

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการสุขภาพและความงาม” นี้ มีวัตถุประสงค์ คือ ๑) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารและให้บริการของสถานบริการสุขภาพและความงาม ๒) เพื่อสร้างรูปแบบการสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการสุขภาพและความงาม ๓) เพื่อนำเสนอรูปแบบการสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการสุขภาพและความงาม

ผู้วิจัยทำการศึกษาโดยใช้วิธีการแบบผสม (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาวะในด้านต่างๆ คือ ด้านความงาม ด้านสุขภาวะทางกาย ด้านสุขภาวะทางจิตใจ และด้านการมีส่วนร่วมในกิจการ โดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วจึงนำข้อมูลหลักพุทธธรรมที่ได้นั้นมาประกอบการพรรณนาและอธิบายความสัมพันธ์กับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพการบริหารและให้บริการของสถานบริการสร้างเสริมสุขภาพและความงามด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกโดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากสมาชิกของสถานบริการ อาเมทิส บอดี้ แอนด์ บิวตี้ คลับ จำนวน ๙๕ คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) การหาค่าอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมแปลผลตามเกณฑ์ที่กำหนดเอาไว้ ส่วนความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำข้อมูลมาจัดกลุ่มเพื่อการแจกแจงความถี่ (Frequencies) และหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการอธิบายความหมายข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดแบ่งหัวข้อสำคัญสำหรับการรายงานผลการวิจัยครั้งนี้ออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๔.๑ ผลการวิจัย ประกอบด้วย

๔.๑.๑ การวิจัยเชิงคุณภาพ

๔.๑.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ

๔.๒ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ประกอบด้วย

๔.๒.๑ องค์ความรู้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

๔.๒.๒ สังเคราะห์รูปแบบการสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการ สุขภาพและความงาม

๔.๑ ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาวะ คือ ด้านความงาม ด้านสุขภาวะทางกาย ด้านสุขภาวะทางจิตใจ และด้านการมีส่วนร่วมในกิจการ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ศึกษาสภาพการบริหารและให้บริการของสถานบริการสุขภาพและความงาม ซึ่งครอบคลุมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านอัตราค่าบริการ ด้านช่องทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ปรากฏผลของการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

๔.๑.๑ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาวะในด้านต่างๆ คือ ด้านความงาม ด้านสุขภาวะทางกาย ด้านสุขภาวะทางจิตใจ และด้านการมีส่วนร่วมในกิจการ พบว่า หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมความงาม ประกอบด้วย เมตตา ขันติ และโสรัจจะ ๒) หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางกาย คือ อายุสสธรรม ๓) หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ ประกอบด้วย โลภียธรรม บุญนิธิ ความสุข และ ๔) หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างการมีส่วนร่วมในกิจการ คือ สามัคคีธรรม ซึ่งหลักธรรมทั้ง ๔ กลุ่มนี้ จะต้องสร้างเสริมให้เกิดขึ้นแก่พนักงานผู้ให้บริการและลูกค้าผู้มารับบริการ จึงจะทำให้การสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธของสถานบริการสุขภาพและความงามประสบความสำเร็จ ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

๔.๑.๑.๑ หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมความงาม

หลักพุทธธรรมที่อธิบายเรื่องการสร้างเสริมความงาม ประกอบด้วย ๑) เมตตา ๒) ขันติและโสรัจจะ มีดังนี้

๑) การสร้างเสริมความงามด้วยหลักเมตตา พบว่า เมตตาที่มีความไปโดยอาการ คือ มีลักษณะเกื้อกูล มีความปรารถนาดีอย่างจริงใจ เป็นองค์ธรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่ประกอบอยู่ในพรหมวิหาร ๔ เป็นหลักธรรมที่นำไปสู่การทำประโยชน์สุขให้แก่ผู้อื่น ทำให้มีความสงบ มีความงดงามของจิตใจที่นุ่มนวล อ่อนโยน มีความรัก และมีความปรารถนาดีต่อบุคคลทั่วไป และยังพบว่าเมตตามีความสำคัญต่อการส่งเสริมให้มีการปฏิบัติหน้าที่และการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ทำให้เกิดมีไมตรีจิต

และมิตรภาพที่ดีระหว่างกัน มีการเอื้อเฟื้อเกื้อกูลช่วยเหลือแก่กันและกัน ดังนั้นจึงพบว่าผู้มีเมตตาามีความเป็นมิตรกับทุกคน เกิดความงามของจิตใจและปรากฏเป็นรูปลักษณะของความงามภายนอก

เมตตาที่ปรากฏในคัมภีร์อรรถกถา จำแนกได้ ๓ ประเภท คือ ๑) เมตตา ภายนอก คือ การกระทำที่ประกอบด้วยด้วยจิตเมตตาทั้งต่อหน้าและลับหลัง ๒) เมตตาวจีกรรม คือ วจีกรรมที่เปล่งออกไปด้วยจิตอันประกอบด้วยเมตตา มีความรัก ความปรารถนาดีเป็นที่ตั้ง ทั้งต่อหน้าและลับหลัง และ ๓) เมตตาโมกขกรรม คือ การมีจิตที่ประกอบด้วยเมตตาเป็นพื้นฐานภายในจิตใจ มีความปรารถนาให้มีสุข ไม่มีเวร ไม่เบียดเบียนกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการสร้างเสริมความงามด้วยหลักเมตตา มีส่วนสำคัญที่ต้องฝึกฝนในด้านพฤติกรรม ๓ ทาง คือ

