อเสีย ของแต่ละ ยี่ห้อ แพทย์ ผู้ฉีด สามารถดู ผิวหนังแล้ว รู้ว่าต้องทำ โบท็อกซ์ ตรงจุดไหน แล้วจะดี จะ สวย	การรีวิวมียผล ต่อการ ตัดสินใจมาก เนื่องจากทำ ให้เห็นผล การฉีดก่อน ทำ / หลังทำ เพื่อใช้ ประกอบการ ตัดสินใจ หมอและ คลินิกมีผล ในการ ตัดสินใจ รองลงมา	หมอ	เงิน ผลหลัง ฉีดคุ้มค่า หรือไม่ ความ ปลอดภัย ความ น่าเชื่อถือ ของแพทย์ และคลินิก การเกะยา ใหม่ให้ ผู้รับบริการ เห็นและไม่ ใช้ของ ปลอม
14	เนตรนภา สารพัน	อยากให้ หน้าเรียว กระชับ	ทั้งหน้า	อยากทราบ ผลดีและ ผลเสียของ การฉีดโบท็อกซ์	มีผลต่อการ ตัดสินใจ 50% อีก 50% ศึกษา ข้อมูลด้วย ตนเอง	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ความเสี่ยง หรือข้อเสีย ในการทำ
15	นางสาวเปรมยุดา มีทองแสน	เพราะหน้า กลมมาก เหมือนคน ไม่มีคาง อยากหน้า เรียว วีเซฟ แบบ ธรรมชาติๆ	บริเวณ คาง	ยี่ห้อไหนดี ผลข้างเคียง น้อยที่สุด และ สามารถอยู่ ได้นาน ต้อง เตรียมตัว อย่างไรก่อน ไปฉีดโบท็อกซ์	มีผลมาก พอสมควร เพราะถ้ามี คนที่ฉีดแล้ว พบปัญหา จำนวนมากก็ จะช่วยให้เรา ตัดสินใจว่า คลินิกนั้นไม่ น่าเชื่อถือ	หมอ	ความ เชี่ยวชาญ ของหมอ ความ น่าเชื่อถือ ของคลินิก หรือ โรงพยาบาล ยี่ห้อโบท็อกซ์

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
16	มัลลิกา สมโภชน์	ปรับรูปหน้า	กรรม	ผลดีผลเสีย ค่าใช้จ่าย	มีผลส่วนหนึ่ง เนื่องจากบาง วิธีเชื่อถือได้ และไม่ได้	ราคา	เจ็บไหม
17	กัญญาวีร์ เจริญธรรมส์จจะ	เพิ่มความ มั่นใจให้กับ ตนเอง	กรรม	ระยะเวลาพัก ฟื้น	มาก ความ น่าเชื่อถือ	ราคา	เงิน
18	สิริภา	ลดริ้วรอยบน ใบหน้า	หน้าผาก	ยี่ห้อไหน ผลิตเมื่อไหร่ สมกับราคา หือไม่ คลินิก/ หมอมีความ เชี่ยวชาญ หรือไม่	มีพอสมควร เพราะอยากรู้ ผลลัพธ์ที่ควร จะได้ว่าดี หรือไม่	ราคา	โปรโมชัน
19	Sirilak	อยากให้หน้า ตึงกระชับ ไม่มี ริ้วรอย	หน้าผาก	ผลดี ผลเสีย อาการก่อน และหลังทำ	มี เพราะเป็น ข้อมูลของคน ที่เคยทำแล้ว	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ผลลัพธ์ที่ ได้และ ราคา
20	น.ส.นพวรรณ จันทร์ชิต	ต้องการให้ ใบหน้าไม่มีริ้ว รอย และเรียวยาว เล็กสวยงาม	แก้มและ คาง	อยากทราบ ในเรื่อง ผลกระทบ หลังจากการ ฉีดโบท็อกซ์ ว่า มีผลกระทบ กับร่างกายใน ระยะยาว	การรีวิวจำทำให้ เห็นผลงานที่ ผ่านมาของแต่ ละคลินิก ทำ ให้เกิดความ น่าสนใจมาก ขึ้นและทำให้รู้ ว่าขั้นตอนใน การทำเป็น แบบไหน ทำให้ สามารถเตรียม ตัวล่วงหน้า ก่อนตัดสินใจ ทำการฉีดโบท็อกซ์	หมอ	สิ่งที่ คำนึงถึง มากที่สุด คือ คุณ หมอที่ทำ การฉีดโบท็อกซ์ ต้องมี ชื่อเสียงที่ดี เพื่อทำให้ เกิดความ มั่นใจมาก ขึ้น

