

ค่านิยมและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการ  
ศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร  
Value and Service Quality Influencing Working People's Trust to use  
Beauty Surgery Service in Bangkok Metropolitan District

กิงกานญ์ หวังดี  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Kingkan Wangdee  
E-mail: kingkanwangdee@gmail.com  
Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand.  
Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจและสรุปความคิดเห็นของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อค่านิยม คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม (2) เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพลของค่านิยมและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ทำการรับรองด้านเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและมีการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.924 ใช้ตัวอย่างจำนวน 200 คน เลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ทั้งนี้การทดสอบสมมติฐานทำที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยเห็นด้วยต่อค่านิยมในภาพรวมระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ค่านิยมส่วนบุคคล นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นโดยเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านสิ่งสัมผัสได้ และด้านความเชื่อถือได้ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความไว้วางใจในการใช้บริการโดยไว้วางใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับไว้วางใจมากที่สุด คือ ด้านความสะอาดของอุปกรณ์และสถานที่

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่ามีเพียงตัวแปรคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ค่านิยม; คุณภาพการบริการ; ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมความงาม

### **Abstract**

The purposes of this study aimed to (1) investigate the consumers' attitude toward value, service quality and trust to use beauty surgery service. (2) analyze the effects of value and service quality influencing working people's trust to use beauty surgery service in Bangkok metropolitan district, the administered questionnaire with the reliability value of 0.924 and approved content validity by the experts were employed for data collection. The 200 samples were randomly selected by using the convenient sampling method. Both descriptive and inferential statistics were applied including percentage calculation, frequency, mean, standard deviation, as well as multiple regression analysis.

The research findings were revealed that the average respondents strongly agreed for their attitudes toward value, when considering each aspect, it was found that the aspect with strongly agreed for their value toward was personal values. while service quality was strongly agreed, when considering each aspect, it was found that the aspect with strongly agreed for their service quality toward was tangibility and reliability. Moreover, the respondents strongly trust to use beauty surgery service, when considering each aspect, it was found that the aspect with strongly agreed for their trust to use beauty surgery service toward was cleanliness of equipment and locations.

According to the hypothesis testing that was statistically significant level at 0.05, it was proved that only service quality such as empathy, reliability, responsiveness, and tangibility affected consumers repurchase decisions to trust to use beauty surgery service in Bangkok metropolitan district.

**Keywords:** Value; Service quality; Trust to use beauty surgery service.

## บทนำ

### สถานการณ์ ที่มา และปัญหาของการวิจัย

การทำศัลยกรรมความงามในปัจจุบัน ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงตัวเองและช่วยสร้างความมั่นใจมากขึ้น แม้ว่าหลายคนพยายามทำให้หน้าตาของตัวเองดูดีขึ้นด้วยเครื่องสำอาง แต่แท้จริงแล้วปัญหาเรื่องโครงสร้างของใบหน้า ร่องรอยการหย่อนคล้อยของผิวหนัง ก็ยากต่อการแก้ไขด้วยเครื่องสำอาง ต้องอาศัยการผ่าตัดเพื่อปรับแก้จุดบกพร่องเหล่านี้ให้ดูดี สวยเด่นขึ้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่หลายคนมักจะหาทางออกในการเพิ่มความสวยให้กับตัวเองด้วยการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ อาทิ โรงพยาบาลที่สร้างแผนกศัลยกรรมความงามและผิวพรรณขึ้นมาไว้ให้บริการ การเพิ่มขึ้นของคลินิกเสริมความงาม สถาบันความงาม และเอเจนซีศัลยกรรมที่พาบินไปศัลยกรรมถึงเกาหลี รวมทั้งหมอที่มีชื่อเสียงเองนอกจากจะเข้าเวรตามระบบโรงพยาบาลแล้ว ก็เลือกที่จะออกมาเปิดคลินิกเป็นของตัวเองมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเหล่านี้ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น ใช้อินฟลูเอนเซอร์เป็นพรีเซนเตอร์ การจัดโปรโมชั่นราคาถูกโดยมีเงื่อนไขให้ลูกค้ารีวิวก่อนทำและหลังทำ รวมถึงการเน้นถึงความเชี่ยวชาญและความพร้อมในการให้บริการเพื่อสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงาม การที่จะสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงามนั้น ต้องอาศัยปัจจัยค่านิยม และปัจจัยคุณภาพการบริการ ดังที่ กนกพร กระจำแสง, 2561 ได้อธิบายไว้ว่า ค่านิยมมีความสำคัญในการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม เพราะช่วยเสริมบุคลิกภาพให้เข้าสังคมได้ง่าย เมื่อทำศัลยกรรมแล้วทำให้มีหน้าที่ที่สวยงามขึ้น ทำให้รู้สึกมั่นใจ แม้มาตรฐานความงามจะมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย แต่ก็เป็ค่านิยมที่ถูกสร้างใหม่อยู่ซ้ำแล้วซ้ำเล่า ส่งผลให้สถานบริการใช้ค่า นิยมเป็นเครื่องมือในการสร้างความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงาม ในขณะที่ โสรจจะราช เถระพันธ์, 2561 ได้อธิบายไว้ว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญมาก ควรมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการบริการด้วยการสร้างความแตกต่างการให้บริการ เพื่อทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจที่เลือกใช้บริการ และ รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561 ได้อธิบายไว้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ การเสนอคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ เพื่อให้ผู้รับบริการพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ ส่งผลให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้เกิดความชัดเจนกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงามที่จะนำไปสู่ผลสรุปของการศึกษาที่ว่าปัจจัยด้านค่านิยม และคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำเสนอปัญหาของการวิจัยของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ ให้ระดับความคิดเห็นอย่างไรต่อปัจจัยด้านค่านิยมและคุณภาพการบริการที่จะทำให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงาม
2. ปัจจัยด้านค่านิยมและคุณภาพการบริการจะส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงามหรือไม่ในลักษณะใด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น ดังนั้นวัตถุประสงค์ในครั้งนี้ ได้แก่

1. เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อค่านิยม คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจการเลือกใช้สถานบริการสัลยกรรมความงาม
2. เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพลของค่านิยมและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจการเลือกใช้สถานบริการสัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้เทคนิคของการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่จะใช้ศึกษา และนำตัวแปรเหล่านั้นมาศึกษารายละเอียดของตัวแปรทุกตัวและความสัมพันธ์หรืออิทธิพลระหว่างกันตัวแปรที่ศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรประเภทต่างๆ ได้แก่ ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น คือ (1) ค่านิยม (2) คุณภาพการบริการ และตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการสัลยกรรมความงามตัวแปรตามที่กล่าวมาข้างต้นจะนำมาศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกัน ดังนี้

1. การส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกันระหว่างค่านิยมกับความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการสัลยกรรมความงาม
2. การส่งผลหรือการมีอิทธิพลต่อกันระหว่างคุณภาพการบริการกับความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการสัลยกรรมความงาม

### ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจและบุคคลที่ได้นำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจที่จะได้รับประโยชน์ ได้แก่ ธุรกิจบริการสัลยกรรม โดยที่ธุรกิจจะนำไปใช้ในการวางแผนนโยบายและกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การบริการอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ
2. บุคคลที่สนใจ ได้แก่ นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลวิชาชีพต่างๆ ที่กลุ่มบุคคลเหล่านี้สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ อาทิ (1) นำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อขยายผลการศึกษาให้มีความลึกซึ้งมากขึ้น หรือนำไปใช้ประกอบการเขียนผลงานทางวิชาการให้มีความชัดเจนเพิ่มขึ้น (2) นำไปใช้เป็นประเด็นในการศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ หรือเพิ่มรายละเอียดของการศึกษาที่สนใจอยู่ในขณะนั้นให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น (3) นำไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความรู้และทักษะให้กับการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย
3. กลุ่มนักวิชาการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ดังนี้ (1) นำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ (2) นำไปใช้เป็นข้อมูลในการเขียนผลงานทางวิชาการให้มีความชัดเจนมากขึ้น

(3) นำไปใช้เป็นการขยายความรู้ และเกิดเป็นความรู้ใหม่ที่อธิบายถึงตัวแปรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ให้เกิดความเข้าใจในเชิงลึกได้มากยิ่งขึ้น ในลักษณะของอิทธิพลที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแปร

### **การทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

การนำเสนอเนื้อหาของบทนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

#### **การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับค่านิยม**

อังคณา ยศวิปาน (2564) ได้ให้ความหมายถึงค่านิยมว่าเป็นสิ่งที่กลุ่มบุคคลหรือสังคมมีการยึดถือเกี่ยวข้องกับสิ่งรอบตัวของเรา ในขณะที่ ขวัญรัตน์ ทรัพย์ประเสริฐ (2560) ได้อธิบายว่าค่านิยมคือสิ่งที่บุคคลนั้นหรือคนส่วนใหญ่ในสังคมสนใจ นอกจากนี้ แสงเดือน วันอุดมเดชชัย (2556) ได้ศึกษาเรื่องมีวัดค่านิยม โดยใช้แนวคิด List of Value จึงได้แบ่งค่านิยมออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกคือค่านิยมทางสังคม กลุ่มนี้จะมีมุมมองต่อชีวิตว่าถูกกำหนดให้เป็นไปตามสถานการณ์ภายนอก กลุ่มที่สองคือค่านิยมส่วนบุคคล กลุ่มนี้มักจะควบคุมสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตตนเอง กลุ่มที่สามคือค่านิยมส่วนบุคคล กลุ่มนี้ชอบการมีสัมพันธ์ พบปะพูดคุยกับผู้อื่น ผลการศึกษาที่ได้จากคำอธิบายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ค่านิยมประกอบไปด้วย (1) ค่านิยมทางสังคม (2) ค่านิยมส่วนบุคคล และ (3) ค่านิยมระหว่างบุคคล

#### **การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ**

สุรียน การะเวก (2564) ได้ให้ความหมายถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นความสามารถในการสื่อสารหรือส่งมอบการบริการในระดับที่ลูกค้าคาดหวัง ในขณะที่ วรัสสิญา ศุภธนโชติพิงศ (2562) ได้อธิบายว่าคุณภาพการบริการ คือ ความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการตามมาตรฐาน นอกจากนี้ ไสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้อธิบายไว้ว่า คุณภาพการบริการ คือ การบริการที่เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย (1) สิ่งสัมผัสได้ (2) ความเชื่อถือได้ (3) การตอบสนอง (4) ความมั่นใจ และ (5) ความเอาใจใส่

#### **การทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ**

ปิยพงษ์ สัจจาพิทักษ์ (2560) ได้ให้ความหมายถึงความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการว่าเป็นการแสดงออกซึ่งความไว้วางใจในบริการหรือบุคคลให้บริการ ในขณะที่ชินุช สวัสดิ์นาม (2560) ได้อธิบายว่าความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ คือ ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการ นอกจากนี้ Liang (2559) ได้อธิบายไว้ว่า ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ คือ การยอมรับและการไว้วางใจของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการ สามารถสรุปได้ว่า ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการประกอบไปด้วย (1) ความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่และบุคลากรทางการแพทย์ (2) เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยและปลอดภัย (3) ชื่อเสียงของสถานบริการในเรื่องความชำนาญ (4) เวลาที่นัดหมายก่อนใช้บริการ (5) ค่าบริการที่เหมาะสมกับการบริการ (6) ความปลอดภัยต่อสุขภาพ

ร่างกายและจิตใจ (7) ขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว (8) ความสะอาดของอุปกรณ์และสถานที่ (9) ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการทำศัลยกรรมที่ตรงกับความต้องการ

### **การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยมที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ**

อังคณา ยศวิปาน (2564) ขวัญรัตน์ ทรัพย์ประเสริฐ (2559) และแสงเดือน วันอุดมเดชาชัย (2556) ได้อธิบายถึงผลที่เกิดจากการที่ผู้รับบริการมีค่านิยมในการเลือกใช้บริการไว้วางใจว่า ค่านิยมนั้นจะเกิดผลตามมาต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคในเรื่องต่อไปนี้คือ (1) ความไว้วางใจที่จะใช้บริการภายใต้ตราสินค้าเดิมต่อไป (2) การตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยไม่ลังเล (3) การแนะนำต่อบุคคลอื่น จึงสรุปได้ว่าค่านิยมส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมความงามของของหน่วยงานในเขตกรุงเทพฯ

### **การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับค่านิยมที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ**

อังคณา ยศวิปาน (2564) ได้ทำการศึกษาพบว่าค่านิยมทางสังคมเป็นส่วนที่ช่วยทำให้เห็นแนวทางพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจและเกิดการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดในจังหวัดสมุทรสงคราม ในขณะที่ ปารมี รอดกลิ่น (2562) ได้ทำการศึกษาพบว่าค่านิยมส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านทางช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในประเทศไทย นอกจากนี้ แสงเดือน วันอุดมเดชาชัย (2556) ได้ทำการศึกษาพบว่าค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมระหว่างบุคคลส่งผลต่อความไว้วางใจในภาพลักษณ์ตราสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจากต่างประเทศของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ สรุปได้ว่าตัวแปรทั้งสองมีการส่งผลต่อกัน สามารถอธิบายในที่นี้ได้ว่าความไว้วางใจในภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคนั้นเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคมีค่านิยมต่อตราสินค้านั้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลระหว่างคุณภาพการบริการกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ

**สมมติฐานที่ 1:** ค่านิยมส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมความงามของของหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### **การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ**

สุรียน การะเวก (2564) วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) และ โสรจจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้อธิบายถึงผลที่เกิดจากการที่ผู้รับบริการต้องการคุณภาพการบริการในการเลือกใช้บริการไว้วางใจว่า คุณภาพการบริการนั้นจะเกิดผลตามมาต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคในเรื่องต่อไปนี้คือ (1) ความไว้วางใจที่จะใช้บริการภายใต้ตราสินค้าเดิมต่อไป (2) การตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยไม่ลังเล (3) การแนะนำต่อบุคคลอื่น จึงสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ ศัลยกรรมความงามของของหน่วยงานในเขตกรุงเทพฯ

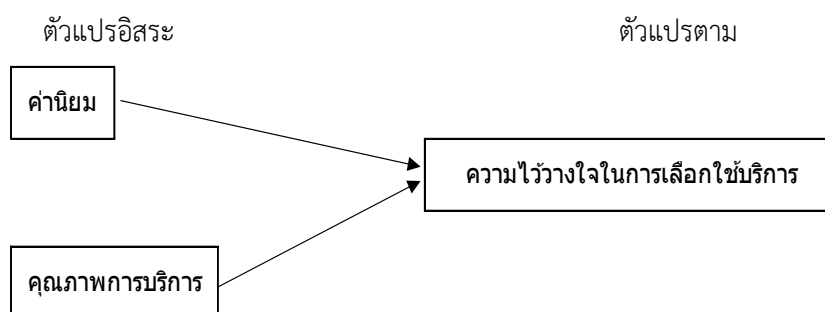
### **การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ**

กุลจิตร รุญเจริญ (2564) ได้ทำการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้รับบริการที่แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลศรีสะเกษ ในขณะที่ ชยุตม์กนต์ พงศ์จิกร และคณะ (2563) ได้

ทำการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในตราสินค้าในธุรกิจคลินิกเสริมความงาม นอกจากนี้ โสรังจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี และ Liang (2559) ได้ทำการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจต่อร้านสปาของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ สรุปได้ว่าตัวแปรทั้งสองมีการส่งผลต่อกัน สามารถอธิบายในที่นี้ได้ว่าความไว้วางใจในภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคนั้นเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคได้รับคุณภาพในการบริการนั้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลระหว่างคุณภาพการบริการกับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ

**สมมติฐานที่ 2:** คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

#### กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 แสดงเส้นทางของความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผล/ อิทธิพลระหว่างตัวแปร

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดคุณสมบัติไว้เพื่อให้ได้ประชากรที่ความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากประสบการณ์ของตนเองหรือได้รับจากแหล่งข้อมูลประเภทต่างๆ อาทิ ผู้ที่มีความสนิทใกล้ชิด เอกสารทางช่องทางประเภทอื่น เป็นต้น ความรู้และความเข้าใจดังกล่าว ส่งผลให้ประชากรสามารถให้ข้อมูลโดยแสดงความคิดเห็นได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับประเด็นที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งคุณสมบัติของประชากร ได้แก่ เป็นบุคคลวัยทำงาน และอาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานคร ซึ่งจำนวนประชากรที่มีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ เนื่องจากไม่มีแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้

##### ตัวอย่าง

หมายถึง ตัวแทนของประชากรที่นำมาใช้ในการศึกษาเนื่องจากขนาดของประชากรที่มีขนาดใหญ่และผู้วิจัยจะใช้ตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงกับประชากรของการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนเพื่อให้ได้

ตัวอย่างที่มีคุณสมบัติดังกล่าวต่อไปนี้

1. ทบทวนคุณสมบัติของประชากรที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น
2. ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก
3. การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ โดยใช้แอปพลิเคชันสำเร็จรูป

4. จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวน ประชากรคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้สถานบริการคลยกรรมที่แน่นอน เพราะไม่สามารถหาแหล่งข้อมูลที่รายงานจำนวนดังกล่าวได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณจำนวนตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Cochran (1997) ซึ่งเป็นสูตรการคำนวณที่ใช้ในกรณีที่ ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนี้

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

ในที่นี้ n = จำนวนหรือขนาดตัวอย่าง

Z = ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 93 เท่ากับ 1.89

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของจำนวนหรือขนาด

ตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.07 แทนค่าสูตรจะได้จำนวนหรือขนาดตัวอย่างเท่ากับ 183 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะใช้จำนวน 200 ตัวอย่างเนื่องจากต้องการสำรองความผิดพลาดที่อาจเกิดจากความผิดพลาดจากการตอบคำถามของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผิดพลาดหรือตอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