(๑) พฤติกรรมทางกาย หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกในรูปของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งที่เป็นปฏิปักษ์และพฤติกรรมที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดเมตตา ซึ่งผู้ปฏิบัติจะต้องรู้จักกระทำ และละเว้นการกระทำให้ถูกต้อง กล่าวคือพฤติกรรมลักษณะใดเป็นเหตุให้เกิดเมตตา ก็ยึดถือและปฏิบัติ ขณะเดียวกัน พฤติกรรมใดที่ขัดขวางต่อเมตตา ก็ให้ละเว้น ไม่กระทำ

(๒) พฤติกรรมทางด้านวาจา หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกทางวาจาซึ่งเอื้อต่อการเกิดเมตตา ได้แก่ ปิยวาจา คือ การเจรจาด้วยถ้อยคำที่ก่อให้เกิดความรัก ความสมัครสมานสามัคคี เว้นจากวจีทุจริต ๔ ประการ คือ คำเท็จ คำหยาบ คำส่อเสียด และคำเพ้อ รวมไปถึงการงดเว้นคำพูดที่จะเป็นสาเหตุนำไปสู่ความทะเลาะ ความขัดเคือง

(๓) พฤติกรรมทางด้านจิตใจ หมายถึง พฤติกรรมที่มีพื้นฐานของจิตใจที่ดีงาม มีความรักความปรารถนาดีต่อบุคคลอื่น และมีปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนก่อให้เกิดเมตตา ได้แก่ การรู้เอาใจเขาใส่ใจเรา มีความปรารถนาดีต่อกัน การมีจิตใจอ่อนโยน การฝึกแผ่เมตตาจิต การมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ตลอดจนการเป็นผู้รู้จักใช้ปัญญาพิจารณาให้เห็นคุณค่าของเมตตาและปัจจัยที่เกื้อหนุนให้เกิดความปรารถนาดีเพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขเป็นที่ตั้ง

องค์ธรรมสนับสนุนให้เกิดเมตตา ได้แก่ ๑) กัตตุกัมมยตาฉันทะ หมายถึง การมีความพอใจและมีความปรารถนาให้เกิดเมตตา ๒) ขันติ หมายถึง การมีความอดทน อดกลั้นต่ออารมณ์โกรธ และ ๓) อัปยาปาหะ หมายถึง การใช้ปัญญาพิจารณาระงับอารมณ์ที่เป็นเหตุให้เกิดความขัดเคืองใจ

ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติงานต่อลูกค้าผู้รับบริการด้วยหลักเมตตาธรรม ทั้งกาย วาจา ใจ สร้างความนุ่มนวลอ่อนโยนและปรารถนาที่ดีจึงจะโน้มน้าวจิตใจของผู้มารับบริการให้ผ่อนคลายอ่อนโยนตามไปด้วย เป็นการส่งเสริมให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกแห่งเมตตาเกิดขึ้นด้วย

๒) การสร้างเสริมความงามด้วยขันติและโสรัจจะ พบว่า ขันติและโสรัจจะ เป็นองค์ธรรมที่ช่วยประคับประคองมิให้การรักษาศีลของบุคคลต้องมัวหมอง สามารถสนับสนุนให้บุคคลพัฒนาตนไปสู่ความสำเร็จและอดทนต่อกิเลส คือ โลภะ โทสะ และโมหะ ที่มากระทบทั้งทางกาย

วาจา และจิตใจ สำหรับบุคคลผู้ไม่ประพฤตินให้มีขันติและโสรจจะ ย่อมเกิดโทษ คือ ไม่เป็นที่รัก ไม่เป็นที่พอใจของคนหมู่มาก, เป็นผู้มากด้วยเวร, เป็นผู้มากด้วยโทษ, เป็นผู้หลงลืมสติตาย และหลังจากตายแล้วย่อมไปเกิดในอบาย

ขันติและโสรจจะมีความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย สังคม และจิตใจ ในด้านการส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จ และสามารถจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ ๑) การมีขันติและโสรจจะเพื่อการดำรงชีวิตประจำวันให้บรรลุเป้าหมาย คือ การมีความอดทนต่อความลำบาก มุ่งมั่นประกอบการทำงาน อันจะส่งผลให้การทำงานสำเร็จเรียบร้อย การมีความอดทนต่อทุกขเวทนาอันเกิดจากความป่วยไข้ ไม่แสดงอาการทุณทุราย และการมีความอดทนต่อการหมิ่นประมาทหรือการกล่าวล่วงเกินให้เสียหาย ไม่ประพฤติดุติพลั้ง ด้วยอำนาจแห่งโทสะ และ ๒) การมีขันติและโสรจจะเพื่อการพัฒนาตนไปสู่ความดีงาม มีความประพฤติเพื่อการพัฒนาตนไปสู่ความดีงาม ดังนั้นจึงต้องฝึกความอดทนต่อกิเลส คือ โลภะ โทสะ และโมหะ เพื่อยกระดับจิตใจให้เป็นผู้มีคุณธรรมที่สูงขึ้น

จากผลการศึกษาพบว่า ขันติและโสรจจะมีอานิสงส์ช่วยให้ผู้ประพฤติปฏิบัติมีความอดทนและไม่ประพฤติดุติศีลธรรม ไม่เป็นผู้ดुर้าย ไม่มีความเดือดร้อนใจ เป็นที่รักใคร่ชอบของผู้พบเห็น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ขันติและโสรจจะเป็นธรรมที่ทาคนให้งาม เป็นคุณธรรมสำคัญประจำตัวปัจเจกบุคคลในการดำรงชีวิต ทั้งเพื่อประโยชน์ชีวิตในปัจจุบัน ประโยชน์เบื้องหน้า และประโยชน์สูงสุดแห่งชีวิต

