

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับการศัลยกรรมเสริมจมูกของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร	
ผู้วิจัย	นภลัย นทีทรัพย์ไพศาล	รหัสนักศึกษา 012340025
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป)	
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. อภิเทพ แซ่โค้ว	
ปีการศึกษา	2557	

บทคัดย่อ

การวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเข้ารับการศัลยกรรมเสริมจมูกของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาจากปัจจัย 2 ด้านคือ (1) ปัจจัยด้านส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะรายได้ของครอบครัวต่อเดือน และอาชีพของผู้ปกครอง (2) ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลกระทบ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและรักษานาเสนอทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ไม่จำกัดสถาบัน คณะ และชั้นปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการศัลยกรรมจมูกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 สายสังคมศาสตร์ รายรับส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท อาชีพของผู้ปกครองเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สาเหตุที่เข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ส่วนใหญ่คือเพื่อเสริมความมั่นใจให้ตนเอง วัสดุที่เลือกใช้ในการทำศัลยกรรม ใช้ซิลิโคนสำเร็จรูป ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม 30,001 บาทขึ้นไป ความคาดหวังก่อนการเข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ส่วนใหญ่คือไม่มีอาการแทรกซ้อน ผลที่ได้รับหลังการเข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมจมูก คือต้องการแก้ไข/ไม่ได้รูปทรงจมูกที่ต้องการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับการศัลยกรรมเสริมจมูก ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านผลกระทบ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การตัดสินใจเข้ารับการศัลยกรรมเสริมจมูกมีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยังพบว่า การตัดสินใจเข้ารับการศัลยกรรมเสริมจมูกมีความแตกต่างกันตามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ สาเหตุที่เข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมจมูก วัสดุที่เลือกใช้ในการทำศัลยกรรม ราคาค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรม และสถานพยาบาลที่ทำนพิจารณาในการเลือกใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: ศัลยกรรมตกแต่ง , เสริมจมูก, การตัดสินใจ

Title	Factors Influencing the Decision to Undergo Rhinoplasty of University Students in Bangkok.	
Researcher	Napalai Nateesappaisarn	Student ID : 012340025
Degree	Master of Business Administrator (General Management)	
Advisor	Dr. Apitep Saekow	
Academic year	2014	

Abstract

This research aims to study the factors that influence the demand for rhinoplasty among university students in Bangkok. This research is based on two principal factors: (1) personal factors such as sex, age, undergraduate level, family income and occupation of parents.(2) Service marketing mix factors such as price, place, product, people, promotion, physical evidence and service processes

The research using the questionnaires from 400 students who lived in Bangkok and had undergone rhinoplasty. The results showed as follows: Most respondents were more female, aged under 20 years old, the sophomore students of Social Science, income ranged 10,000 baht or lesser, parental occupation reported was private employee. Main reason for undergoing the rhinoplasty was to enhance self-confidence. The selected materials in nose surgery was finished silicone, the cost for nose surgery was THB 30,001 or higher, the expectations before undergoing the rhinoplasty mainly reported was no complication. The subsequent outcome of the rhinoplasty was revision/undesired nose shape. Factors that influence the decision to undergo rhinoplasty surgery; overall, they were reported with considerable level; product, price, distribution channels, and promotion, personnel, process, and physical environment.

Hypothesis testing showed that individual's decision to undergo rhinoplasty surgery varied with demographic factors at statistically significant level 0.05. It also found that the decision to get rhinoplasty surgery was different by general data; including causes of undergoing the rhinoplasty, materials used in surgery, cost of the surgery, and surgery clinics at statistically significant level 0.05.

Keywords : Plastic Surgery, Rhinoplasty, Decision