

โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการ  
ดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ.2562



นางสาวสุพิชญา แสงศรี  
ผู้วิจัย

สุเทพ นิมสายน,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุภรักษ์ สุริยพันธ์เกียรติแก้ว,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤติกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.สุเทพ นุ่มสาย ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่กรุณาให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัย รวมถึงได้ตรวจสอบ แก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ ทั้งในทางทฤษฎี และทางปฏิบัติ จนทำให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจในการทำงานวิจัยนี้ และทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอขอบพระคุณ ดร. สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้วและ ดร. ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตกุล ผู้ซึ่งเป็นคณะกรรมการ ตรวจสอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะต่อสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังขอขอบพระคุณ เพื่อน พี่น้องทุกท่าน ที่ช่วยผลักดัน เป็นกำลังใจ ให้คำแนะนำ และ ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย รวมถึงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ สละเวลาในการทำ แบบสอบถาม เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุพิชญา แสงศรี

โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุม น้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ

A STUDY OF THE CUSTOMER BEHAVIOR AND FACTORS TO CONSIDER OF CHOOSING PERSONAL LIFE STYLE - WEIGHT MANAGEMENT CONSULTANT SERVICE IN BANGKOK

สุพิชญา แสงศรี 5750120

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: สุเทพ นิมสาय, Ph.D., สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.D., ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤฒิกุล, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาถึงโอกาสทางธุรกิจเกี่ยวกับการมีที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง รวมถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ โดยทำการศึกษาแบบเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านปัจจัยทางการศึกษาและสถานภาพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยพบว่าผู้บริโภคมียุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปและมีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ในทุกด้าน ส่วนส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ด้านโอกาสทางธุรกิจพบว่า ผู้บริโภคสนใจโปรแกรมด้านการลดน้ำหนักและไขมันที่ 5 – 15KG มากที่สุด

คำสำคัญ: การตัดสินใจ/ สุขภาพ/ ลดน้ำหนัก

75 หน้า

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	4
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2</b> <b>แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
2.1 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 ทฤษฎีว่าด้วยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	6
2.1.2 ทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ	7
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	8
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	10
<b>บทที่ 3</b> <b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>11</b>
3.1 ระเบียบวิจัย	11
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	11
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	12
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	12
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	14
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	15

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>16</b>
4.1 การเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล	16
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	17
4.2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของ ผู้บริโภค	17
4.2.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุม น้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต	21
4.2.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจ ของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต	24
4.2.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.3 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	34
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>56</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	57
5.1.1 ด้านประชากรศาสตร์	57
5.1.2 ด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ	57
5.1.3 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	57
5.1.4 ด้านโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแล ควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต	58
5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน	59
5.2 อภิปรายผล	59
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้	62
5.4 ข้อยกเว้นงานวิจัย	64
5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	64

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	67
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	68
ประวัติผู้วิจัย	75



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความเห็นและระดับการตัดสินใจ ใช้บริการ	12
3.2	เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่าง ๆ	13
3.3	เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความเห็นและระดับการตัดสินใจ ใช้บริการ	13
3.4	เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่าง ๆ	14
4.1	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัวที่เกินหรือน้อยกว่ามาตรฐาน	17
4.2	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพ	18
4.3	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ	18
4.4	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วิธีการดูแลรูปร่างและสุขภาพ	18
4.5	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)	19
4.6	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลใกล้ชิดที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)	20
4.7	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง	20
4.8	จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ ออกแบบตามการใช้ชีวิต	21



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.9 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในภาพรวม	21
4.10 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ	22
4.11 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการศึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในภาพรวม	25
4.12 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการศึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	26
4.13 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการศึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์)	26
4.14 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการศึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์)	27
4.15 ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการศึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์)	28

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.16	ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	28
4.17	ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ระยะเวลา 4 สัปดาห์	29
4.18	ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ โดยการดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	30
4.19	ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ โปรแกรมการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ	30
4.20	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
4.21	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	31
4.22	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	32
4.23	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	32

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.24 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	33
4.25 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	33
4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามเพศ	34
4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามอายุ	36
4.28 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามสถานภาพ	37
4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	39
4.30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	40
4.31 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	41

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.32	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	42
4.33	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	43
4.34	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	44
4.35	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	45
4.36	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	48
4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	49
4.39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	50
4.40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	53
4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง	54

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงความชุกของภาวะอ้วนลงพุงในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามกลุ่มอายุ	1
1.2	แสดงความชุกของภาวะอ้วนลงพุงในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภาค	2
1.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	แสดงการเติบโตของตลาดการบริการด้านการลดน้ำหนักของประเทศสหรัฐอเมริกา	8
2.2	แสดงถึง แนวโน้มต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพของประเทศสหรัฐอเมริกา	9
2.3	แสดงถึงต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายการดูแลบุคคลโรคอ้วนในไทย	10
5.1	สรุปข้อเสนอแนะในระยะสั้นต่อธุรกิจ	63
5.2	สรุปข้อเสนอแนะในระยะยาวต่อธุรกิจ	63

## บทที่ 1

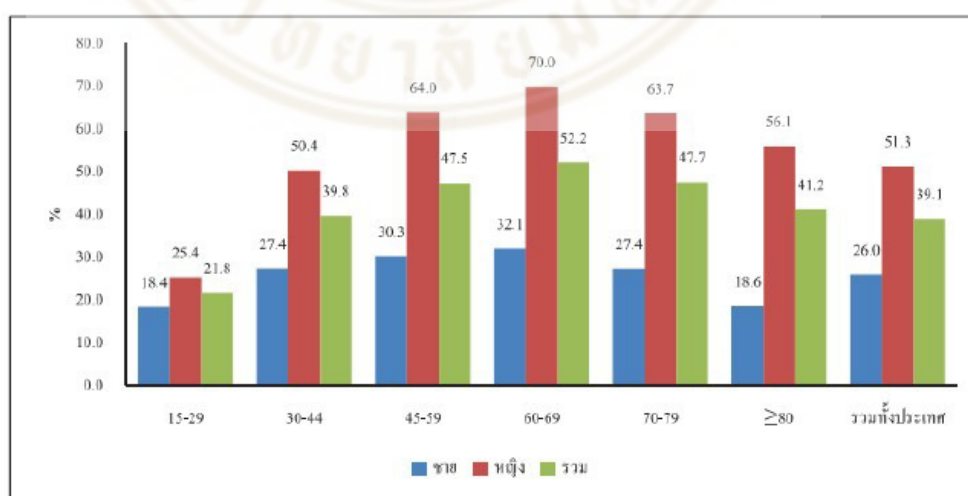
### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากประชากรโลกในปัจจุบันมีปัญหารোগโรคอ้วนมากขึ้นเป็นทวีคูณนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา ในปี พ.ศ. 2558 พบว่า ประชากรโลกที่มีอายุมากกว่า 18 ปี เป็นผู้ที่มีน้ำหนักเกิน ถึง 1.9 พันล้านคนและมากกว่า 650 ล้านคน เป็นโรคอ้วน ซึ่งประมาณ 13% ของประชากรโลกแบ่งเป็น 11% ของผู้ชายทั้งหมดและ 15% ของผู้หญิงทั้งหมดเป็นโรคอ้วน นอกจากนี้โรคอ้วนยังเป็นหนึ่งใน ปัจจัยอันก่อให้เกิดความเสี่ยงของการเป็นโรค NCDs (Noncommunicable diseases) ซึ่งเป็น 70% ของ การเสียชีวิตของมนุษย์ทั่วโลก (WHO, 2017)

สำหรับในประเทศไทย ก็พบปัญหารোগอ้วนลงพุงสูงเช่นกัน จากการสำรวจสุขภาพ ประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย (NHES, 2557) พบว่า ประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป มีภาวะอ้วน ลงพุงเพิ่มมากขึ้น ตามอายุที่มากขึ้น และในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ นั้น เป็นที่ที่มีประชากรอ้วนลงพุง มากที่สุด

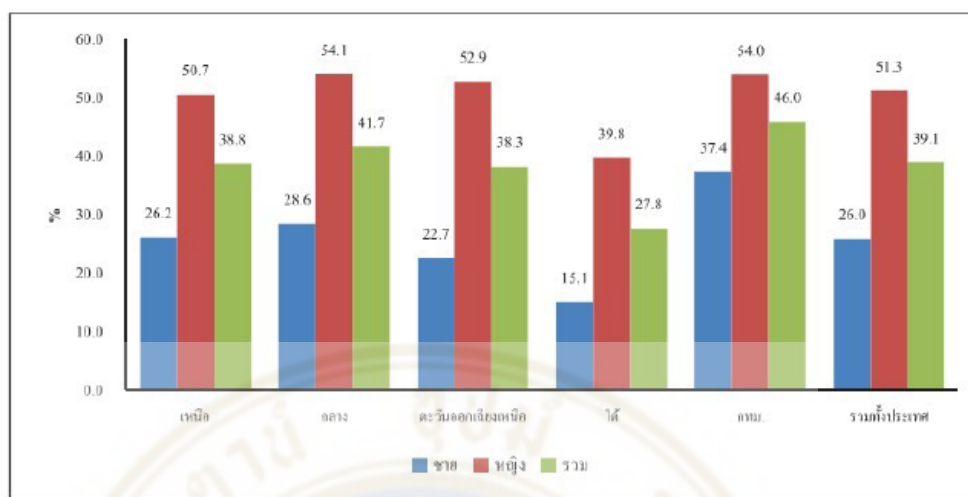
#### ความชุกของภาวะอ้วนลงพุงในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามกลุ่มอายุ



\*อ้วนลงพุง: รอบเอว ชาย  $\geq 90$  cm., หญิง  $\geq 80$  cm

ภาพที่ 1.1 แสดงความชุกของภาวะอ้วนลงพุงในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามกลุ่มอายุ

## ความชุกของภาวะอ้วนลงพุงในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภาค



ภาพที่ 1.2 แสดงความชุกของภาวะอ้วนลงพุงในประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามภาค

ตลาดการควบคุมและดูแลน้ำหนักเป็นกระแสที่มาแรงในช่วงนี้ ตลาดการควบคุมน้ำหนักทั่วโลก มีการเติบโตจาก 175.94 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2560 เป็น 248.62 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2566 ซึ่งตลาดมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2566 อยู่ที่ 7.2% (Market.biz, 2017). ส่วนตลาดในเรื่องของการดูแลสุขภาพก็มีอัตราเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2565 อยู่ที่ 6% (Business Wire, 2018)

สำหรับตลาดการควบคุมน้ำหนักและดูแลรูปร่างในไทยก็มีการเติบโตที่ต่อเนื่องเช่นกัน โดยสามารถแบ่งตามวิธีการหลักๆ ได้ดังนี้ เช่น การเข้าฟิตเนส การศัลยกรรมดูดไขมัน และการเลือกรับประทานอาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนัก

เริ่มจากมูลค่าการเติบโตของธุรกิจฟิตเนสจากปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่าอยู่ที่ 9,000 ล้านบาทที่เติบโตขึ้น 10% เป็น 9,900 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 และพบสัดส่วนประชากรไทยวัย 15 – 59 ปี ออกกำลังกายมากขึ้นจาก 2% ในปี พ.ศ. 2550 เป็น 16% ในปี พ.ศ. 2554 (Marketeer, 2559)

และยังพบว่า ธุรกิจอาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนักมีมูลค่าการเติบโต 8% จากในปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 10,200 ล้านบาท เติบโตเป็น 11,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 (Marketeer, 2559)

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า อัตราการทำศัลยกรรมเกี่ยวกับการดูแลรูปร่างในประเทศไทย มีอัตราการทำที่เพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2560 มีการทำศัลยกรรมดูดไขมัน 9,264 ครั้ง เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559 ที่มีการทำอยู่ที่ 9,173 ครั้ง (ISAPS, 2017)

เมื่อก้าวถึง ที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลรูปร่างและควบคุมน้ำหนักนั้น (Life Style Weight Management Consultant) ได้เริ่มมีการกล่าวถึงในปี พ.ศ. 2538 ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้



ความรู้ขั้นสูงแก่ fitness trainer เพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีปัญหาด้านน้ำหนัก โดยมุ่งเน้นไปที่ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านโภชนาการ ด้านการออกกำลังกาย และด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิต (Karen, 2010) หน้าที่ของที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลรูปร่างและควบคุมน้ำหนักนั้น จะมีมากกว่า fitness trainer ที่เน้นด้านออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงแง่มุมทางจิตวิทยาของการควบคุมน้ำหนัก สรีรวิทยาของคนเป็นโรคอ้วน เทคนิคการฝึกการใช้ชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างการออกกำลังกายและการโภชนาการควบคุมน้ำหนัก และรวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า กระแสด้านการดูแลรูปร่าง การลดและควบคุมน้ำหนัก กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั่วโลก และมีแนวโน้มที่จะเติบโตและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และจากข้อมูลที่รวบรวมมาในประเทศไทยยังไม่ได้มีผู้เชี่ยวชาญด้านที่ปรึกษาส่วนตัวเกี่ยวกับการดูแลรูปร่างและลดน้ำหนักเหมือนดังในต่างประเทศอย่างแพร่หลาย ตลาดส่วนมากในไทยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ ตลาดสถานบริการออกกำลังกาย (Fitness Center) ตลาดกลุ่มอาหารเสริมลดน้ำหนัก และตลาดสถาบันเสริมความงามและคลินิก ซึ่งทางผู้วิจัยมองว่าเป็นโอกาสอันดีที่จะศึกษา หรือมีการขยายตลาดธุรกิจด้านนี้ให้แพร่หลายมากขึ้นในไทย ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนัก และรูปร่าง เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และเข้าใจถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจทำธุรกิจและสามารถนำมาศึกษาต่อยอดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไปในอนาคตได้

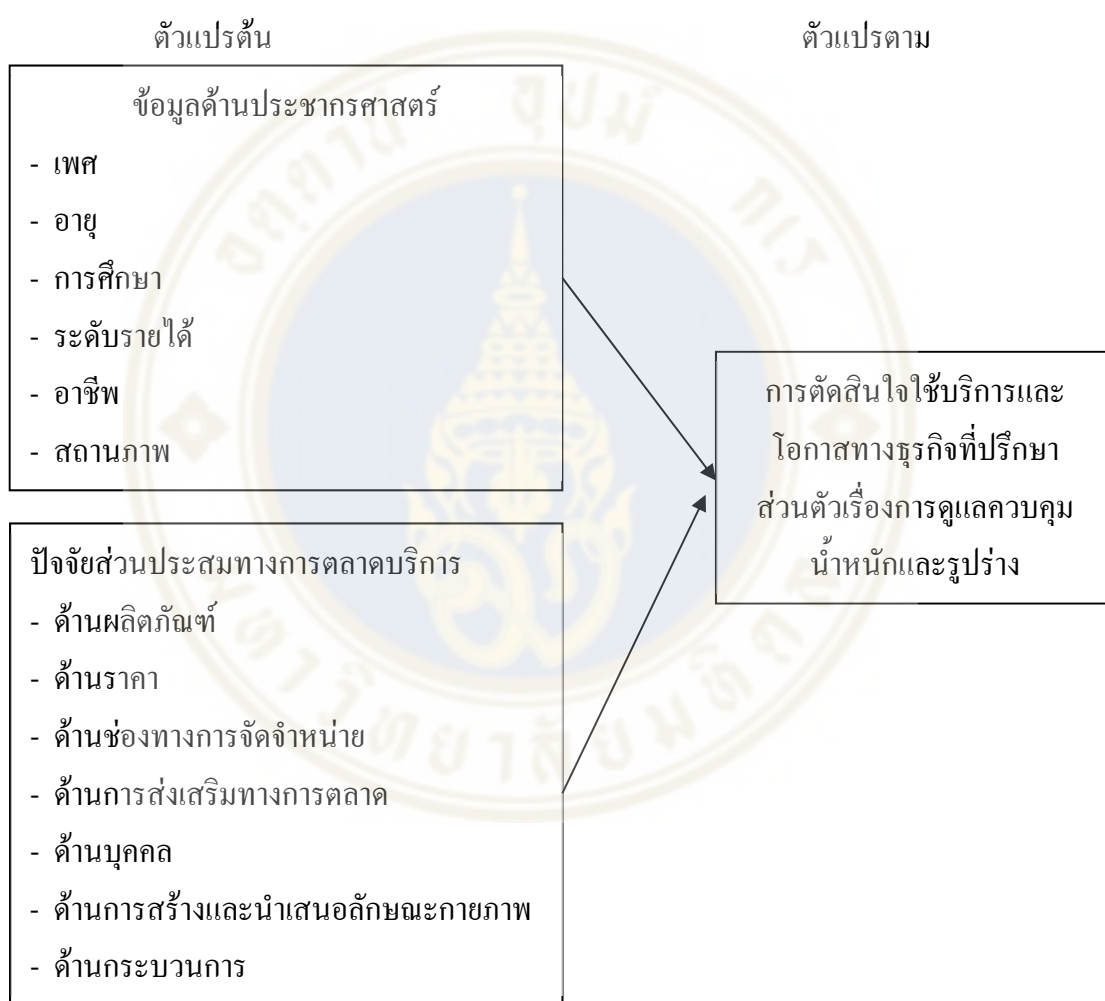
## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและโอกาสทางธุรกิจที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุม น้ำหนักและรูปร่างในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษา ส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง
3. นำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและ รูปร่าง

### 1.3 ขอบเขตการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

### 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ศึกษาถึงโอกาสทางธุรกิจด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างในไทย รวมถึงศึกษาความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ที่สนใจในการดูแลรูปร่างของตัวเอง และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ ได้ทำการปรับปรุง พัฒนาและต่อยอดธุรกิจให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ นี้ ผู้วิจัยของนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

#### 2.1 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 ทฤษฎีว่าด้วยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- 2.2 ทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ
- 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- 2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอื่น

#### 2.1 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ทฤษฎีว่าด้วยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4Ps (Kotler, 2015) ได้มีการต่อยอดเป็นทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ที่เรียกว่า The Services Marketing Mix (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2553) ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ซึ่งการบริการเป็นในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ การพิจารณาคุณภาพหรือคุณค่าจึงค่อนข้างยาก
2. ราคา (Price) เป็นการระบุคุณค่า (Value) ของการบริการในรูปแบบตัวเงิน ซึ่งขึ้นกับความพอใจของลูกค้า ราคาจึงต้องตั้งให้เหมาะสมกับคุณค่า ที่ลูกค้ามอบให้กับบริการ ให้ลูกค้ารู้สึกพอใจที่จ่ายเงิน
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ไม่ใช่แค่ทำเลที่ตั้งในการให้บริการ แต่หมายรวมถึงช่องทางการให้บริการและสิ่งแวดล้อมในขณะที่ใช้บริการ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) คือการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารในทุกรูปแบบ ไปสู่ลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แนะ เชิญชวน ให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ

5. ด้านบุคคล (People) หรือจะเรียกว่า พนักงานให้บริการ กล่าวคือ คุณภาพของมนุษย์ มีผลต่อการทำงานให้บริการ ดังนั้น การสื่อสารภายในองค์กร การฝึกอบรมพนักงาน และการให้ข้อมูลความรู้ รวมถึงทัศนคติที่ดีต่อการบริการ จำเป็นที่จะต้องปลูกฝังลงไปแก่พนักงานทุกคนในองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงหลักฐาน ที่สามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกจับต้องได้ในคุณภาพการบริการ ไม่ว่าจะเป็น รูป ปรส กลิ่น เสียง หรือสัมผัส เช่น การแต่งกายที่สะอาดสะอ้าน มีเครื่องแบบแสดงความเป็นมืออาชีพ หรือแม้แต่การหาหลักฐานมาแสดงเพื่อให้ลูกค้าคลายกังวล เช่น การได้รับประกาศนียบัตรความเชี่ยวชาญต่าง ๆ เป็นต้น