ผู้ให้บริการที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยหลักธรรมแห่งขันติโสรจจะ จะต้องประสบความสำเร็จในงานที่ทำอย่างเรียบร้อยดีงาม เกิดความภาคภูมิใจในผลงาน เป็นตัวอย่างให้ผู้รับบริการและผู้พบเห็น ชื่นชมยินดีไปด้วยความอímเอมใจ จะเกิดขึ้นได้ทั้งผู้ให้และผู้รับ เป็นการเสริมสร้างธรรมจากการปฏิบัติ

๔.๑.๑.๒ หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางกาย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า หลักพุทธธรรมซึ่งมีเนื้อหาคำสอนที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางกาย คือ อายุสสธรรม ๕ ซึ่งเป็นหลักพุทธธรรมที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อเกื้อกูลแก่อายุและส่งเสริมให้มีสุขภาพดี มีแนวทางการปฏิบัติที่มุ่งเน้นให้เกิดการรักษาสุขภาพแบบองค์รวม สอดคล้องกับหลักอริยสัจ ๔ ซึ่งมุ่งกำจัดเหตุแห่งความทุกข์ เพื่อสร้างสุขภาวะที่เป็นสุขให้เกิดกับชีวิต และเป็นหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมอริยมรรค เพื่อการนำชีวิตไปสู่จุดมุ่งหมายสูงสุดครอบคลุมข้อปฏิบัติด้านศีล สมาธิ ปัญญา อย่างครบถ้วน ประกอบด้วยองค์ธรรมที่สำคัญ ๕ ประการ ได้แก่ ๑) สัปายการี คือ การพิจารณาเลือกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อชีวิตอย่างแท้จริง ๒) สัปายะมัตตัญญ คือ รู้จักการประมาณในการบริโภคเพื่อความพอดีกับความต้องการของชีวิต ๓) ปริณตโกช

คือ การบริโภคสิ่งที่จะช่วยรักษาสุขภาพร่างกาย มีลำดับขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน เช่น การบริโภคอาหารที่ปรุงโดยไม่จำเป็นต้องปรุงระดับเพื่อเพิ่มคุณค่าเทียมเกินความต้องการที่แท้จริงของการบริโภค มุ่งเน้นการบริโภคอาหารที่ย่อยง่ายและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ๔) กาลจารี คือ การรู้จักแบ่งเวลาให้ถูกกับงานที่จะต้องทำ การพูดหรือการคิดที่เหมาะสม มีการปฏิบัติด้วยความตั้งใจมั่น สม่ำเสมอและต่อเนื่อง สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตน และ ๕) พรหมจารี คือ การถือพรหมจรรย์ รู้จักรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง มุ่งเน้นการขัดเกลาทั้งทางกาย วาจา และใจด้วยการสร้างคุณธรรมให้เกิดขึ้น

หลักธรรมดังกล่าวนี้ สถานบริการสุขภาพและความงามต้องจัดกิจกรรมและสภาพแวดล้อม ส่งเสริมให้ผู้รับบริการมีความรู้และเกิดความตระหนัก สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริงด้วยตัวเองในชีวิตประจำวัน จึงจะสร้างประโยชน์ในการสร้างเสริมสุขภาพะทางกายได้อย่างแท้จริง ในขณะเดียวกันผู้ให้บริการต้องฝึกจากกิจกรรม ถ่ายทอดหลักธรรมดังกล่าวให้ควบคู่กลมกลืนไปกับการให้บริการตามกิจกรรมที่จัดบริการ

๔.๑.๑.๓ หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาพะทางจิตใจ

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า หลักพุทธธรรมซึ่งมีเนื้อหาคำสอนที่อธิบายเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพะทางจิตใจ ประกอบด้วย ๑) โลเกียสุข ๒) บุญนิธิ และ ๓) ความสุข (กายิกสุขและเจตสิกสุข) ปรากฏผลของการศึกษาดังต่อไปนี้

๑) โลเกียสุข เป็นหลักพุทธธรรมที่อธิบายความสุขอันเป็นวิสัยทางโลก สามารถแบ่งตามลักษณะความสุขออกเป็น ๔ ประการ คือ

(๑) ความสุขที่เกิดจากการประพาสปฏิบัติต่อกันด้วยความเอื้อเฟื้อเกื้อกูล แก่กันละกัน โดยความพร้อมเพรียงของหมู่คณะ เช่น การกระทำต่อกัน การพูดคุยกัน การคิดเรื่องที่เป็นประโยชน์ การแบ่งปันสิ่งที่ได้มาโดยชอบธรรมด้วยน้ำใจ รวมถึงการใช้สาธารณสมบัติร่วมกัน การรักษาระเบียบ วินัย และการมีความเห็นร่วมกัน

(๒) ความสุขที่เกิดจากความพอเพียงทางวัตถุ ได้แก่ ๑) อตฺถิสุข คือ ความสุขที่เกิดจากความภูมิใจในทรัพย์ที่ได้มาโดยชอบธรรมด้วยเพียรของตน และ ๒) โภคสุข คือ ความสุขซึ่งเกิดจากความภูมิใจที่ได้ใช้ทรัพย์ซึ่งได้มาโดยชอบนั้นเพื่อการเลี้ยงชีพและการบำเพ็ญประโยชน์ ๓) อนนฺตสุข คือ ความสุขซึ่งเกิดจากความภูมิใจที่ไม่มีหนี้สิน และ ๔) อนวัชชสุข คือ ความสุขซึ่งเกิดจากความภูมิใจในความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งทางกาย ทางวาจา และทางใจ

(๓) ความสุขที่เกิดจากปัจจัยสนับสนุนคุณภาพของชีวิต ทั้งปัจจัยทางธรรมชาติ ปัจจัยทางวัตถุ และตัวบุคคลรอบข้าง