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
21	ณิชนันท์ ฉิมแป้น	เพื่อลดริ้วรอย บริเวณใต้ตา	ใต้ตา	ผลดีผลเสีย ความคุ้มค่า หาข้อมูล เปรียบเทียบ เปรียบเทียบ ระหว่างการฉีด Botox Filler หรืออย่างอื่นที่ จะทำให้ ปัญหาริ้วรอย ใต้ตานั้นหาย ถาวร หรือ ได้ผลดีที่สุด ในราคาที่คุ้ม ที่สุด	เพื่อใช้ เปรียบเทียบ เพื่อให้ได้คลินิก ที่ดีที่สุด เพราะ ได้ตามันเป็น ส่วนที่ sensitive หากไม่ดูรีวิวดูดีๆ มีผลมากเพราะ จะได้เป็นข้อมูล ในการตัดสินใจ จะมีผลกระทบ ต่อดวงตา	หมอ	ความคุ้มค่า และความ ปลอดภัย
22	เวรกา สุทธิ	เพื่อให้รูปหน้า เรียวและกระชับ	กรอบหน้า	ชนิดของโบท็อกซ์และ ระยะเวลาของ โบท็อกซ์แต่ละ ชนิดอยู่ได้นาน เท่าไร	มีผลมากเพราะ จะได้เป็นข้อมูล ในการตัดสินใจ	ราคา	ความคุ้มค่า กับเงินที่เสีย ไป
23	นันทวรรณ ชุ่มเพ็ญ	เพื่อลดริ้วรอยบน ใบหน้า	หน้าผาก	ยี่ห้อ, ผลดีและ ผลเสีย	มีผลมากเพื่อใช้ เป็นข้อมูล เบื้องต้นในการ ตัดสินใจ	หมอ	ความ น่าเชื่อถือ ของคลินิก
24	นิติพร คล้ายสุวรรณ	เพื่อให้หน้าเรียว และเข้ารูป	กรามและ กรอบหน้า	ข้อดีและ ข้อเสียของโบท็อกซ์ แต่ละยี่ห้อ เพื่อเลือกให้ เหมาะสมกับ สภาพหน้าของ เรา	มีผลมากเพื่อใช้ ประกอบการ ตัดสินใจ	ราคา	ความน่า เชื่อถือของ แพทย์และ ราคา