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนในการรับบริการของลูกค้า ซึ่งต้องมีความถูกต้อง มีระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจน ในแต่ละขั้นตอน เพราะในการบริการ คือการที่การบริโภคเกิดขึ้นพร้อมการผลิต ซึ่งถ้าเกิดการผิดพลาดขึ้น จะแก้ไขได้ยาก โดยสิ่งที่ต้องเตรียมพร้อมคือ ต้องมีการให้ลูกค้าได้ตัดสินใจในการใช้บริการเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน และมีการกำหนดบทบาทของพนักงานที่ให้บริการและของลูกค้าที่ต้องปฏิบัติขณะรับบริการ

### 2.1.2 ทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจ คือ วิธีการตัดทางเลือกที่มีหลายทางออก เพื่อให้เหลือทางเลือกเพียงทางเดียว (Barnard, 1938) ซึ่งผู้บริโภคจะมีเหตุผลและความชอบในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ที่แตกต่างกัน (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) ซึ่งในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Kotler and Keller, 2016) มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) คือการที่ผู้บริโภคค้นพบว่าตัวเองมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการนั้น ซึ่งการที่ทำให้ผู้บริโภคตระหนักรู้ได้นั้น เกิดจากสิ่งเร้า 2 ส่วน คือ ภายในตัวผู้บริโภคเอง และสิ่งกระตุ้นความต้องการจากภายนอก

2. การหาข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ (Information Search) เป็นช่วงของการที่ผู้บริโภคทำการศึกษาหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นข้อมูลภายใน คือ จากประสบการณ์โดยตรงของผู้บริโภคเอง และข้อมูลภายนอก ที่เกิดจากการได้รับข้อมูลประสบการณ์ของผู้บริโภคคนอื่น

3. การพัฒนาทางเลือก (Evaluating of Alternatives) ในช่วงนี้ ผู้บริโภคจะนำข้อมูลจากช่วงที่ 2 มาทำการเปรียบเทียบ เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดสำหรับตัวเอง

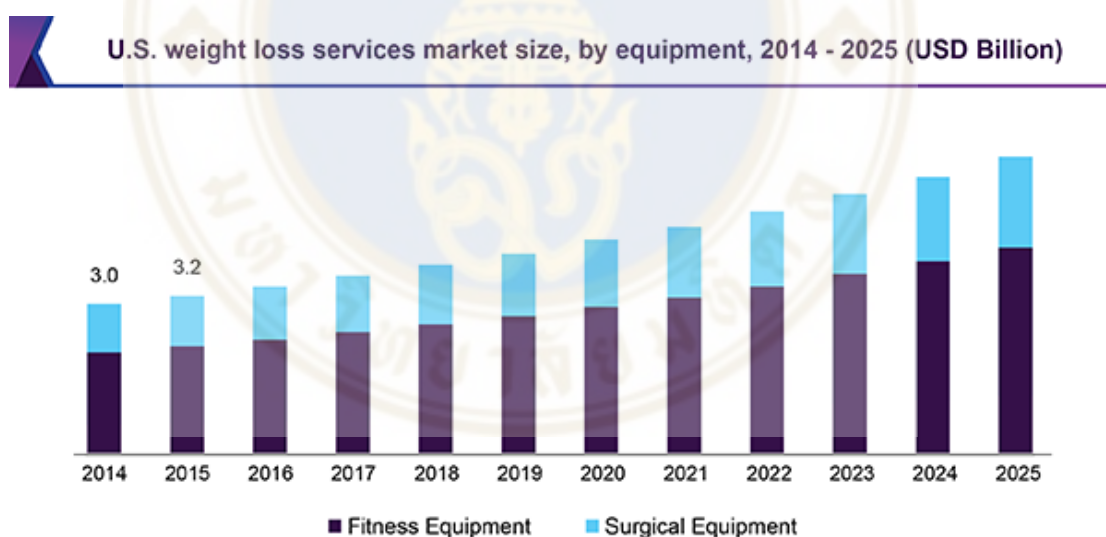
4. การตัดสินใจใช้บริการ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจและมีความสุข ก็จะทำให้อนาคตเกิดการซื้อซ้ำ

5. การประเมินหลังการใช้บริการ (Purchase Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการซื้อคือผู้บริโภคจะทำการประเมินว่าบริการที่ได้รับนั้น คำนึงตามความต้องการ ต่อเงินที่เสียไปหรือไม่ ซึ่งถ้าผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อบริการ ก็จะเกิดการบอกต่อประสบการณ์ดีๆ ให้กับคนรอบข้าง

## 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมธุรกิจดูแลรูปร่างและควบคุมน้ำหนักสามารถอธิบายได้โดย การวิเคราะห์อุตสาหกรรมธุรกิจดูแลรูปร่างและควบคุมน้ำหนัก

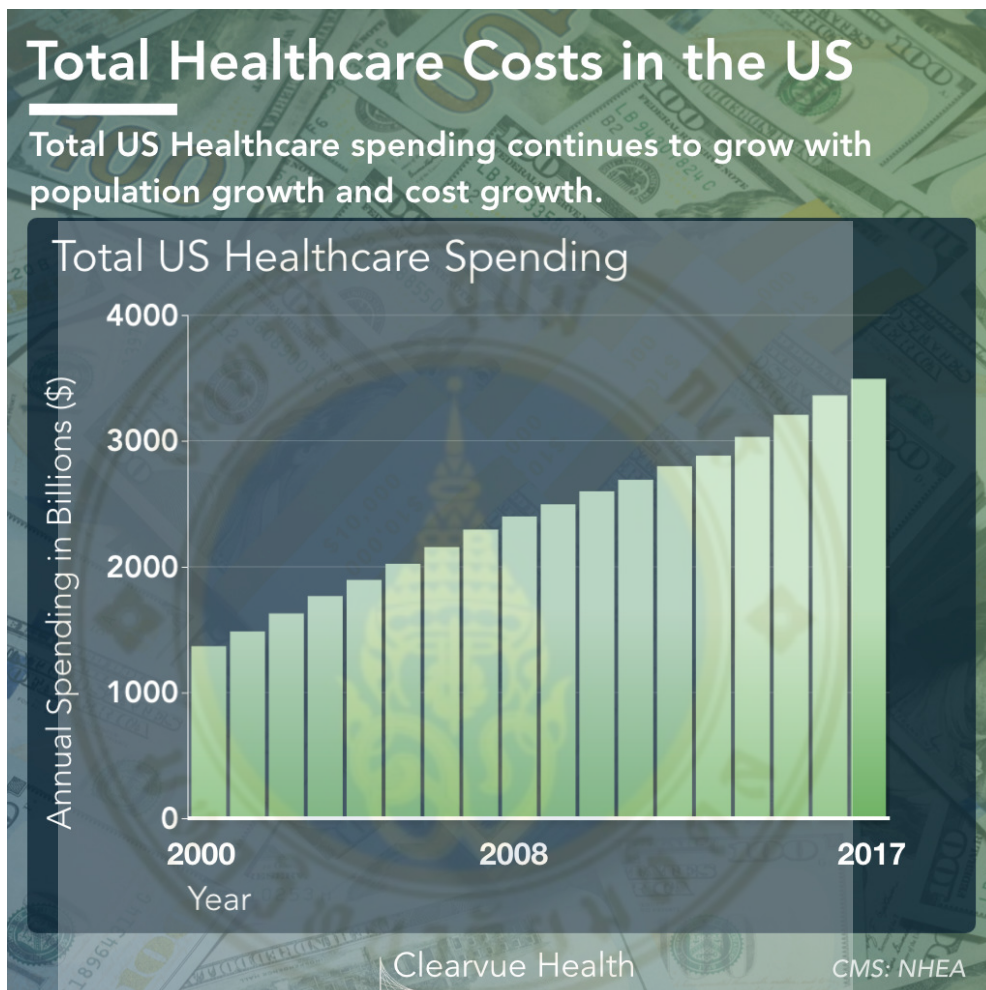
ตลาดอุตสาหกรรมบริการดูแลรูปร่างและควบคุมน้ำหนักทั่วโลกมีมูลค่า 11.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเติบโตต่อเนื่องถึง 8.4% เกินกว่าการคาดการณ์



ภาพที่ 2.1 แสดงการเติบโตของตลาดการบริการด้านการลดน้ำหนักของประเทศสหรัฐอเมริกา

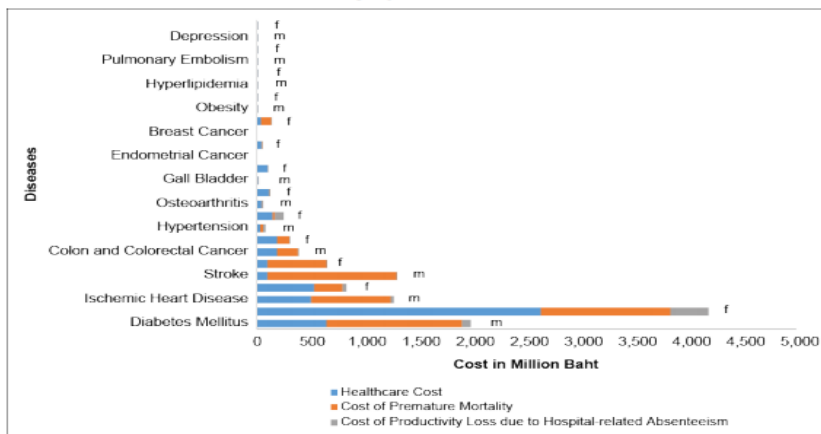
จากกราฟด้านบนจะเห็นได้ว่า ตลาดการบริการด้านการลดน้ำหนักของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งตาม 2 ตลาดใหญ่ คือด้าน fitness center กับ ด้านศัลยกรรมตามสถาบันเสริมความงามหรือคลินิก พบว่ามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และความต้องการในการใช้บริการการดูแลรูปร่างและควบคุมน้ำหนักเพิ่มขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการรักษาและการดูแลสุขภาพของต่อหัวประชากรสูงขึ้น (Grandviewresearch, 2019) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ National Health Expenditure Data (2017)

ที่พบว่า สหรัฐอเมริกามีค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพมากกว่าประเทศอื่น และต้นทุนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งใช้จ่ายมากกว่า 3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2560 และมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็น 4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี พ.ศ. 2563 อธิบายกราฟด้านล่าง



ภาพที่ 2.2 แสดงถึง แนวโน้มต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพของประเทศสหรัฐอเมริกา

ถ้ามองถึงประเทศไทย Teerawattananon and Luz (2017) ที่ได้ทำการศึกษาจากงานวิจัยร่วมกันของกระทรวงสาธารณสุขและมหาวิทยาลัยมหิดล ในโปรแกรมประเมินสุขภาพและเทคโนโลยี (HITAP) ที่กล่าวไว้ว่า โรคอ้วนนั้นก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายอย่างมากต่อสังคมไทยอยู่ที่ 404 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 12 พันล้านบาทต่อปี อธิบายโดยกราฟตามด้านล่าง



m = male, f = female.  
Source: Modified from Pitayatiyanan et al (2014).