(๔) ความสุขเกิดจากความสุข คือ ความสุขที่อาศัยความต้องการ ความยินดี ความพอใจ ความอยาก ความปรารถนาสิ่งที่ไม่ใคร่นำปรารถนา เรียกว่า วัตถุสุข และความสุขที่เกิดจากความพอใจ ความกำหนด ด้วยอำนาจความคิด เรียกว่า กิเลสสุข

๒) บุญนิธิ หมายถึง ขุมทรัพย์หรือคุณสมบัติของบุคคล อันเป็นสิ่งรูปธรรมและสิ่งที่เป็นนามธรรมเช่น ฌีพรณงตงาม, เสี่ยงไพเราะ, ทรวดทรงสมส่วน, มีบิรवार, ความสุข เป็นต้น ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของขุมทรัพย์หรือบุญนิธิ มีดังต่อไปนี้

(๑) ถาวรนิธิ คือ ทรัพย์ถาวรที่ยั่งยืนในมนุษยโลก เช่น ที่ดิน ที่นา ที่สวน เงิน และทอง เป็นต้น ถ้าเรียกในสมัยนี้ คือ สหกริมทรัพย์และอสังกริมทรัพย์

(๒) ชงคมนิธิ คือ ทรัพย์เคลื่อนที่ได้ เช่น บิรवार สัตว์เลี้ยงหรือปศุสัตว์ เป็นทรัพย์ที่สามารถสูญหายได้ และสามารถครอบครองได้ตราบเท่าที่ยังมีลมหายใจเท่านั้น

(๓) อังคสมนิธิ คือ ทรัพย์ติดตัวทางความชำนาญ เช่น วิชาความรู้ และ ศิลปะวิทยาการต่างๆ

(๔) อนุคามิกนิธิ หมายถึง ทรัพย์ติดตามตัวทางคุณธรรม บุคคลจะได้ทรัพย์นี้ด้วยการทำบุญอย่างถึงพร้อม ด้วย ๑) ทาน คือ การแบ่งปัน ๒) ศีล คือ เจตนาละเว้นการเบียดเบียนด้วยจิตที่มีเมตตา สรรวมกาย วาจา ๓) สัญญมะ คือ การห้ามจิตไม่ให้ตกไปในอารมณ์ต่างๆ คำนี้เป็นชื่อของสมาธิและอินทริยสังวร และ ๔) ทมะ คือ การฝึกตนได้แก่การเข้าไประงับกิเลส การพิจารณาเพื่อให้กิเลสสงบระงับ คำนี้เป็นชื่อของปัญญา

๓) ความสุข หมายถึง ความสุขกายและความสบายใจ เกิดจากกรรมฝ่ายกุศลสามารถจำแนกออกเป็น ๒ อย่าง คือ กายิกสุข และเจตสิกสุข ๑) กายิกสุข คือ ความสุขทางกาย จัดเป็นโลกียสุข คือ ความสุขที่มนุษย์ปรารถนา เป็นความสุขเพียงชั่วขณะ เกิดจากการได้รับทางประสาทสัมผัส เช่น ตาได้เห็นรูปสวยถูกใจ หูได้ยินเสียงไพเราะ จมูกได้กลิ่นหอม ลิ้นได้ลิ้มรสอาหารอร่อย กายได้สัมผัสกับสิ่งที่อ่อนนุ่ม รวมทั้งการอยู่ในที่ปลอดภัย และในสิ่งแวดล้อมที่ดี และ ๒) เจตสิกสุข คือ ความสุขทางจิตใจ เกิดจากการได้ทำสิ่งที่ไม่ผิดกฎหมายและศีลธรรม เช่น การบริจาทาน การทำบุญ อุทิศส่วนกุศล การได้รับความกำลังใจจากพ่อแม่ญาติพี่น้องและเพื่อน การได้อยู่ร่วมกันกับคนที่เรารักในสถานที่ปลอดภัยและในสิ่งแวดล้อมที่ดี เป็นต้น

สรุปได้ว่า กายิกสุข คือ การมีสุขภาพกายดี เจตสิกสุข คือ การมีสุขภาพจิตดี ชีวิตของบุคคลเรานั้นประกอบด้วยกายกับจิต เมื่อสุขภาพกายดี สุขภาพจิตดี ชีวิตของบุคคลนั้นจะเป็นชีวิตที่มีคุณค่า เป็นชีวิตที่มีคุณภาพ ดังนั้น ความสุขทั้งสองประการนี้จึงเป็นวัตถุประสงค์ในการดำรงชีวิตของบุคคล

การส่งเสริมสุขภาพทางจิตใจเป็นเรื่องสำคัญที่สถานบริการสุขภาพและความงามจะต้องจัดดำเนินการให้ผู้รับบริการได้รับอย่างเต็มที่ ผ่านทางสื่อเอกสาร ภาพ และเสียง การทำ

กิจกรรมให้เกิดความรู้ ความตระหนักรู้อย่างผสมกลมกลืนไปกับการบริการหลักในการมารับทริตเมนต์ต่างๆ จึงจะทำให้ผู้รับบริการได้รับทั้งประโยชน์และมีความสุขจากการมารับบริการ

๔.๑.๑.๔ หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างการมีส่วนร่วมในกิจการ