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำแบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
25	รุ่งรัตน์ คล้ายแจ็ก	อยากให้หน้าเด็กลงและไม่มีริ้วรอย	กรามและกรอบหน้า	ผลดีและผลเสียจากการทำโบท์อกซ์ และระยะเวลาพักฟื้น	มีผลส่วนหนึ่งเนื่องจากบางรีวิวเป็นของคลินิกอื่นๆ เอง ทำให้ไม่น่าเชื่อถือทั้งหมด	หมอ	ความคุ้มค่าและความน่าเชื่อถือของแพทย์
26	บัทมาภรณ์ บุตรดีวงษ์	เป็นคนหน้ากลมเลยอยากให้เห็นาเป็นวีเซฟ	คาง	ชนิดของโบท์อกซ์และระยะเวลาพักฟื้น	มีผลส่วนหนึ่งส่วนมากจะถามจากคนคนที่เคยทำมาแล้วมากกว่า	คลินิกหรือโรงพยาบาล	ความคุ้มค่าของผลลัพธ์ที่ได้
27	ดาราวณี เสาศิลา	เป็นคนหน้ากลมเลยอยากให้เห็นาเข้ารูปและกระชับ	กรอบหน้าและกราม	ผลดีและผลเสียของการทำโบท์อกซ์และยี่ห้อไหนเหมาะสมกับเรามากที่สุด	มีผลมาก เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ	ราคา	ความน่าเชื่อถือของแพทย์
28	พรทิพย์ อินทร์พรม	เพื่อให้หน้าได้รูปและกระชับ	กราม	โบท์อกซ์ยี่ห้อและยี่ห้อไหนคุ้มค่ากับราคามากที่สุด	มีผลมาก เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ	ราคา	ความคุ้มค่าและผลลัพธ์ที่ได้
29	ฐานิตา รักไทย	เพื่อไม่ให้มีรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า	หน้าผาก	โบท์อกซ์ยี่ห้อไหนเหมาะสมกับหน้าของเรามากที่สุดและหมอต่านไหนทำมาแล้วผลลัพธ์ออกมาดี	มีผลเพียงส่วนหนึ่ง เพราะบางรีวิวเป็นของคลินิกเองเลยนำแต่เคสดีๆ มารีวิว	หมอ	ความน่าเชื่อถือของหมอ

ตาราง 36 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ทำ แบบสอบถาม	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3	ข้อ 4	ข้อ 5	ข้อ 6
30	อาชีพฯ เหมือน แก้ว	เป็นคนหน้า กลม อยากมี ใบหน้าี่เข้ารูป และกระชับ	คางและ แก้ม	ผลดีและ ผลเสียจาก การทำโบที ออกซ์ และ คลินิกไหนมี ความ น่าเชื่อถือใน การทำ	มีผลมาก ใช้ สำหรับ ประกอบการ ตัดสินใจ	คลินิกหรือ โรงพยาบาล	ความ น่าเชื่อถือ ของแต่ละ คลินิก







แบบทดสอบเพื่อการวิจัย
เรื่อง การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง
(ศัลยกรรมตา 2 ชั้น)

คำชี้แจงแบบทดสอบ

แบบทดสอบชุดนี้มีวัตถุประสงค์ประกอบการศึกษาของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการศัลยกรรมตกแต่ง (ศัลยกรรมตา 2 ชั้น) ข้อมูลที่ได้รับจากแบบทดสอบนี้ จะใช้เพื่อการศึกษา ค้นคว้าเท่านั้น ข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

คำชี้แจง โปรดระบุข้อมูล และทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศสภาพ

1. ชาย

2. หญิง

2. เพศวิถี

1. ปกติ

2. เกย์

3. เลส หรือเลสเบียน

4. ทอม

5. ดี

6. ตู๊ด

7. ไบ

8. กะเทย

9. สวาทประเทยสอง

3. อายุ

1. 15 – 22 ปี

2. 23 – 30 ปี

3. 31-38 ปี

4. 39 – 46 ปี

5. 47 – 54 ปี

6. 55 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. พนักงานขาย | <input type="checkbox"/> 2. ผู้ประกาศข่าว |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | <input type="checkbox"/> 4. ครู / อาจารย์ |
| <input type="checkbox"/> 5. ดารานักแสดง | <input type="checkbox"/> 6. พนักงานบริษัท |
| <input type="checkbox"/> 7. นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 15,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 25,001 – 35,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 35,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 45,001 – 55,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 55,001 บาทขึ้นไป | |

6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี | |

7. ภูมิภาคใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> 2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 4. ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> 6. ภาคตะวันตก |

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

คำชี้แจง กรุณาศึกษาข้อมูลต่อไปนี้ เพื่อประกอบการตอบคำถามในข้อ 7-14

6 คุณลักษณะ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ดังนี้

1. **คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล** คือ หมอที่ได้รับการยอมรับในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

จนเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

1.1 **โรงพยาบาล** หมายถึง สถานพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องในหลายๆ ด้าน รวมถึงมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและครบวงจร

1.2 **คลินิก** หมายถึง สถานพยาบาลขนาดเล็กที่มีบุคลากรทางการแพทย์เฉพาะด้าน และมีเครื่องมือทางการแพทย์เฉพาะด้าน

2. **คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอม** คือ หมอที่ได้รับการยอมรับในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น จนเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

2.1 หมอที่มีชื่อเสียง หมายถึง หมอที่มีชื่อเสียงในด้านการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น

2.2. หมอทั่วไป หมายถึง หมอศัลยกรรมเสริมความงามทั่วไป

3. **คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว** คือ ระยะเวลาในการรอทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น โดยแบ่งเป็น 1 – 3 เดือน, 4 – 6 เดือน และ 6 เดือนขึ้นไป

4. **คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก** คือ การบอกเล่าประสบการณ์เรื่องการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ในเชิงบวก โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย

5. **คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ** คือ การบอกเล่าประสบการณ์เรื่องการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น ในเชิงลบ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย

6. **คุณลักษณะด้านราคา** คือ อัตราค่าบริการทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น โดยแบ่งเป็น 15,000 – 30,000 บาท, 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป

คำถาม: สมมติว่า ท่านต้องทำศัลยกรรมตา 2 ชั้น และกำลังมองหาสถาบันเสริมความงามที่จะเข้าใช้บริการจากรูปแบบการให้บริการของสถาบันเสริมความงามตามที่ระบุไว้ ขอให้ท่านเลือกสถาบันเสริมความงามที่ท่านพอใจและต้องการใช้บริการมากที่สุดในแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ของแต่ละทางเลือก

ข้อ 7 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	โรงพยาบาล	หมอมี่ชื่อเสียง	4 – 6 เดือน	น้อย	มาก	15,000 – 30,000 บาท
B	คลินิก	หมอมี่ชื่อเสียง	6 เดือนขึ้นไป	มาก	ปานกลาง	30,001 – 45,000 บาท

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A

สถาบันเสริมความงาม B

ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 8 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	6 เดือนขึ้นไป	มาก	ปานกลาง	30,001 – 45,000 บาท
B	โรงพยาบาล	หมอทั่วไป	1 – 3 เดือน	ปานกลาง	น้อย	45,001 บาทขึ้นไป

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 9 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	คลินิก	หมอทั่วไป	1 – 3 เดือน	ปานกลาง	น้อย	45,001 บาทขึ้นไป
B	คลินิก	หมอทั่วไป	4 – 6 เดือน	น้อย	มาก	15,000 – 30,000 บาท

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 10 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	4 – 6 เดือน	น้อย	มาก	15,000 – 30,000 บาท
B	คลินิก	หมอทั่วไป	6 เดือนขึ้นไป	มาก	ปานกลาง	30,001 – 45,000 บาท

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 11 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	4 – 6 เดือน	มาก	ปานกลาง	30,001 – 45,000 บาท
B	คลินิก	หมอทั่วไป	6 เดือนขึ้นไป	ปานกลาง	น้อย	45,001 บาทขึ้นไป

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 12 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริม**

ความงาม B

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	โรงพยาบาล	หมอทั่วไป	4 – 6 เดือน	ปานกลาง	น้อย	45,001บาทขึ้นไป
B	โรงพยาบาล	หมอทั่วไป	4 – 6 เดือน	น้อย	มาก	15,000 – 30,000 บาท

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 13 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริม**

ความงาม B

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	1 – 3 เดือน	น้อย	มาก	15,000 – 30,000 บาท
B	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	4 - 6 เดือน	มาก	ปานกลาง	30,001 – 45,000 บาท