ภาพที่ 2.3 แสดงถึงต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายการดูแลบุคคลโรคอ้วนในไทย

### 2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษาในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็นหลักคือ

ประเด็นที่ 1 ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์และการตัดสินใจใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้า

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ (กนกวรรณ ทองรีน, 2555, เบญจวรรณ สระวังและชุติมาวดี ทองจีน, 2560, บุศรา จิรเกษมสุข 2555, ชนานาถ พูลผล, 2557 และ กฤษณะ นิมภักดี, 2557) ทั้งนี้ ทุกงานวิจัยพบว่า เพศหญิงเป็นผู้ที่มีการตัดสินใจใช้บริการด้านการใช้บริการเกี่ยวกับการดูแลตัวเองมากที่สุด ซึ่งเป็นผู้มีอาชีพพนักงานเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน โดยที่ส่วนมากผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจคือ ตัวเอง

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้า

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า กนกวรรณ ทองรีน (2555) ได้ทำการศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจ โดย ด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีความเป็นมืออาชีพมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับ เบญจวรรณ สระวังและชุติมาวดี ทองจีน (2560) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการที่มีความน่าเชื่อถือ และยังสอดคล้องกับ พิมพรีตรา กิตติพัฒน์ (2560) ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพ ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด หรือมีการได้รับใบรับรองต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค แต่ขัดแย้งกับ ชนานาถ พูลผล (2557) ที่ผลว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่นการได้รับ Gift Voucher มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจใช้บริการ



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจะทำการสรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 5,686,646 คน (สำนักงานสถิติ กทม., 2559) สุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (2010) กำหนดให้มีความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ตามขั้นตอนดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = N \div (1 + Ne^2)$$

เมื่อ  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  แทน ขนาดของประชากร ซึ่งเท่ากับ 5,686,646 คน

$e$  แทน ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างซึ่งเท่ากับ 0.05

แทนในสูตร

$$n = 5,686,646 \div (1 + 5,686,646 (0.05)^2)$$

$$n = 400 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ผู้วิจัยจะทำการส่ง e-mail แบบสอบถามออนไลน์ รวมถึงลงพื้นที่แต่ละเขตในการแจกแบบสอบถาม

### 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้การสุ่มแบบ Convenience ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยจะถูกแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่านำหนักการประเมินอยู่ 5 ระดับ คำตอบตามวิธีลิเคิร์ตสเกล (Five-Point Likert Scales) ดังแสดงในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การกำหนดค่านำหนักคะแนนสำหรับความเห็นและระดับการตัดสินใจใช้บริการ

ระดับความเห็น / ระดับการตัดสินใจใช้บริการ	ค่านำหนักคะแนนของตัวเลือกที่ตอบ
เห็นด้วยมากที่สุด / ใช้บริการอย่างแน่นอน	กำหนดระดับคะแนน 5
เห็นด้วยมาก / อาจจะใช้บริการ	กำหนดระดับคะแนน 4
เห็นด้วยปานกลาง / ไม่แน่ใจ	กำหนดระดับคะแนน 3
เห็นด้วยน้อย / อาจจะไม่ใช้บริการ	กำหนดระดับคะแนน 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด / ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน	กำหนดระดับคะแนน 1

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นหรือระดับการตัดสินใจใช้บริการ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลงผล ซึ่งคำนวณโดยสูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\
 &= (5-1)/5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจใช้บริการ แสดงดังตาราง

**ตารางที่ 3.2** เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่าง ๆ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น / ระดับการตัดสินใจใช้บริการ
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด / ใช้บริการอย่างแน่นอน
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก / อาจจะใช้บริการ
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง / ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย / อาจจะไม่ใช้บริการ
1.00 – 1.08	เห็นด้วยน้อยที่สุด / ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าน้ำหนักการประเมินอยู่ 5 ระดับ คำตอบตามวิธีลิเคิร์ทสเกล (Five-Point Likert Scales) ดังแสดงในตารางด้านล่าง

**ตารางที่ 3.3** เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความเห็นและระดับการตัดสินใจใช้บริการ

ระดับความเห็น / ระดับการตัดสินใจใช้บริการ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกที่ตอบ
เห็นด้วยมากที่สุด / ใช้บริการอย่างแน่นอน	กำหนดระดับคะแนน 5
เห็นด้วยมาก / อาจจะใช้บริการ	กำหนดระดับคะแนน 4
เห็นด้วยปานกลาง / ไม่แน่ใจ	กำหนดระดับคะแนน 3
เห็นด้วยน้อย / อาจจะไม่ใช้บริการ	กำหนดระดับคะแนน 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด / ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน	กำหนดระดับคะแนน 1

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นหรือระดับการตัดสินใจใช้บริการ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลงผล ซึ่งคำนวณโดยสูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\
 &= (5-1)/5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจใช้บริการ แสดงดังตาราง

**ตารางที่ 3.4** เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่าง ๆ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น / ระดับการตัดสินใจใช้บริการ
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด / ใช้บริการอย่างแน่นอน
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก / อาจจะใช้บริการ
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง / ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย / อาจจะไม่ใช้บริการ
1.00 – 1.08	เห็นด้วยน้อยที่สุด / ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

### 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมี 2 ขั้นตอนดังนี้

1. ทำการรวบรวม ID line และ e-mail ของบุคคลที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และขอให้ทำการส่งแบบสอบถามต่อให้กับผู้ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ
2. ส่งแบบสอบถามทางออนไลน์โดย Google Form ไปยัง e-mail และ ID line โดยก่อนทำแบบสอบถามจะมีคำชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายในการเก็บความลับ และป้องกันความเสี่ยงของข้อมูล อีกทั้งผู้วิจัยจะทำการตั้งค่าใน Google Form ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถส่งคำตอบได้เพียงครั้งเดียว และผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่สามารถดูสรุปคำตอบของบุคคลอื่นได้
3. นำแบบสอบถามทั้งแบบออนไลน์มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลทั่วไปโดยนำเสนอในรูปแบบของ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ T-test, F-test และ Pearson Correlation



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในงานวิจัย เรื่อง โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแล ควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนด สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าที่พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้ในการพิจารณา F- Distribution
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบ่งบอกระดับนัยสำคัญของการทดสอบสมมติฐาน โดยค่า Sig ต้องมีค่าไม่เกินระดับ 0.05
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 4.1 การเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบาย ตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้ เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมข้อมูลผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแล  
ควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

ส่วนที่ 3 โอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและ  
รูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมผู้บริโภค  
สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ร้อยละ ผลดังกล่าวปรากฏ  
ในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.1** จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก  
ตามปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัวที่เกินหรือน้อยกว่ามาตรฐาน

ปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัว	234	58.5
ไม่มีปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัว	166	41.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัว  
จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และไม่มีปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัว จำนวน 166 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 41.5

**ตารางที่ 4.2** จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพ

ความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพ	400	100
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพ จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

**ตารางที่ 4.3** จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ

ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ	296	74.0
ไม่ได้อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ	104	26.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 และ ไม่ได้อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

**ตารางที่ 4.4** จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วิธีการดูแลรูปร่างและสุขภาพ

วิธีการดูแลรูปร่างและสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
งดมื้ออาหาร เช่น งดอาหารเย็น	62	18.6
เป็นสมาชิกฟิตเนส และไปใช้บริการเป็นประจำ	30	9.0
ออกกำลังกายตามสวนสาธารณะ เช่น เดิน วิ่ง	122	36.6
รับประทานอาหารเสริมและวิตามินต่างๆ เป็นประจำ	64	19.2
ใช้บริการสถาบันเสริมความงามหรือสปาเพื่อสุขภาพ เช่น การนวด ฟันเย็น ฯลฯ	12	3.6



**ตารางที่ 4.4** จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการดูแลรูปร่างและสุขภาพ (ต่อ)

วิธีการดูแลรูปร่างและสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม และทำศัลยกรรมความงาม เช่น ดูดไขมัน ตัดกระเพาะ ฯลฯ	26	7.8
อื่นๆ	17	5.1
<b>รวม</b>	<b>333</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีวิธีการดูแลรูปร่างและสุขภาพ โดยการออกกำลังกายตามสวนสาธารณะ เช่น เดิน วิ่ง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาคือ รับประทานอาหารเสริมและวิตามินต่าง ๆ เป็นประจำ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และลำดับสุดท้าย ใช้บริการสถาบันเสริมความงามหรือสปาเพื่อสุขภาพ เช่น การนวด พันเย้น ฯลฯ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

**ตารางที่ 4.5** จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)

โรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก	366	91.5
ไม่รู้จัก	34	8.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากรู้จักโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs) จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 และ ไม่รู้จัก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.6 จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลใกล้ชิดที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)