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างการมีส่วนร่วมในกิจการ คือ สามัคคีธรรม ซึ่งเป็นหลักพุทธธรรมที่ว่าด้วยเรื่อง ความสามัคคีหรือความพร้อมเพรียงกัน ความปรองดองกัน ความไม่แตกแยกกัน การรวมกันเป็นหนึ่งเดียว ใจประสานใจ องค์กรใดที่สมาชิกมีความสามัคคีกันองค์กรนั้นย่อมมีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันโดยไม่มีทะเลาะวิวาทหรือแก่งแย่งกัน ซึ่งลักษณะของการกระทำดังกล่าวเรียกว่า สุจริตธรรม มีลักษณะของการกระทำ ๓ ลักษณะ ได้แก่ ๑) กายสุจริต คือ มีการร่วมกันกระทำการในเรื่องที่ถูกต้องดีงาม เป็นประโยชน์ทั้งแก่ตนและส่วนรวม ๒) วาจสุจริต คือ มีการติดต่อสื่อสารกันด้วยคำพูดที่จริง เหมาะสม อ่อนหวาน และ ๓) มโนสุจริต คือ มีการคิดพิจารณาเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาและปฏิบัติในสิ่งที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวม

หลักสามัคคีธรรมในพระพุทธศาสนาเถรวาท เป็นหลักเพื่อความเจริญรุ่งเรืองเพื่อความดีงามในชีวิตของผู้คนและความสงบสุขของสังคม ประกอบด้วยหลักธรรมสำคัญ ดังนี้

(๑) สังคหะวัตถุ เป็นหลักพุทธธรรมที่กล่าวไว้ในแง่ของการมีมิตรสหายที่ดี ประกอบด้วย ๑) ทาน คือ การเอื้อเฟื้อเกื้อกูลแก่บุคคลเพื่อเป็นการแสดงความมีน้ำใจ ๒) ปิยวาจา คือ การมีวาจาสุภาพอ่อนหวาน ไม่หยาบคาย และก่อให้เกิดประโยชน์ ๓) อัตถจริยา คือ การประพฤติตนให้เป็นประโยชน์ รู้จักให้การช่วยเหลือในเวลาที่เหมาะสมช่วยเหลือ และ ๔) สมานัตตตา คือ มีความซื่อสัตย์ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและมีความเสมอต้นเสมอปลาย

(๒) สาราณียธรรม เป็นหลักพุทธธรรมที่ทำให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ มีความเป็นเอกภาพ ประกอบด้วย ๑) การมีพฤติกรรมที่แสดงไมตรีจิตต่อเพื่อนร่วมงาน แสดงอาการกิริยาสุภาพ เคารพนับถือกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง ๒) การมีวาจาที่กล่าวแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนหรือแนะนำตักเตือนกันด้วยความหวังดี และแสดงความเคารพนับถือกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง ๓) การมีจิตเมตตา มีความปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน ๔) การรู้จักแบ่งปันลาภผลที่ได้มาให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคด้วยกัน ๕) การมีพฤติกรรมที่เคารพและให้เกียรติผู้อื่น รักษาระเบียบวินัยไม่ทำให้เป็นที่น่ารังเกียจหรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ และ ๖) การเคารพและรับฟังความคิดเห็นคนอื่น ยึดถืออุดมคติหลักแห่งความดีงาม

(๓) สปัจริยธรรม เป็นหลักพุทธธรรมเพื่อสร้างภาวะของผู้นำ คือ รู้สาเหตุ รู้ผล รู้ตน รู้ประมาณ รู้กาล รู้บริษัฏ รู้บุคคลให้ได้อย่างถ่องแท้ นอกจากนี้ยังเป็นหลักปฏิบัติสำหรับทำให้ตนเป็นที่พึ่งของตนเองได้ พร้อมทั้งจะรับผิดชอบตนเองได้ ไม่ทำตัวให้เป็นปัญหาหรือเป็นภาระของสังคม

และสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นกับหมู่คณะอีกด้วยการปฏิบัติตามหลัก ๗ ประการ ได้แก่ ๑) อัมมัญญูตา คือ การรู้หลักการและกฎเกณฑ์ของสิ่งทั้งหลายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ ๒) อตฺถัญญูตา คือ มีความเข้าใจวัตถุประสงค์ของกิจการที่ตนกระทำ ๓) อตฺตัญญูตา คือ การรู้ตามเป็นจริงว่าตนมีฐานะ ภาวะ เพศ กำลัง ความรู้ ความสามารถอย่างไร แล้วประพฤติปฏิบัติให้เหมาะสม ๔) มตฺตัญญูตา คือ การรู้จักประมาณในการบริโภค การใช้จ่ายทรัพย์ การคบหาบุคคล ตลอดจนถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีดำเนินชีวิตของตน ๕) กาลัญญูตา คือ รู้กาลเวลาที่เหมาะสมที่พึงใช้ในการประกอบกิจการ กล่าวคือ ใช้เวลาเป็น ถูกต้อง และเหมาะสม ๖) ปริสฺสัญญูตา คือ รู้จักชุมชน ได้แก่ รู้จักถิ่น สถานที่ ชุมชน รู้กาลที่ควรประพฤติปฏิบัติว่าชุมชน สังคมนั้นนั้นจะต้องปฏิบัติตนอย่างไร เมื่อเข้าไปสู่ชุมชนหรือสังคม และ ๗) ปุคคัลลัญญูตา คือ การรู้จักและเข้าใจในความแตกต่างของบุคคลว่า โดยอริยาศัย ความรู้ความสามารถ หรือคุณธรรม และรู้จักว่าจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรกับผู้ที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย

การปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการ สุขภาพและความงามนี้ จะเป็นการส่งเสริมให้กิจการเกิดความเจริญรุ่งเรือง เพราะลูกค้าจะนิยมเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเต็มใจให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ในการปรับปรุงการบริการได้อย่างสนิทใจ เป็นกันเอง ดังนั้น กิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมจะต้องดำเนินการอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับโอกาสต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้