### **เครื่องมือในการศึกษา**

งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการอยู่ได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการตั้งเป็นคำถามและผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามที่เป็นลักษณะการแสดงความคิดเห็นดังมีรายละเอียดของการจัดทำเครื่องมือ คือ

**ที่มาของเครื่องมือ** คือคำถามที่อยู่ในแบบสอบถามที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ศึกษาทุกตัว และทุกประเภทรัน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ประกอบด้วย (1) แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (2) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มีการศึกษามาก่อน (3) คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ (4) คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

**องค์ประกอบของเครื่องมือ** คือแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษประกอบด้วยคำถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : คำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ ลักษณะคำถามในส่วนนี้ จะเป็นคำถามชนิดปลายปิด เป็นแบบให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องค่านิยม มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 : คำถามเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องคุณภาพการบริการ มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 19 ข้อ



ส่วนที่ 4 : คำถามเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม มีคำถามจำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ

ลักษณะคำถามในส่วนที่ 2, 3 และ 4 เป็นคำถามชนิดปลายปิดแบบแบ่งระดับคะแนน โดยค่าคะแนนที่มีค่าน้อยที่สุดมีค่าเท่ากับ 1 และค่าคะแนนที่มีค่ามากที่สุดมีค่าเท่ากับ 5

**การตรวจสอบเครื่องมือ** ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำถามของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปแจกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งการตรวจสอบเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ

1. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญต่อประเด็นคำถามที่จะใช้วัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอความคิดเห็น หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะต่างๆ และนำมาปรับปรุงแก้ไขสำหรับข้อคำถามที่มีการท้วงติงและแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษา

2. การตรวจสอบความเชื่อถือ หรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยผู้วิจัยได้ทำการทดลองโดยนำแบบสอบถามจำนวน 30-40 ชุด ไปทดลองกับกลุ่มทดลองจำนวน 30-40 คน ซึ่งกลุ่มทดลองจะต้องมีคุณสมบัติของประชากรอย่างครบถ้วน เมื่อได้รับคำตอบแล้วจะนำคำตอบไปคำนวณค่าโดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์ครอนแบช (Cronbach's Alfa Coefficient) ค่าสรุปสัมประสิทธิ์อัลฟาของตัวแปรแต่ละตัว ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : ค่าสรุปสัมประสิทธิ์อัลฟา

| ชื่อตัวแปรต้น และตัวแปรตาม         | ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบชอัลฟา |
|------------------------------------|-----------------------------|
| 1. ค่านิยม                         | 0.956                       |
| 2. คุณภาพการบริการ                 | 0.827                       |
| 3. ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ | 0.862                       |
| ค่ารวม                             | 0.924                       |

**ประเภทของสถิติที่ใช้** ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1.1 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้มาตรวัดนามบัญญัติและมาตรวัดจัดอันดับ (กัลยาและฐิตา วาณิชญ์บัญชา, 2561)

1.2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายความคิดเห็นของตัวอย่างในเรื่องค่านิยม คุณภาพการบริการและความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม ซึ่งใช้มาตรวัดอันดับ (กัลยาและฐิตา วาณิชญ์บัญชา, 2561) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นการตอบวัตถุประสงค์

ของการศึกษาที่ตั้งไว้ คือ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อค่านิยม คุณภาพ การบริการและความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม

2. สถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ว่าอิทธิพลของค่านิยมและคุณภาพการบริการที่ส่งต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการ ศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ในรูปของการส่งผล ระหว่างตัวแปรอิสระ (ตัวแปรต้น) ที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค และตัวแปรตามที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค ผู้วิจัยได้ เลือกใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (กัลยาและจิตา วานิชญ์ บัญชา, 2561)

ในการวิเคราะห์ดังกล่าวเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ว่าเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของค่านิยมและ คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการกำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้คือ

**สมมติฐานที่ 1:** ค่านิยมส่งต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงามของคนวัย ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 2:** คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความ งามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