บุคคลใกล้ชิดที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใกล้ชิดกับบุคคลที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)	288	72.0
ไม่ใกล้ชิดกับบุคคลที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs)	112	28.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใกล้ชิดกับบุคคลที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs) จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 และ ไม่ใกล้ชิดจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

ตารางที่ 4.7 จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลสุขภาพน้ำหนักและรูปร่าง

ที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลสุขภาพน้ำหนักและรูปร่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก และใช้บริการอยู่	36	9.0
รู้จัก แต่ยังไม่ได้รับบริการ	192	48.0
ไม่รู้จัก	172	43.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก รู้จักที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลสุขภาพน้ำหนักและรูปร่าง แต่ยังไม่ได้รับบริการ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ไม่รู้จัก จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และลำดับสุดท้าย รู้จัก และใช้บริการอยู่ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจ และจะใช้บริการ	28	7.0
ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อตัดสินใจในการใช้บริการ	236	59.0
ไม่สนใจ	120	34.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อตัดสินใจในการใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ ไม่สนใจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และลำดับสุดท้าย สนใจ และจะใช้บริการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

#### 4.2.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมผู้บริโภค สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.57	0.44	มากที่สุด
ด้านสถานที่	4.40	0.51	มากที่สุด
ด้านราคา	4.49	0.46	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.55	มาก
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.21	0.63	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.13	0.58	มาก
ด้านกายภาพ	4.21	0.67	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.33</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.49$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.09$ )

**ตารางที่ 4.10** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ</b>			
การใช้บริการมีความง่าย	4.75	0.43	มากที่สุด
การใช้บริการสามารถวัดผลได้	4.39	0.68	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.57</b>	<b>0.44</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านสถานที่</b>			
สามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก	4.39	0.77	มากที่สุด
มีบริการไปดูแลและรับบริการถึงที่หมายที่ลูกค้าสะดวก	4.42	0.55	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.40</b>	<b>0.51</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านราคา</b>			
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ	4.45	0.56	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้	4.46	0.66	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการรูปแบบเดียวกัน	4.59	0.60	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.50</b>	<b>0.46</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การโฆษณาโดยแจกโปสเตอร์/แผ่นพับ	4.42	0.63	มากที่สุด
การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ website facebook instagram ฯลฯ	4.40	0.63	มากที่สุด
การจัดบูธประชาสัมพันธ์ตามห้างสรรพสินค้า หรือสวนสาธารณะ หรือตามออฟฟิศต่าง ๆ	3.83	0.86	มาก
ของแถมและส่วนลด	3.74	1.02	มาก
การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลด	4.05	0.81	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

**ตารางที่ 4.10** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ</b>			
ผู้ให้บริการมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.24	0.97	มากที่สุด
ผู้ให้บริการมีความสุภาพ	4.02	1.09	มาก
ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเอง มีการให้กำลังใจในการดูแล	4.38	0.63	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>0.63</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
ความสะดวกในการนัดหมาย	4.18	0.69	มาก
ความรวดเร็วและใส่ใจในการให้คำปรึกษา	4.07	0.91	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกายภาพ</b>			
สถานที่นัดหมายในการให้บริการมีความเหมาะสม	4.24	0.74	มากที่สุด
มีการได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันระดับโลก	4.19	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>0.67</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้บริการมีความง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.75$ ) และ การใช้บริการสามารถวัดผลได้มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.39$ )

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.42$ ) และ มีบริการไปดูแลและรับบริการถึงที่หมายที่ถูกค่าสะดวก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.39$ )

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการรูปแบบเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.59$ ) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.46$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.45$ )

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ website facebook instagram ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.42$ ) รองลงมาคือ การโฆษณาโดยแจกโปสเตอร์/แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.40$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ของแถมและส่วนลด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.74$ )

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเอง มีการให้กำลังใจในการดูแล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.38$ ) รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.24$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ผู้ให้บริการมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.02$ )

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกในการนัดหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.18$ ) และความรวดเร็วและใส่ใจในการให้คำปรึกษา มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.07$ )

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่นัดหมายในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) และ มีการได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันระดับโลก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.19$ )

#### 4.2.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการ ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ร้อยละ และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.11** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในภาพรวม

ลักษณะการให้บริการ	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป	4.30	0.46	มากที่สุด
โปรแกรมสำหรับน้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์	4.20	0.51	มาก
โปรแกรมสำหรับน้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.35	0.40	มากที่สุด
โปรแกรมสำหรับน้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.16	0.63	มาก
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	3.90	0.54	มาก
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ	4.00	0.64	มาก
การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.20	0.50	มาก
การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.11	0.62	มาก
รวม	4.15	0.32	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า โปรแกรมสำหรับน้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.35$ ) รองลงมาคือ ลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ) และลำดับสุดท้ายคือ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.90$ )

**ตารางที่ 4.12** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป

ลักษณะการให้บริการทั่วไป	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มีการให้ความรู้และคำแนะนำด้านโภชนาการอาหารที่เหมาะสมกับตัวท่าน	3.94	1.00	มากที่สุด
มีการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับสารอาหารที่มีเหมาะสมกับตัวท่าน	4.72	0.45	มากที่สุด
มีการให้ความรู้, คำแนะนำ และสอนเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตัวท่าน	4.10	0.76	มากที่สุด
มีการให้ความรู้, คำแนะนำ และสอนการเลือกรับประทานอาหารในชีวิตประจำวันที่เหมาะสมกับตัวท่าน	4.45	0.53	มากที่สุด
รวม	4.30	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับสารอาหารที่มีเหมาะสมกับตัวท่าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.72$ ) รองลงมาคือ มีการให้ความรู้, คำแนะนำ และสอนการเลือกรับประทานอาหารในชีวิตประจำวันที่เหมาะสมกับตัวท่าน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.45$ ) และลำดับสุดท้ายคือ มีการให้ความรู้และคำแนะนำด้านโภชนาการอาหารที่เหมาะสมกับตัวท่าน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.94$ )

**ตารางที่ 4.13** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์)

ราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์)	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 20,000 บาท	4.38	0.70	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 20,000 – 25,000 บาท	4.12	0.82	มาก
ราคาระหว่าง 25,000 – 30,000 บาท	4.63	0.56	มากที่สุด
ราคามากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	3.68	0.78	มาก
รวม	4.20	0.51	มาก



จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาระหว่าง 25,000 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.63$ ) รองลงมาคือ ราคาต่ำกว่า 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.38$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคามากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.68$ )

**ตารางที่ 4.14** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์)

ราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์)	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 30,000 บาท	4.09	0.68	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 30,000 – 45,000 บาท	4.64	0.53	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท	4.53	0.50	มากที่สุด
ราคามากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	4.15	0.82	มากที่สุด
รวม	4.35	0.40	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.35$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาระหว่าง 30,000 – 45,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.53$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคาต่ำกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.09$ )

**ตารางที่ 4.15** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์)

ราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์)	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 45,000 บาท	4.06	.768	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท	4.25	.726	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 55,000 – 65,000 บาท	4.28	.738	มากที่สุด
ราคามากกว่า 65,000 บาทขึ้นไป	4.04	.671	มากที่สุด
รวม	4.16	.627	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน (15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาระหว่าง 55,000 – 65,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.25$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคามากกว่า 65,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.04$ )

**ตารางที่ 4.16** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์

ราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 20,000 บาท	3.76	0.71	มาก
ราคาระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท	3.88	0.91	มาก
ราคาระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท	3.62	0.84	มาก
ราคาระหว่าง 40,000 – 50,000 บาท	3.83	0.76	มาก
ราคามากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4.42	0.63	มากที่สุด
รวม	3.90	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.42$ ) รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 40,000 – 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.88$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคาระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.62$ )

**ตารางที่ 4.17** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ระยะเวลา 4 สัปดาห์

ราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ระยะเวลา 4 สัปดาห์	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 5,000 บาท	4.40	0.63	มาก
ราคาระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท	3.83	0.86	มาก
ราคาสูงกว่า 10,000 – 20,000 บาท	3.74	1.02	มาก
ราคาสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	4.05	0.81	มาก
รวม	4.00	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ) รองลงมาคือ ราคาสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.05$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคาราคาสูงกว่า 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.74$ )

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ โดยการดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์

การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 10,000 บาท	4.24	0.97	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท	4.02	1.09	มาก
ราคาระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท	4.38	0.63	มากที่สุด
ราคามากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	4.18	0.69	มาก
รวม	4.20	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ โดยการดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.38$ ) รองลงมาคือ ราคามากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.18$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคาระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.02$ )

**ตารางที่ 4.19** ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ โปรแกรมการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ

ราคาโปรแกรมการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ	( $\bar{X}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำกว่า 45,000 บาท	4.07	0.91	มาก
ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท	4.24	0.74	มากที่สุด
ราคาระหว่าง 55,000 – 60,000 บาท	4.19	0.73	มาก
ราคามากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	3.94	1.00	มาก
รวม	4.11	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจของบริการศึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ด้านราคาโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ โปรแกรมการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 55,000 – 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.19$ ) และลำดับสุดท้ายคือ ราคามากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.94$ )

#### 4.2.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมผู้บริโภค สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่ง ได้แก่ ร้อยละ ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.20** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	150	37.5
หญิง	250	62.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และ เพศชาย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

**ตารางที่ 4.21** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	40	10.0
31 – 40 ปี	106	26.5
41 – 50 ปี	66	16.5
50 ปีขึ้นไป	188	47.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และน้อยที่สุดคือ อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

**ตารางที่ 4.22** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	64	16.0
สมรส/อยู่ด้วยกัน	194	48.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	142	35.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และลำดับสุดท้ายคือ โสด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

**ตารางที่ 4.23** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	112	28.0
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	60	15.0
สูงกว่าปริญญาตรี	228	57.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และน้อยที่สุดคือ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

**ตารางที่ 4.24** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4	1.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	128	32.0
พนักงานเอกชน	148	37.0
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	34	8.5
รับจ้างทั่วไป/ฟรีแลนซ์	32	8.0
อื่นๆ	54	13.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และน้อยที่สุดคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