๔.๑.๒ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายข้อมูลจากการวิจัยที่ตรงกัน ผู้วิจัยขอเสนอ สัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายของข้อมูลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

$\bar{x}$ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพการดำเนินงานของสถานบริการ อาเมทิส บอดี้ แอนด์ บิวตี้ คลับ และนำเสนอข้อมูล ๓ ตอน คือ ๑) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ๒) ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมสุขภาพและความงามพร้อมความคิดเห็นเพิ่มเติม และ ๓) ข้อเสนอแนะต่อการจัดกิจกรรม/วิธีการสร้างเสริมสุขภาพและความงาม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏรายละเอียดดังตารางที่ ๔.๑-๔.๘

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนและร้อยละช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ๓๐ ปี	๙	๙.๔๗
๓๐-๓๙ ปี	๒๘	๒๙.๔๗
๔๐-๔๙ ปี	๓๔	๓๕.๗๙
๕๐ ปีขึ้นไป	๒๔	๒๕.๒๖
รวม	๙๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย ๔๒.๕๖ ปี (ต่ำสุด ๑๙ ปี, สูงสุด ๖๒ ปี) ส่วนใหญ่ร้อยละ ๓๕.๗๙ มีอายุระหว่าง ๔๐-๔๙ ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง ๓๐-๓๙ ปี (ร้อยละ ๒๙.๔๗) อายุ ๕๐ ปีขึ้นไป (ร้อยละ ๒๕.๒๖) และร้อยละ ๙.๔๗ เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า ๓๐ ปี ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงจำนวนและร้อยละลักษณะการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	๓๒	๓๓.๖๘
พนักงานบริษัท	๓๒	๓๓.๖๘
แม่บ้าน	๑๖	๑๖.๘๔
นักเรียน/นักศึกษา	๔	๔.๒๑
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๕	๕.๒๖
อื่นๆ (เกษียณราชการ, ขับรถ, งานด้านอาหาร, ช่างเสริมสวย, สถาปนิก)	๖	๖.๓๒
รวม	๙๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัท (ร้อยละ ๓๓.๖๘) รองลงมาคือแม่บ้าน (ร้อยละ ๑๖.๘๔) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ ๕.๒๖) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ ๔.๒๑) ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวนร้อยละ ๖.๓๒ ได้แก่ เกษียณราชการ ขับรถ งานด้านอาหาร ช่างเสริมสวย และสถาปนิก

ตารางที่ ๔.๓ แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการ/บริเวณที่มีปัญหาในการรับบริการสร้างเสริมสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความต้องการ/บริเวณที่มีปัญหาในการรับบริการสร้างเสริมสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
คอ/บ่า/ไหล่	๑๖	๑๖.๘๔
แขน/นิ้วมือ	๑	๑.๐๕
เอว/หลัง	๔	๔.๒๑
ศีรษะ	๗	๗.๓๗
ขา/เท้า	๒	๒.๑๑
ทั่วทั้งตัว	๖๕	๖๘.๔๒
รวม	๙๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ ๖๘.๔๒ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการรับบริการนวดทั่วทั้งตัว รองลงมาร้อยละ ๑๖.๘๔ ต้องการรับบริการนวดคอ/บ่า/ไหล่ การนวดศีรษะ (ร้อยละ ๗.๓๗) การนวดเอว/หลัง (ร้อยละ ๔.๒๑) การนวดขา/เท้า (ร้อยละ ๒.๑๑) และร้อยละ ๑.๐๕ ต้องการรับบริการการนวดแขน/นิ้วมือ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๔ แสดงจำนวนและร้อยละโรคประจำตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

โรคประจำตัว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	๗๒	๗๕.๗๙
มี (SLE, ภาวะแพ้อาหาร, ความดันโลหิตต่ำ, ความดันโลหิตสูง, เบาหวาน, ปวดเข่า, ภูมิแพ้ และไมเกรน)	๒๓	๒๔.๒๑

จากตารางที่ ๔.๔ พบว่า ร้อยละ ๗๕.๗๙ เป็นผู้ไม่มีโรคประจำตัว ส่วนผู้มีโรคประจำตัวจำนวนร้อยละ ๒๔.๒๑ พบว่าเป็นโรค SLE ภาวะแพ้อาหาร ความดันโลหิตต่ำ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน ปวดเข่า ภูมิแพ้ และไมเกรน

ตารางที่ ๔.๕ แสดงจำนวนและร้อยละประวัติการผ่าตัดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประวัติการผ่าตัด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	๕๕	๕๗.๘๙
มี (ขาหัก, เนื้องอก, ผ่าคลอด, มดลูก, ลำไส้ใหญ่, เสริมขาเหล็กและใส่ดั่งอีกเสบ)	๔๐	๔๒.๑๑

จากตารางที่ ๔.๕ พบว่า ร้อยละ ๕๗.๘๙ เป็นผู้ไม่มีประวัติการผ่าตัด ส่วนผู้มีประวัติการผ่าตัดพบว่าจำนวนร้อยละ ๔๒.๑๑ เป็นผู้มีประวัติการผ่าตัด คือ ขาหัก เนื้องอก ผ่าคลอด มดลูก ลำไส้ใหญ่ เสริมขาเหล็กและใส่ดั่งอีกเสบ

ตารางที่ ๔.๖ แสดงจำนวนและร้อยละประวัติการประสบอุบัติเหตุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประวัติการประสบอุบัติเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	๙๒	๙๖.๘๔
มี (รถชน)	๓	๓.๑๖

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่าร้อยละ ๙๖.๘๔ เป็นผู้ไม่มีประวัติการประสบอุบัติเหตุ และร้อยละ ๓.๑๖ เป็นผู้มีประวัติถูกรถชน

ตารางที่ ๔.๗ แสดงจำนวนและร้อยละระดับความเจ็บปวดก่อนรับบริการสร้างเสริมสุขภาวะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความเจ็บปวดก่อนรับบริการสร้างเสริมสุขภาวะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เจ็บปวด (No pain)	๒๙	๓๐.๕๓
อาการปวดไม่รุนแรง (Mild pain)	๑๒	๑๒.๖๓
อาการปวดปานกลาง (Moderate pain)	๒๑	๒๒.๑๑
อาการปวดอย่างรุนแรง (Severe pain)	๒๒	๒๓.๑๖
อาการปวดอย่างรุนแรงมาก (Very severe)	๙	๙.๔๗
ที่เลวร้ายที่สุด (Worst possible)	๒	๒.๑๑
รวม	๙๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๓๐.๕๓ เป็นผู้ที่ไม่มีความเจ็บปวดก่อนรับบริการสร้างเสริมสุขภาวะ (No Pain) ส่วนผู้ที่มีความเจ็บปวดก่อนรับบริการสร้างเสริมสุขภาวะพบว่า ร้อยละ ๒๓.๑๖ มีอาการเจ็บปวดเล็กน้อย (Severe pain) รองลงมาร้อยละ ๒๒.๑๑ มีอาการเจ็บปวดในระดับปานกลาง (Moderate pain) และพบว่าร้อยละ ๑๒.๖๓ มีอาการปวดไม่รุนแรง (Mild pain) ส่วนผู้ที่มีอาการเจ็บปวดรุนแรงมาก (Very severe) และมีอาการอยู่ในระดับเลวร้ายที่สุด (Worst possible) พบว่ามีจำนวนร้อยละ ๙.๔๗ และร้อยละ ๒.๑๑ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๘ แสดงจำนวนและร้อยละของอันดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพและความงามของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	อันดับ ๑		อันดับ ๒		อันดับ ๓		อันดับ ๔	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อดูแลรักษาสุขภาพและความงาม	๔๒	๔๔.๒๑	๑๙	๒๐.๐๐	๑๗	๑๗.๘๙	๑๗	๑๗.๘๙
เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความงามให้กับตัวเอง	๒๒	๒๓.๑๖	๓๓	๓๔.๗๔	๓๕	๓๖.๘๔	๕	๕.๒๖
เพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพและความงามที่ดีอยู่เสมอ	๑๘	๑๘.๙๕	๓๔	๓๕.๗๙	๒๙	๓๐.๕๓	๑๔	๑๔.๗๔
เพื่อสร้างเสริมความสุขทางใจ	๑๒	๑๒.๖๓	๙	๙.๔๗	๑๖	๑๖.๘๔	๕๘	๖๑.๐๕

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับบริการของศูนย์สุขภาพและความงามมีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในอันดับ ๑ คือ เพื่อดูแลรักษาสุขภาพและความงามเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ ๔๔.๒๑) รองลงมา มีเหตุผลคือเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความงามให้กับตัวเอง (ร้อยละ ๒๓.๑๖) เพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพและความงามที่ดีอยู่เสมอ (ร้อยละ ๑๘.๙๕) และเพื่อสร้างเสริมความสุขทางใจ (ร้อยละ ๑๒.๖๓) ตามลำดับ

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในอันดับ ๒ ส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญคือ เพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพและความงามที่ดีอยู่เสมอ (ร้อยละ ๓๕.๗๙) รองลงมา คือเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความงามให้กับตัวเอง (ร้อยละ ๓๔.๗๔) เพื่อดูแลรักษาสุขภาพและความงาม (ร้อยละ ๒๐.๐๐) และเพื่อสร้างเสริมความสุขทางใจ (ร้อยละ ๙.๔๗) ตามลำดับ

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในอันดับ ๓ ส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญคือ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความงามให้กับตัวเอง (ร้อยละ ๓๖.๘๔) รองลงมา คือเพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพและความงามที่ดีอยู่เสมอ (ร้อยละ ๓๐.๕๓) เพื่อดูแลรักษาสุขภาพและความงาม (ร้อยละ ๑๗.๘๙) และเพื่อสร้างเสริมความสุขทางใจ (ร้อยละ ๑๖.๘๔) ตามลำดับ

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการในอันดับ ๔ ส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญคือ เพื่อสร้างเสริมความสุขทางใจ (ร้อยละ ๖๑.๐๕) รองลงมา คือเพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพและความงามที่ดีอยู่เสมอ (ร้อยละ ๑๔.๗๔) เพื่อดูแลรักษาสุขภาพและความงาม (ร้อยละ ๑๗.๘๙) และเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความงามให้กับตัวเอง (ร้อยละ ๕.๒๖) ตามลำดับ

ตอนที่ ๒ ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมสุขภาพและความงาม
ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลประกอบการบรรยาย ดังรายละเอียดในตารางที่ ๔.๙-๔.๒๓

ตารางที่ ๔.๙ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจใช้บริการเสริมสุขภาพและความงามโดยรวมทั้ง ๗ ด้าน

ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)	๔.๑๑	๐.๕๔	มาก	๓
ด้านอัตราค่าบริการ (Price)	๓.๕๐	๐.๙๔	ปานกลาง	๖
ด้านช่องทางการตลาด (Place)	๓.๙๐	๐.๖๘	มาก	๕
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	๓.๓๐	๐.๙๐	ปานกลาง	๗
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	๔.๒๘	๐.๕๒	มาก	๑
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	๓.๙๘	๐.๖๒	มาก	๔
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	๔.๑๗	๐.๖๖	มาก	๒
โดยรวม	๓.๘๙	๐.๔๙	มาก	