#### **การแปลผลค่าสถิติ**

เนื่องจากค่าสถิติที่ได้จากการประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ เช่น ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์ ต้องมีการ แปลผลโดยใช้ความหมายในลักษณะของความมาก-น้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการกำหนดช่วงขึ้น ซึ่งสะดวกต่อการ แปลผล โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำการคำนวณความห่างของแต่ละช่วงคะแนนโดยใช้สูตร ดังนี้ (Zikmund, et al., 2013)

$$\text{ช่วงห่างระหว่างช่วงคะแนน} = \frac{\text{ค่ามากที่สุด} - \text{ค่าน้อยสุด}}{\text{ระดับชั้น}}$$

ในที่นี้ผู้วิจัยได้แบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดย 5 เท่ากับระดับค่าคะแนนมากที่สุด และ 1 เท่ากับ ระดับค่าคะแนนน้อยที่สุด

$$\text{ดังนั้นการแทนค่าสูตรจะได้} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

2. ทำการกำหนดช่วงชั้นสำหรับการแปลผลค่าคะแนนที่ตกอยู่ในช่วงชั้นต่างๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยต่อค่านิยมและคุณภาพการบริการ แปลผลได้ว่า

|             |             |                                 |
|-------------|-------------|---------------------------------|
| 1.00 – 1.80 | แปลผลได้ว่า | มีระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด   |
| 1.81 – 2.61 | แปลผลได้ว่า | มีระดับความเห็นด้วยค่อนข้างน้อย |
| 2.62 – 3.42 | แปลผลได้ว่า | มีระดับความเห็นด้วยปานกลาง      |
| 3.43 – 4.23 | แปลผลได้ว่า | มีระดับความเห็นด้วยค่อนข้างมาก  |

|                                                                              |             |                                 |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------|
| 4.24 – 5.00                                                                  | แปลผลได้ว่า | มีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด    |
| ค่าเฉลี่ยระดับความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม แปลผลได้ว่า |             |                                 |
| 1.00 – 1.80                                                                  | แปลผลได้ว่า | มีระดับความไว้วางใจน้อยที่สุด   |
| 1.81 – 2.61                                                                  | แปลผลได้ว่า | มีระดับความไว้วางใจค่อนข้างน้อย |
| 2.62 – 3.42                                                                  | แปลผลได้ว่า | มีระดับความไว้วางใจปานกลาง      |
| 3.43 – 4.23                                                                  | แปลผลได้ว่า | มีระดับความไว้วางใจค่อนข้างมาก  |
| 4.24 – 5.00                                                                  | แปลผลได้ว่า | มีระดับความไว้วางใจมากที่สุด    |

### สรุปผลการวิจัย

#### สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาเรื่องคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 83.5 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 43 และเมื่อสอบถามเกี่ยวกับอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบ อาชีพเป็นพนักงาน /ลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 42 นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 44.5

#### สรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อสำรวจและสรุปความคิดเห็นของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ ค่านิยม คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม

ผลสรุปความคิดเห็นที่ต้องการสำรวจค่านิยมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยต่อ ค่านิยมในการศัลยกรรมระดับมากที่สุดในทุกด้าน ( $\bar{X} = 4.41$ , S.D. = 0.45) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้าน ค่านิยมส่วนบุคคล ( $\bar{X} = 4.49$ , S.D. = 0.46) ด้านค่านิยมระหว่างบุคคล ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = 0.46) และด้าน ค่านิยมทางสังคม ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.60) ตามลำดับ

ผลสรุปความคิดเห็นที่ต้องการสำรวจคุณภาพการบริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างมี ความเห็นด้วยต่อคุณภาพการบริการระดับมากที่สุดในทุกด้าน ( $\bar{X} = 4.37$ , S.D. = 0.58) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.62) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.61) ด้านความ มั่นใจ ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.63) ด้านความเอาใจใส่ ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.62) และด้านการตอบสนอง ( $\bar{X} = 4.34$ , S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ผลสรุปความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างมีความไว้วางใจ ระดับมากที่สุดในทุกด้าน ( $\bar{X} = 4.39$ , S.D. = 0.58) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านความสะอาดของอุปกรณ์ และสถานที่ ( $\bar{X} = 4.49$ , S.D. = 0.64) ด้านความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่และบุคลากรทางการแพทย์ ( $\bar{X} = 4.48$ , S.D. = 0.69) ด้านเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยและปลอดภัย ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = 0.69) ด้านผลลัพธ์ที่

ได้รับจากการทำศัลยกรรมที่ตรงกับความต้องการ ( $\bar{X} = 4.38$ , S.D. = 0.73) ด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ ( $\bar{X} = 4.37$ , S.D. = 0.76) ด้านค่าบริการที่เหมาะสมกับการบริการ ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.66) ด้านชื่อเสียงของสถานบริการในเรื่องความชำนาญ ( $\bar{X} = 4.35$ , S.D. = 0.72) ด้านขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.71) และด้านเวลาที่นัดหมายก่อนใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.76) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อวิเคราะห์และสรุปอิทธิพลของค่านิยมและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : ความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลกระทบหว่างค่านิยมและคุณภาพการบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ

| ตัวแปรอิทธิพล   | b     | Beta | t     | P-Value (Sig) |
|-----------------|-------|------|-------|---------------|
| ค่านิยม         | 0.044 | 0.03 | 0.75  | 0.45          |
| คุณภาพการบริการ | 0.89  | 0.89 | 19.46 | 0.00*         |

ตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการ

ค่าสถิติ : R-square = 0.84, df = 2, 197, F = 512.90, P ≤ 0.05\*

ผลการศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์ว่าค่านิยมส่งและคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงามซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 ในขณะที่คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ที่เสนอไว้

### การอภิปรายผล

ผลการศึกษาที่พบว่า ค่านิยมไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ อังคณา ยศวิปาน (2564) ขวัญรัตน์ ทรัพย์ประเสริฐ (2559) และ แสงเดือน วันอุดมเดชาชัย (2556) ที่อธิบายไว้ว่า ค่านิยมส่งผลต่อความไว้วางใจ การตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อังคณา ยศวิปาน (2564) ที่อธิบายว่าค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทำให้เกิดความไว้วางใจและการตัดสินใจซื้อร้านกาแฟสดในจังหวัดสมุทรสงคราม รวมถึง ปารมี รอดกลิ่น (2562) ที่อธิบายว่า ค่านิยมส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านทางช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในไทย และ แสงเดือน วันอุดมเดชาชัย (2556) อธิบายว่า ค่านิยมส่งผลต่อความไว้วางใจในภาพลักษณ์ตราสินค้าเสื้อผ้า

แพชชันจากต่างประเทศ ความไม่สอดคล้องดังกล่าวผู้วิจัยได้เสนอให้กับนักวิจัยครั้งต่อไปทำการศึกษาเพื่อหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นนี้

ผลการศึกษาที่พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการสอดคล้องกับแนวคิดของ สุริยน การะเวก (2564) วรสิสิญา ศุภธนโชติพิงศ (2562) และ โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ที่อธิบายไว้ว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจ การตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุลจิตร รุญเจริญ (2564) ที่อธิบายว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้รับบริการที่แผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศรีสะเกษ รวมถึง ชยุตม์กันต์ พงศ์จิรกร และคณะ (2563) อธิบายว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจในตราสินค้าในธุรกิจคลินิกเสริมความงาม นอกจากนี้ โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้อธิบายว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี และ Liang (2559) อธิบายว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจต่อร้านสปาของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ความสอดคล้องดังกล่าวสามารถอธิบายได้ในการศึกษาครั้งนี้ว่า คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ จะเกิดผลตามมาต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ได้แก่ ความไว้วางใจที่จะใช้บริการภายใต้ตราสินค้าเดิมต่อไป การตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยไม่ลังเล การแนะนำต่อบุคคลอื่น ต่อสถานบริการ ศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การที่สถานบริการ ศัลยกรรมความงามต้องการให้เกิดประสิทธิผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้นั้น สถานบริการควรพิจารณาปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ คือ ด้านคุณภาพการบริการ
2. ในการพิจารณาปัจจัยเรื่องคุณภาพการบริการ สิ่งที่สถานบริการ ศัลยกรรมความงามควรพิจารณาให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ คือ แพทย์ควรทำการศัลยกรรมให้ตรงกับความต้องการ ของผู้ใช้บริการด้วยความตั้งใจ ผู้รับบริการได้รับข้อมูลการปฏิบัติตัวที่เป็นประโยชน์ในการดูแลรักษา และเจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับดูแลเอาใจใส่ด้วยความเป็นมิตรไมตรี ด้านความเชื่อถือได้ คือ แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความชำนาญเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดด้านการแพทย์และเจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้อง และแพทย์และสถานบริการมีชื่อเสียงและมีผลงานผ่านสื่อประเภทต่างๆ ด้านการตอบสนอง คือ การรอเข้ารับการรักษาแพทย์เป็นเวลาที่ยอมรับได้ การให้บริการอย่างเสมอภาคต่อผู้รับบริการทุกคน และแพทย์ให้คำแนะนำการศัลยกรรมที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ และด้านสิ่งที่สัมผัสได้ คือ เครื่องมือ อุปกรณ์ด้านการแพทย์สะอาด พร้อมให้บริการการจัดเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้เพียงพอ และสถานที่มีความสะดวกและสะดวกสบาย มีบริเวณนั่งรอเป็นสัดส่วน
3. ในการพิจารณาความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการ ศัลยกรรมความงามนั้น สิ่งที่สถานบริการควรพิจารณาให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านความสะอาดของอุปกรณ์และสถานที่ ด้านความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่และบุคลากรทางการแพทย์ และด้านเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยและปลอดภัย เป็น 3 อันดับแรก

4. แม้ว่าผลการวิจัยพบว่าค่านิยมไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม แต่มีบางประเด็นที่องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะทำให้ความสำคัญในด้านต่อไปนี้ ได้แก่ ค่านิยมส่วนบุคคล คือ มนุษย์จะรู้สึกมีความมั่นใจในตัวเองเพิ่มมากขึ้น รู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองภายหลังการทำ ศัลยกรรม และพอใจต่อสิ่งที่ได้รับจากการทำศัลยกรรม และค่านิยมระหว่างบุคคล คือ มนุษย์จะรู้สึกเพลิดเพลินที่จะพูดคุยเรื่องศัลยกรรมกับเพื่อนหรือคนรู้จัก สามารถไปธุระหรือไปเที่ยวกับเพื่อนได้ด้วย ความมั่นใจ และสามารถพูดคุยเรื่องศัลยกรรมกับเพื่อนได้อย่างสนิทใจ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้เสนอแนะประเด็นที่ควรจะมีการนำไปศึกษาต่อในโอกาสต่อไป ดังนี้คือ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าค่านิยมไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพื่อหาข้อเท็จจริงว่าเพราะเหตุใดค่านิยมจึงไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม

2. ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเทคนิคในการวิจัยประเภทอื่น เช่น การใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยเพื่อประโยชน์ต่อไปนี้ได้แก่

2.1 เพื่อต้องการความแม่นยำของผลที่ได้รับไม่ว่าผลที่ได้รับจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านั้น

2.2 เพื่อค้นหาเหตุในเชิงลึกถึงเหตุผลที่ผลการศึกษบางประเด็นไม่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยก่อนหน้านั้น ในที่นี้คือเรื่องค่านิยมที่ไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้สถานบริการศัลยกรรมความงาม

3. ผู้วิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกใช้สถิติอื่น ๆ ที่ทำให้ผลการศึกษาที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

กนกพร กระจำแสง. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรม การเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามของ

ผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการ, มหาวิทยาลัยธนบุรี.

กัลยาและฐิตา วานิชญ์บัญชา. (2561). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 31).

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สามลดา.

กุลจิตร รุญเจริญ. (2564). เปรียบเทียบปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อความไว้วางใจของผู้รับบริการที่แผนก

ผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลศรีสะเกษ. วารสารศาสตร์สาธารณสุขและนวัตกรรม, 34-49

ขวัญรัตน์ ทรัพย์ประเสริฐ. (2560). ค่านิยม พฤติกรรมผู้ใช้ และความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

เครื่องสำอางแบรนด์เนมเกาหลีของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ชยุตม์กนต์ พงศ์จิรกร และคณะ. (2563). ความสัมพันธ์ของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ การบริหาร  
 ประสิทธิภาพลูกค้า ความผูกพันเชิงลึกของลูกค้าและการประเมินตราสินค้าที่ให้บริการต่อความ  
 ไว้วางใจในตราสินค้าในธุรกิจคลินิกเสริมความงาม. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 89-111
- ปารมี รอดกลิ่น. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและ  
 เครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดผ่านเฟสบุ๊กไลฟ์ ของผู้บริโภคในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์  
 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ  
 ของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรสิสญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคาร  
 กรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203. วิทยานิพนธ์  
 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- แสงเดือน วันอุดมเดชาชัย. (2556). ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าเสื้อผ้า  
 แฟชั่นจากต่างประเทศของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัย  
 รามคำแหง.
- สุริยณ การะเวก. (2564). คุณภาพการบริการ ความภักดีของผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก  
 ในการทำธุรกิจโต๊ะจีน ในจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
 มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความ  
 ไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี.  
 วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อังคณา ยศวิปาน. (2564). ส่วนประสมการตลาดและค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้าน  
 กาแฟสดในจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
 ศิลปากร.
- Liang. (2559). ปัจจัยคุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและ  
 ความภักดีต่อร้านสปาของลูกค้าในกรุงเทพ. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.