**ตารางที่ 4.25** แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	68	17.0
15,000 – 30, 0000 บาท	48	12.0
30,000 - 50,000 บาท	128	32.0
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	156	39.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ รายได้ 30,000 - 50,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และน้อยที่สุดคือ รายได้ 15,000 – 30, 0000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

### 4.3 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

นำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาเรื่อง โอกาสทางธุรกิจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพและ ด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามเพศ

ลักษณะการให้บริการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	4.27	.478	4.32	0.46	-.815	0.560
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์	4.19	0.51	4.21	0.51	-.314	0.775
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.36	0.38	4.35	0.42	.237	0.129
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.13	0.61	4.17	0.64	-.457	0.506
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	3.81	0.55	3.96	0.53	-1.923	0.577
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.00	0.60	4.00	0.67	.014	0.676
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.20	0.49	4.20	0.50	-.055	0.806



**ตารางที่ 4.26** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษา ส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ลักษณะการให้บริการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.06	0.60	4.14	0.64	-0.894	0.215

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า T-test พบว่า ลักษณะการให้บริการในทุกด้านมีค่า 0.775, 0.129, 0.506, 0.577, 0.676, 0.806 และ 0.215 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลสุขภาพส่วนบุคคลและรูปร่าง จำแนกตาม

อายุ

ลักษณะการให้บริการ	อายุ												F.	Sig.
	20 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		50 ปีขึ้นไป							
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	4.25	0.57	4.35	0.50	4.32	0.49	4.28	0.42					3.50	.789
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 - 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์	4.00	0.39	4.22	0.49	4.31	0.42	4.19	0.56					1.610	.188
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 - 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.25	0.35	4.34	0.40	4.40	0.43	4.36	0.41					.604	.613
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.24	0.61	4.10	0.66	4.36	0.53	4.10	0.63					1.633	.183
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	3.82	0.61	3.95	0.55	4.09	0.52	3.82	0.51					2.458	.064
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพดูแลและเสริมสร้าง สุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.01	0.87	3.92	0.62	3.91	0.63	4.08	0.61					.977	.405
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วย วิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.21	0.45	4.25	0.49	4.17	0.54	4.19	0.51					.250	.861
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับ ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.04	0.90	4.20	0.60	4.07	0.62	4.09	0.57					.540	.656

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ลักษณะการให้บริการในทุกด้านมีค่า 0.789, 0.188, 0.613, 0.183, 0.064, 0.405 และ 0.861 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.28** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามสถานภาพ

ลักษณะการให้บริการ	โสด		สมรส/อยู่ด้วยกัน		หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	4.63	.484	4.12	.442	4.40	.364	21.236	.000*
โปรแกรมสำหรับผู้มีภว่น้ำหนักเกินและมี ความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนัก ไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ใน ระยะเวลา 8 สัปดาห์	4.33	.451	4.13	.513	4.24	.514	2.256	.107
โปรแกรมสำหรับผู้มีภว่น้ำหนักเกินและมี ความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนัก ไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ใน ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.25	.453	4.34	.400	4.41	.378	1.865	.158
โปรแกรมสำหรับผู้มีภว่น้ำหนักเกินและมี ความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนัก ไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ใน ระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.14	.663	4.14	.577	4.18	.683	.100	.905
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้าง กล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	4.01	.380	3.81	.507	3.97	.618	2.800	.063
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและ ต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้าง สุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์	3.73	.666	4.06	.524	4.05	.752	3.397	.035*
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและ ต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วย วิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.53	.335	3.99	.506	4.35	.415	23.285	.000*

**ตารางที่ 4.28** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษา ส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ลักษณะการให้บริการ	โสด		สมรส/อยู่ด้วยกัน		หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.54	.360	3.80	.648	4.33	.454	30.725	.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ลักษณะการให้บริการในด้านลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ และ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ มีค่า sig. เท่ากับ 0.000, 0.035, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนลักษณะการให้บริการในด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แฝด ในเวลา 12 สัปดาห์ โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์ และ โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์ มีค่า sig. เท่ากับ 0.630, 0.107, 0.158 และ 0.905 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.29** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		4.63	4.12	4.40
โสด	4.63	-	.517* (.000)	.228* (.012)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.12	-	-	-.289* (.000)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.40	-	-	-

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.012 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.30** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		3.73	4.06	4.05
โสด	3.73	-	-.325* (.013)	-.311* (.022)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.06	-	-	.014 (.892)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.05	-	-	-

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.013 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.022 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.31** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		4.53	3.99	4.35
โสด	4.53	-	.544* (.000)	.183 (.059)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.99	-	-	-.361* (.000)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.35	-	-	-

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.32** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		4.54	3.80	4.33
โสด	4.54	-	.735* (.000)	.212 (.070)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.80	-	-	-.523* (.000)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.33	-	-	-

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



**ตารางที่ 4.33** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษา ส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะการให้บริการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า		สูงกว่า ปริญญาตรี		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	4.28	.396	4.24	.338	4.33	.522	0.468	0.627
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์	4.33	.438	4.53	.356	4.05	.518	14.919	0.000*
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.36	.340	4.48	.553	4.31	.381	2.209	0.113
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.35	.524	4.63	.381	3.94	.629	21.936	0.000*
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	4.02	.373	4.31	.351	3.73	.572	18.912	0.000*
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์	3.98	.744	4.19	.507	3.96	.618	1.551	0.215
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.02	.534	3.96	.483	4.36	.430	14.262	0.000*
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพ สำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดัน และหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.28	.632	3.73	.417	4.13	.624	8.36	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ลักษณะการให้บริการในด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ และ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์ มีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ทั้ง 4 ด้าน ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนลักษณะการให้บริการในด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์ และ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ ระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีค่า sig. เท่ากับ 0.627, 0.113 และ 0.215 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.34** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	ปริญญตรีหรือ	สูงกว่า
		ปริญญตรี	เทียบเท่า	ปริญญตรี
		4.33	4.53	4.05
ต่ำกว่าปริญญตรี	4.33	-	-.190 (.078)	.284* (.000)
ปริญญตรีหรือเทียบเท่า	4.53	-	-	.475* (.000)
สูงกว่าปริญญตรี	4.05	-	-	-

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.35** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า	ปริญญาตรีหรือ	สูงกว่า
		ปริญญาตรี	เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		3.35	4.63	3.94
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.35	-	-.272* (.036)	.416* (.000)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.63	-	-	.689* (.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.94	-	-	-

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.036 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.036 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.36** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า	ปริญญาตรีหรือ	สูงกว่า
		ปริญญาตรี	เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		<b>34.02</b>	<b>4.31</b>	<b>3.73</b>
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.02	-	-.292*	.292*
			(.010)	(.000)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.31	-	-	.584*
				(.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.73	-	-	-

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.010 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์

มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.37** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า	ปริญญาตรีหรือ	สูงกว่า
		ปริญญาตรี	เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		4.02	3.96	4.36
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.02	-	.064 (.547)	-.333* (.000)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.96	-	-	-.397* (.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.36	-	-	-

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.38** แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้านโปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่า	ปริญญาตรีหรือ	สูงกว่า
		ปริญญาตรี	เทียบเท่า	ปริญญาตรี
		4.28	3.73	4.13
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.28	-	.552* (.000)	.152 (.123)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.73	-	-	-.400* (.001)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.13	-	-	-

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน กับ การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้าน โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4.39** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลความคุ้มครองน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามระดับ

การศึกษา

ลักษณะการให้บริการ	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา		ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน		เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว		รับจ้างทั่วไป/ ฟรีแลนซ์		อื่นๆ		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	3.63	.884	4.25	.434	4.32	.482	4.43	.529	4.14	.428	4.43	.385	2.118	.065
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมี ความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนัก ไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์	3.88	.177	4.16	.543	4.18	.517	4.28	.514	4.05	.449	4.42	.380	1.647	.149
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมี ความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนัก ไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์	3.88	.530	4.34	.392	4.32	.379	4.51	.480	4.30	.430	4.41	.411	1.361	.241
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมี ความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนัก ไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ใน ระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.25	.707	4.22	.607	4.09	.636	4.38	.724	4.09	.539	4.07	.639	.858	.510



**ตารางที่ 4.39** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลความคุ้มครองบำนาญและรูปร่าง จําแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ลักษณะการให้บริการ	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน		เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว		รับจ้างทั่วไป/ฟรีแลนซ์		อื่นๆ		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แม็ค ในเวลา 12 สัปดาห์	3.20	.849	3.94	.559	3.84	.528	3.98	.624	3.95	.403	3.95	.498	1.111	.356
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์	3.75	.707	4.01	.657	3.95	.707	4.07	.598	3.89	.598	4.16	.476	.598	.701
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.13	.530	4.19	.498	4.21	.513	4.24	.658	4.13	.316	4.24	.473	.148	.980
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	3.13	1.237	4.07	.667	4.16	.616	4.16	.612	3.95	.627	4.19	.440	1.476	.199

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ลักษณะการให้บริการในทุกด้านมีค่า 0 .065, 0.149, 0.241, 0.510, 0.356, 0.701, 0.980 และ 0.199 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



**ตารางที่ 4.40** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนต้นเรื่องการดูแลความบกพร่องด้านน้ำหนักรายได้

ต่อเดือน

ลักษณะการให้บริการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000 บาท		30,000-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ลักษณะการให้บริการโดยทั่วไป	4.29	.530	4.46	.493	4.25	.408	4.30	.467	1.190	.315
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์	4.15	.544	4.32	.400	4.21	.505	4.18	.525	.623	.601
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.35	.444	4.42	.381	4.34	.412	4.34	.391	.238	.870
โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการลดน้ำหนักและไขมัน น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์	4.18	.589	3.94	.665	4.17	.639	4.20	.620	1.138	.335
โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 เดือน ในเวลา 12 สัปดาห์	3.93	.630	3.81	.564	3.95	.503	3.87	.518	.484	.693
โปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์	3.91	.733	4.02	.599	3.96	.676	4.07	.591	.608	.611
โปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์	4.26	.406	4.31	.496	4.20	.518	4.15	.521	.809	.490
โปรแกรมสำหรับผู้ที่ปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่ เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์	4.10	.696	4.16	.510	4.13	.622	4.08	.630	.149	.930