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 14 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านระยะเวลารอคิว	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา
A	โรงพยาบาล	หมอทั่วไป	6 เดือนขึ้นไป	มาก	น้อย	30,001 – 45,000 บาท
B	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	1 – 3 เดือน	ปานกลาง	น้อย	45,001 บาทขึ้นไป

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

****ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการทำแบบทดสอบในครั้งนี้****





แบบทดสอบเพื่อการวิจัย

เรื่อง การใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนามลิตภัณฑ์ในการให้บริการคลังกรรมตกแต่ง (จีดโบท์ออกซ์)

คำชี้แจงแบบทดสอบ

แบบทดสอบชุดนี้มีวัตถุประสงค์ประกอบการศึกษาของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ Conjoint Analysis เพื่อการพัฒนามลิตภัณฑ์ในการให้บริการคลังกรรมตกแต่ง (จีดโบท์ออกซ์) ข้อมูลที่ได้รับจากแบบทดสอบนี้ จะใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการจีดโบท์ออกซ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบทดสอบ

คำชี้แจง โปรดระบุข้อมูล และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศสภาพ

1. ชาย

2. หญิง

2. เพศวิถี

1. ปกติ

2. เกย์

3. เลส หรือเลสเบียน

4. ทอม

5. ดี

6. ตู๊ด

7. ไบ

8. กะเทย

9. สวาทประเภทสอง

3. อายุ

1. 15 – 22 ปี

2. 23 – 30 ปี

3. 31-38 ปี

4. 39 – 46 ปี

5. 47 – 54 ปี

6. 55 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. พนักงานขาย | <input type="checkbox"/> 2. ผู้ประกาศข่าว |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | <input type="checkbox"/> 4. ครู / อาจารย์ |
| <input type="checkbox"/> 5. ดารานักแสดง | <input type="checkbox"/> 6. พนักงานบริษัท |
| <input type="checkbox"/> 7. นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 15,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 25,001 – 35,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 35,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 45,001 – 55,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 55,001 บาทขึ้นไป | |

6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี | |

7. ภูมิภาคใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> 2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 4. ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> 6. ภาคตะวันตก |

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์

คำชี้แจง กรุณาศึกษาข้อมูลต่อไป นี้ เพื่อประกอบการตอบคำถามในข้อ 7-14

6 **คุณลักษณะ** ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการฉีดโบท็อกซ์ ดังนี้

1. **คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล** คือ หมอที่ได้รับการยอมรับในฉีดโบท็อกซ์ จนเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจทำศัลยกรรมตา 2 ชั้นแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

1.1 **โรงพยาบาล** หมายถึง สถานพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องหลายด้าน รวมถึงมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและครบวงจร

1.2 **คลินิก** หมายถึง สถานพยาบาลขนาดเล็กที่มีบุคลากรทางการแพทย์เฉพาะด้าน และมีเครื่องมือทางการแพทย์เฉพาะด้าน

2. **คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ** คือ หมอที่มีชื่อเสียงเรื่องการฉีดโบท็อกซ์ จนเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

2.1 **หมอที่มีชื่อเสียง** หมายถึง หมอที่มีชื่อเสียงในด้านการฉีดโบท็อกซ์ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคที่สนใจฉีดโบท็อกซ์

2.2. หมอทั่วไป หมายถึง หมอศัลยกรรมเสริมความงามทั่วไป

3. **คุณลักษณะด้านรีวิวจีงบวก** คือ การบอกเล่าประสบการณ์เรื่องการฉีดโบท็อกซ์ ในจีงบวก โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย

4. **คุณลักษณะด้านรีวิวจีงลบ** คือ การบอกเล่าประสบการณ์เรื่องการฉีดโบท็อกซ์ ในจีงลบ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย

5. **คุณลักษณะด้านราคา** คือ อัตราค่าบริการฉีดโบท็อกซ์ โดยแบ่งเป็น 4 ช่วงระดับ ได้แก่ 5,000 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท, 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป

6. **คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์** คือ ประเทศผู้ผลิตโบท็อกซ์แต่ละยี่ห้อ แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ อเมริกา เกาหลี และอังกฤษ

คำถาม: สมมติว่า ท่านต้องฉีดโบท็อกซ์ และกำลังมองหาสถาบันเสริมความงามที่จะเข้าใช้บริการ จากรูปแบบการให้บริการของสถาบันเสริมความงามตามที่ระบุไว้ ขอให้ท่านเลือกสถาบันเสริมความงามที่ท่านพอใจและต้องการใช้บริการมากที่สุดในแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ของแต่ละทางเลือก

ข้อ 7 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวจีงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวจีงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบท็อกซ์
A	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	มาก	ปานกลาง	15,001 – 20,000 บาท	อเมริกา
B	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	ปานกลาง	น้อย	20,001 บาทขึ้นไป	เกาหลี

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A

สถาบันเสริมความงาม B

ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 8 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอกซ์
A	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	ปานกลาง	น้อย	20,001 บาทขึ้นไป	เกาหลี
B	โรงพยาบาล	หมอทั่วไป	น้อย	มาก	5,000 – 10,000 บาท	อังกฤษ

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 9 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอกซ์
A	คลินิก	หมอทั่วไป	น้อย	มาก	5,000 – 10,000 บาท	อังกฤษ
B	คลินิก	หมอทั่วไป	มาก	ปานกลาง	10,001 – 15,000 บาท	อเมริกา

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 10 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอกซ์
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	มาก	ปานกลาง	10,001 – 15,000 บาท	อเมริกา
B	คลินิก	หมอทั่วไป	ปานกลาง	น้อย	15,001 – 20,000 บาท	เกาหลี

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 11 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ**สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอกซ์
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	ปานกลาง	น้อย	15,001 – 20,000 บาท	เกาหลี
B	คลินิก	หมอทั่วไป	น้อย	มาก	20,001 บาทขึ้นไป	อังกฤษ

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 12 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอกซ์
A	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	น้อย	มาก	20,001 บาทขึ้นไป	อังกฤษ
B	คลินิก	หมอมือทั่วไป	มาก	ปานกลาง	5,000 – 10,000 บาท	อเมริกา

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 13 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีอกซ์
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	มาก	ปานกลาง	5,000 – 10,000 บาท	อเมริกา
B	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	ปานกลาง	น้อย	10,001 – 15,000 บาท	เกาหลี

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

ข้อ 14 ให้ท่านพิจารณาเปรียบเทียบการให้บริการของ **สถาบันเสริมความงาม A** และ **สถาบันเสริมความงาม B**

สถาบันเสริมความงาม	คุณลักษณะด้านสถานพยาบาล	คุณลักษณะด้านชื่อเสียงของหมอ	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงบวก	คุณลักษณะด้านรีวิวเชิงลบ	คุณลักษณะด้านราคา	คุณลักษณะด้านแหล่งที่มาของโบทีกซ์
A	คลินิก	หมอมือชื่อเสียง	ปานกลาง	น้อย	10,001 – 15,000 บาท	เกาหลี
B	โรงพยาบาล	หมอมือชื่อเสียง	น้อย	มาก	15,001 – 20,000 บาท	อังกฤษ

เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการของสถาบันเสริมความงาม A และ B ท่านจะเลือกการให้บริการของสถาบันเสริมความงามใด

สถาบันเสริมความงาม A
 สถาบันเสริมความงาม B
 ไม่เลือกทั้งคู่

****ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการทำแบบทดสอบในครั้งนี้****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	เยาวลักษณ์ กำเนิดกาญจน์
วัน เดือน ปี เกิด	8 มิถุนายน 2530
สถานที่เกิด	กาญจนบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2553 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ที่อยู่ปัจจุบัน	733 ถ.เทอดไท แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ