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ลักษณะการให้บริการในทุกด้านมีค่า 0.315, 0.601, 0.870, 0.335, 0.693, 0.611, 0.490 และ 0.930 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.41** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง

ด้านผลิตภัณฑ์	การตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	0.504**	0.000	ระดับสูง
ด้านสถานที่	0.694**	0.000	ระดับสูง
ด้านราคา	0.658**	0.000	ระดับสูง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.792**	0.000	ระดับสูง
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	0.421**	0.000	ระดับปานกลาง
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.567**	0.000	ระดับสูง
ด้านกายภาพ	0.473**	0.000	ระดับปานกลาง
รวม	0.714**	0.000	ระดับสูง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.504, 0.694, 0.658, 0.792, 0.421, 0.567 และ 0.473 นั่นคือ ตัวแปร

มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ ถ้าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ทั้งหมดเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลความค้ำน้ำหนักและรูปร่าง เพิ่มขึ้นตามไปด้วย



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและโอกาสทางธุรกิจที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง
3. นำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่สนใจเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต จำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติสำเร็จรูป SPSS โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test และ Pearson Correlation โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ดังนั้น การนำเสนอสรุปผลการวิจัยเรื่อง โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ตามลำดับ ได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้
4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 ด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และ เพศชาย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.0 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 48.5 และมีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.0 ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 39

### 5.1.2 ด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

ลักษณะของกลุ่มประชากรเป็นผู้ที่มีความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพทั้งหมด ซึ่งมีปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัว จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการออกกำลังกายตามสวนสาธารณะ เช่น เดิน วิ่ง คิดเป็นร้อยละ 36.6 และส่วนใหญ่รู้จักโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs) คิดเป็นร้อยละ 91.5 ซึ่งมีความใกล้ชิดกับบุคคลที่มีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs) คิดเป็นร้อยละ 72.0 และรู้จักที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง แต่ยังไม่ได้ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 48.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อตัดสินใจในการใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ คิดเป็นร้อยละ 59.0

### 5.1.3 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยในระดับที่ให้ความสำคัญมากที่สุด และมากเป็นส่วนใหญ่ แยกออกตามแต่ละปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้บริการมีความง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และ การใช้บริการสามารถวัดผลได้ตามลำดับ
2. ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และ มีบริการไปดูแลและรับบริการถึงที่หมายที่ถูกค่าสะดวก ตามลำดับ

3. ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการรูปแบบเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาก็คือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้ และลำดับสุดท้ายคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ website facebook instragram ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาก็คือ การโฆษณาโดยแจกโปสเตอร์/แผ่นพับ และลำดับสุดท้ายคือ ของแถมและส่วนลด
5. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเอง มีการให้กำลังใจในการดูแล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาก็คือ ผู้ให้บริการมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ และลำดับสุดท้ายคือ ผู้ให้บริการมีความสุภาพ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกในการนัดหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และความรวดเร็วและใส่ใจในการให้คำปรึกษา ตามลำดับ
7. ด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่นัดหมายในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และ มีการได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันระดับโลก ตามลำดับ

#### 5.1.4 ด้านโอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

โอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า โปรแกรมสำหรับน้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาระหว่าง 30,000 – 45,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาก็คือ ลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับสารอาหารที่มีเหมาะสมกับตัวท่าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้ายคือ โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคามากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด



### 5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน

#### การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

นำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาเรื่อง โอกาสทางธุรกิจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง โดยสามารถเขียนผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง พบว่า สถานภาพ และระดับการศึกษานั้นมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ในขณะที่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และ ด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง โดยสามารถเขียนผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### 1. การวิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี พนักงานเอกชน รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ

กฤษณะ นิมภักดี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการของลูกค้าในสถาบันลดน้ำหนักสลิมอัฟเฟ็นเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศหญิงเป็นผู้ที่มีการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับการดูแลตัวเองมากที่สุด ซึ่งเป็นผู้มีอาชีพพนักงานเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน โดยที่ส่วนมากผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจคือ ตัวเอง

2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด คือ การใช้บริการมีความง่ายและสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภางค์ แก้วประเสริฐ (2554) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของคลินิกรักษาโรค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้บริการคลินิก

ด้านสถานที่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ด้านสถานที่โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด คือ มีบริการไปดูแลและรับบริการถึงที่หมายที่ลูกค้าสะดวก และสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยรัฐ อุทาสิน (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามของลูกค้าในเขตเทศบาลสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวกมากที่สุด

ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ด้านราคา โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการรูปแบบเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร สุริยะพรหม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคลินิกเสริมความงามและดูแลผิวพรรณของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณาโดยแจกโปสเตอร์/แผ่นพับและการโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ website facebook instagram ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยรัฐ อุทาสิน (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามของลูกค้าในเขตเทศบาลสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอมากที่สุด

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเอง มีการให้กำลังใจในการดูแล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา เทพจันทร์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้าน

เสริมสวยสตรีในเขตเทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการให้บริการของผู้ให้บริการมากที่สุด

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมในระดับมาก คือ ความสะดวกในการนัดหมาย และ ความรวดเร็วและใส่ใจในการให้คำปรึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา เทพจันทร์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรีในเขตเทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการมากที่สุด

ด้านกายภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพ โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด คือ สถานที่นัดหมายในการให้บริการมีความเหมาะสม และ มีการได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันระดับโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา เทพจันทร์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรีในเขตเทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของร้าน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัว เรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ดังนี้

ผลการศึกษสมมติฐาน พบว่า สถานภาพและระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ชนานาถ พูลผล (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าสลิมมิ่งพลัสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่สลิมมิ่งพลัส ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านบุคลากร โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ สระวัง และ ชุติมาวดี ทองจีน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานความงามและสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี บุคคลที่มีอิทธิพลทำให้เข้ารับบริการสถานเสริมความงามและสปาคือตัวเอง โดยจะรับข้อมูลข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ จากร้านความงามและสปาจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก แฟนเพจ อินสตาแกรม หรือไลน์มากที่สุด ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการสถานความงามและสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัว เรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัว เรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ทองรีน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คลินิกเสริมความงาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกับการเลือกใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับภาพพจน์และชื่อเสียงของคลินิก ด้านราคาให้ความสำคัญกับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ ด้านพนักงานให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและชำนาญของแพทย์ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ ความสะอาดของคลินิก บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือตัวเอง ผลการทดสอบสมมุติฐาน ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันในด้านของระดับการศึกษาและสถานภาพและการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7Ps มีความสัมพันธ์และมีผลกับการตัดสินใจใช้บริการ

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการดังนี้

#### 1. ระยะสั้น

ผู้ประกอบการควรที่จะเน้นในการจัดโปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาเรื่องรูปร่างและความอ้วนก่อน โดยเน้นโปรแกรมการลดน้ำหนักและไขมันที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์เป็นอันดับแรก เพราะเป็นกลุ่มที่มีความต้องการในตลาดมากที่สุด ที่ราคามาตรฐานอยู่ที่ 30,000 – 45,000 บาทต่อโปรแกรม ในสถานที่ที่สะดวกแก่การให้บริการของลูกค้า เช่นที่บ้าน หรือฟิตเนสตามที่ทำงาน โดยที่มีการเน้นการทำตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย และเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้เกิดการบอกต่อและสร้าง Brand Awareness ต่อลูกค้า

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ	ด้านราคา	ด้านช่องทางการใช้บริการ	ด้านส่งเสริมการตลาด
ลดน้ำหนักและไขมัน 5-15 KG 	30,000 – 45,000 บาท ต่อโปรแกรม	  	

ภาพที่ 5.1 สรุปข้อเสนอแนะในระยะสั้นต่อธุรกิจ

## 2. ระยะยาว

ผู้ประกอบการควรที่จะขยายการดูแลในการจัดโปรแกรมสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจงสูง ที่พร้อมจะจ่ายมากขึ้น อาทิเช่น กลุ่มคนที่ต้องการรูปร่างกล้ามเนื้อและ 6 packs โดยเน้นภาพพจน์ของการเป็นผู้เชี่ยวชาญสูง และครบวงจร

ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ	ด้านราคา	ด้านช่องทางการใช้บริการ	ด้านส่งเสริมการตลาด
สร้างกล้ามเนื้อและ 6 packs 			

ภาพที่ 5.2 สรุปข้อเสนอแนะในระยะยาวต่อธุรกิจ

#### 5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

ข้อมูลที่เก็บได้เกิดจากการใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งการกระจายของแบบสอบถามยังมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถครอบคลุมได้ถึงทุกวัย หรือทุกอาชีพของประชากร รวมถึงไม่ได้เฉพาะเจาะจงในกลุ่มของคนที่เคยใช้บริการแล้ว และยังมีเงื่อนไขด้านเวลา ที่ทางผู้วิจัยทำการกระจายแบบสอบถามในช่วงเดือนสิงหาคม 2562 เท่านั้น ซึ่งข้อมูลอาจเปลี่ยนแปลงได้ในช่วงเวลาอื่น

#### 5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีระยะเวลาที่มากกว่านี้ในการกระจายแบบสอบถามให้นานมากขึ้น เพื่อจะได้ครอบคลุมกลุ่มประชากรให้มากกว่าเดิม
2. ควรเจาะลึกเพิ่มเติมลงไปในกลุ่มที่มีความสนใจในการดูแลรูปร่าง เพื่อให้ได้ความต้องการที่ชัดเจน และตรงประเด็นมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ทองรัตน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภค ในจังหวัดสระบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กฤษณะ ฉิมภักดี. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการของลูกค้าสลิสมัซเซอร์ในเขต กทม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชนานาถ พูลผล. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าสลิสมัซเซอร์ในเขต กทม. วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(85): 80-94.
- นันท์ชนก วงษ์สมุทร. (2560). ไทยศัลยกรรมความงามติดอันดับ 21 โลก นิยมทำเปลือกตามากสุด. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-40439947>
- บุศรา จิรเกษมสุข. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามพวงศัศกดิ์คลินิกของผู้บริโภคในเขต กทม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เบญจวรรณ สระวัง และชุตติมาวดี ทองจีน (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานความงามและสปาเพื่อสุขภาพในจ.จันทบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัลลภา เทพจันทร์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านเสริมสวยสตรีในเขตเทศบาลนครระยอง จังหวัดระยอง. โครงการประชุมวิชาการ SUMBA Reserch conference..
- สลิลา สุขเทวา. (2548). ปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้ำหนักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Charles Li. (2019). *US Healthcare Spending as of 2019*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.clearvuehealth.com/b/us-healthcare-spending/>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Grand View Research. (2019). *Weight Loss Services Market Size, Share & Trends Analysis Report By Payment (Out of Pocket, Private Insurance), By Equipment (Fitness, Surgical), By Services (Consulting, Fitness Center), And Segment Forecasts, 2019 – 2025*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/weight-loss-services-market>.
- ISAPS. (2017). *Isaps International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed In 2017*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก [https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/03/ISAPS\\_2017\\_International\\_Study\\_Cosmetic\\_Procedures\\_NEW.pdf](https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/03/ISAPS_2017_International_Study_Cosmetic_Procedures_NEW.pdf).
- KAREN ASP. (2019). *Grow Your Business Through Lifestyle & Weight Management Consulting*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.acefitness.org/certifiednewsarticle/635/grow-your-business-through-lifestyle-amp-weight/>.
- Marketeer. (2559). *ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://marketeeronline.co/archives/24837>
- Marketeer. (2559). *ตลาดฟิตเนส: ยังคงมีโอกาสนองใหม่*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://marketeeronline.co/archives/24065>.
- Profitableventure. (2019). *50 Best Weight Loss Business ideas & Opportunities for 2019*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.profitableventure.com/weight-loss-business-opportunities/>





ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

เรื่อง โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแล  
ควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลผู้บริโภครวมถึงความคิดเห็น  
ต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยในหัวข้อ “โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการที่ปรึกษาส่วนตัวเรื่องการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต  
ในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ”

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบ  
ของบทสรุปภาพรวม ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด จึงใคร่ขอความร่วมมือในการ  
ตอบแบบสอบถามตามความจริงเพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

#### ส่วนที่ 1 พฤติกรรมข้อมูลผู้บริโภค

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ท่านเป็นผู้ที่มีปัญหาด้านรูปร่างและน้ำหนักตัวที่เกินหรือน้อยกว่ามาตรฐานหรือไม่  
( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
2. ท่านเป็นผู้ที่มีความสนใจในการดูแลรูปร่างและสุขภาพหรือไม่  
( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่ (หยุดทำแบบสอบถาม)
3. ท่านเป็นผู้ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯฯ หรือไม่  
( ) ใช่ โปรดระบุเขต \_\_\_\_\_  
( ) ไม่ใช่

4. วิธีการที่ท่านใช้ในการดูแลรูปร่างและสุขภาพของท่านในปัจจุบันเป็นดังข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- งดมื้ออาหาร เช่น งดอาหารเย็น
  - เป็นสมาชิกฟิตเนส และไปใช้บริการเป็นประจำ
  - ออกกำลังกายตามสวนสาธารณะ เช่น เดิน วิ่ง
  - รับประทานอาหารเสริมและวิตามินต่างๆ เป็นประจำ
  - ใช้บริการสถาบันเสริมความงามหรือสปาเพื่อสุขภาพ เช่น การนวด ฟันเข็น ฯลฯ
  - ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม และทำศัลยกรรมความงาม เช่น ดูดไขมัน ตัดกระเพาะ ฯลฯ
  - อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
5. ท่านรู้จักโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs) อาทิเช่น เบาหวาน มะเร็ง ความดันโลหิตสูง หลอดเลือดหัวใจและสมอง ถุงลมโป่งพอง และอ้วนลงพุง หรือไม่
- รู้จัก  ไม่รู้จัก
6. บุคคลใกล้ชิดของท่านมีประวัติเป็นโรคในกลุ่ม Non-Communicable diseases (NCDs) หรือไม่
- มี  ไม่มี
7. ท่านรู้จักบริการที่ปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต (Personal life style - weight management consultant) หรือไม่
- รู้จัก และใช้บริการอยู่  รู้จัก แต่ยังไม่ได้ใช้บริการ  ไม่รู้จัก
8. ถ้ามีบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต (Personal life style - weight management consultant) เปิดตัวในประเทศไทย ท่านสนใจหรือไม่
- สนใจ และจะใช้บริการ
  - ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อตัดสินใจในการใช้บริการ
  - ไม่สนใจ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนัก และรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต (Personal life style - weight management consultant)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ</b>					
การใช้บริการมีความง่าย					
การใช้บริการสามารถวัดผลได้					
<b>ด้านสถานที่</b>					
สามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก					
มีบริการไปดูแลและรับบริการถึงที่หมายที่ลูกค้าสะดวก					
<b>ด้านราคา</b>					
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ					
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้					
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการรูปแบบเดียวกัน					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
การโฆษณาโดยแจกโปสเตอร์/แผ่นพับ					
การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ website facebook instagram ฯลฯ					
การจัดบูธประชาสัมพันธ์ตามห้างสรรพสินค้า หรือ สวนสาธารณะ หรือตามออฟฟิศต่างๆ					
ของแถมและส่วนลด					
การสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลด					
<b>บุคลากรผู้ให้บริการ</b>					
ผู้ให้บริการมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้บริการ					
ผู้ให้บริการมีความสุภาพ					
ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเอง มีการให้กำลังใจในการดูแล					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
ความสะดวกในการนัดหมาย					
ความรวดเร็วและใส่ใจในการให้คำปรึกษา					
<b>ด้านกายภาพ</b>					
สถานที่นัดหมายในการให้บริการมีความเหมาะสม					
มีการได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันระดับโลก					

**ส่วนที่ 3** โอกาสทางธุรกิจของบริการปรึกษาส่วนตัวด้านการดูแลควบคุมน้ำหนักและรูปร่างที่ออกแบบตามการใช้ชีวิต (Personal life style - weight management consultant)

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด

ลักษณะการให้บริการ	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ลักษณะการให้บริการ โดยทั่วไป</b>					
มีการให้ความรู้และคำแนะนำด้านโภชนาการอาหารที่เหมาะสมกับตัวท่าน					
มีการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับสารอาหารที่เหมาะสมกับตัวท่าน					
มีการให้ความรู้, คำแนะนำ และสอนเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตัวท่าน					
มีการให้ความรู้, คำแนะนำ และสอนการเลือกรับประทานอาหารในชีวิตประจำวันที่เหมาะสมกับตัวท่าน					

ลักษณะการให้บริการ	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>โปรแกรมสำหรับผู้มีภาวะน้ำหนักเกินและมีความต้องการจะลดน้ำหนักและไขมัน</b>					
น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 1 – 5 KG ในระยะเวลา 8 สัปดาห์					
ราคาต่ำกว่า 20,000 บาท					
ราคาระหว่าง 20,000 – 25,000 บาท					
ราคาระหว่าง 25,000 – 30,000 บาท					
ราคามากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป					
น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 5 – 15 KG ในระยะเวลา 12 สัปดาห์					
ราคาต่ำกว่า 30,000 บาท					
ราคาระหว่าง 30,000 – 45,000 บาท					
ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท					
ราคามากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป					
น้ำหนักไขมันที่ต้องการลดอยู่ที่ 15 KG ขึ้นไป ในระยะเวลา 24 สัปดาห์					
ราคาต่ำกว่า 45,000 บาท					
ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท					
ราคาระหว่าง 55,000 – 65,000 บาท					
ราคามากกว่า 65,000 บาทขึ้นไป					
<b>โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีความต้องการจะสร้างกล้ามเนื้อและ 6 แพ็ค ในเวลา 12 สัปดาห์</b>					
ราคาต่ำกว่า 20,000 บาท					
ราคาระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท					
ราคาระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท					
ราคาระหว่าง 40,000 – 50,000 บาท					
ราคามากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป					
<b>โปรแกรมสำหรับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการดูแลสุขภาพ</b>					
ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพระยะเวลา 4 สัปดาห์					
ราคาต่ำกว่า 5,000 บาท					

ลักษณะการให้บริการ	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ราคาระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท					
ราคามากกว่า 10,000 – 20,000 บาท					
ราคามากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป					
การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการล้างสารพิษออกจากร่างกาย (Detoxification) ระยะเวลา 4 สัปดาห์					
ราคาต่ำกว่า 10,000 บาท					
ราคาระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท					
ราคาระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท					
ราคามากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป					
การดูแลสุขภาพสำหรับผู้ที่เป็นโรคพิเศษ เช่น ความดันและหลอดเลือดหัวใจ เบาหวาน ฯลฯ ระยะเวลา 12 สัปดาห์					
ราคาต่ำกว่า 45,000 บาท					
ราคาระหว่าง 45,000 – 55,000 บาท					
ราคาระหว่าง 55,000 – 60,000 บาท					
ราคามากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป					

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20 – 30 ปี ( ) 31 – 40 ปี

( ) 41 – 50 ปี ( ) 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

( ) โสด ( ) สมรส/อยู่ด้วยกัน ( ) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. อาชีพ

- ( ) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา      ( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) พนักงานเอกชน                ( ) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว  
( ) รับจ้างทั่วไป/ฟรีแลนซ์      ( ) อื่นๆ โปรดระบุ\_\_\_\_\_

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) ต่ำกว่า 15,000 บาท                ( ) 15,000 – 30,000 บาท      ( ) มากกว่า 30,000 ขึ้นไป