จากตารางที่ ๔.๙ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามโดยรวมทั้ง ๗ ด้าน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามโดยรวม ๓ อันดับ พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.28$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.17$) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{x} = 4.11$) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.30$)

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการใช้บริการ
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๑. ภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ฯ	๓.๘๘	๐.๗๔	มาก	๕
๒. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	๔.๑๗	๐.๖๕	มาก	๓
๓. ความหลากหลายของบริการ	๓.๙๘	๐.๗๑	มาก	๔
๔. ความปลอดภัยในการรับบริการ	๔.๓๒	๐.๖๔	มาก	๑
๕. ความทันสมัยและมาตรฐานของบริการ	๔.๑๙	๐.๖๑	มาก	๒
รวม	๔.๑๑	๐.๕๔	มาก	

จากตารางที่ ๔.๑๐ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.11$) เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม พบว่า ประเด็นความปลอดภัยในการรับบริการ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.32$) รองลงมาคือ ประเด็นความทันสมัยและมาตรฐานของบริการ ($\bar{x}=4.19$) และประเด็นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.17$) ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{x}=3.88$) คือ ประเด็นภาพพจน์และชื่อเสียงของศูนย์ฯ

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ควรปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ให้มาตรฐานและมีความหลากหลาย	๓๕	๔๔.๘๗
การบริการดีมากแต่รอห้องนาน จองห้องไม่ค่อยได้	๒๐	๒๕.๖๔
ควรมีเทสเพื่อความมั่นใจ	๖	๗.๖๙
ควรแนะนำให้รู้จัก product	๔	๕.๑๓
อยากให้มีการทำหน้าหลายแบบ	๓	๓.๘๕
ควรเน้นคุณภาพบริการและความปลอดภัย	๓	๓.๘๕
ควรนำทริทเมนต์ตัวเดิมที่ยกเลิกไปกลับมาให้บริการอีก ชอบมาก	๓	๓.๘๕
ควรมีเครื่องสแกนหน้าที่รวดเร็วกว่านี้	๓	๓.๘๕

ควรเพิ่มโฆษณาสื่อเพิ่มเติม	๑	๑.๒๘
รวม	๗๘	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑๑ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์และบริการมีจำนวนทั้งสิ้น ๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๑๑ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าร้อยละ ๔๔.๘๗ มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ให้มาตรฐานและมีความหลากหลาย รองลงมาร้อยละ ๒๕.๖๔ เสนอให้ปรับปรุงในด้านการต้องรอคอยหอนาน จอห้องไม่ค่อยได้ นอกจากนั้นเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปสำหรับการปรับปรุงบริการ เช่น ควรมีเทศกาลเพื่อความมั่นใจ ควรแนะนำให้ผู้รู้จัก product อยากให้มีการทำหน้าหลายแบบ ควรเน้นคุณภาพบริการและความปลอดภัย ควรนำทรัพย์สินที่ตัวเดิมที่ยกเลิกไปกลับมาให้บริการอีก ชอบมาก ควรมีเครื่องสแกนหน้าที่รวดเร็วกว่านี้ และควรเพิ่มโฆษณาสื่อเพิ่มเติม

ตารางที่ ๔.๑๒ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการใช้บริการด้านอัตราค่าบริการ

ด้านอัตราค่าบริการ (Price)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๖. ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการกับคุณภาพที่ให้บริการ	๓.๕๔	๐.๙๕	มาก	๑
๗. ความเหมาะสมของค่าบริการต่อครั้ง	๓.๔๖	๑.๐๐	ปานกลาง	๒
รวม	๓.๕๐	๐.๙๔	ปานกลาง	

จากตารางที่ ๔.๑๒ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านอัตราค่าบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=3.50$) เมื่อพิจารณา ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม พบว่า ประเด็นความเหมาะสมของอัตราค่าบริการกับคุณภาพที่ให้บริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=3.54$) และประเด็นความเหมาะสมของอัตราค่าบริการต่อครั้งนั้นพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.46$)

ตารางที่ ๔.๑๓ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านอัตราค่าบริการ

ข้อเสนอแนะด้านอัตราค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
อัตราค่าบริการค่อนข้างสูง	๖๒	๖๙.๖๖
ราคาเหมาะสม กับการบริการ	๑๔	๑๕.๗๓
ควรจัดโปรโมชั่นที่หลากหลายรูปแบบและสม่ำเสมอ	๘	๘.๙๙
สเปกบางตัวราคาค่อนข้างสูง ควรลดราคาหรือส่งบ้าง หรือเพิ่มเวลาให้บริการ	๕	๕.๖๒
รวม	๘๙	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑๓ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อราคาที่ใช้บริการมีจำนวนทั้งสิ้น ๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๓.๖๘ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าจำนวนร้อยละ ๖๙.๖๖ มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างสูง รองลงมาร้อยละ ๑๕.๗๓ เสนอให้ปรับปรุงราคาให้เหมาะสมกับการบริการ ร้อยละ ๘.๙๙ เสนอให้จัดโปรโมชั่นที่หลากหลายรูปแบบและสม่ำเสมอ ร้อยละ ๕.๖๒ คิดเห็นว่าสเปกบางตัวราคาค่อนข้างสูง ควรลดราคาหรือส่งบ้าง หรือเพิ่มเวลาให้บริการ

ตารางที่ ๔.๑๔ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการใช้บริการด้านช่องทางการตลาด

ด้านช่องทางการตลาด (Place)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๘. ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ	๓.๙๔	๐.๗๗	มาก	๓
๙. สถานที่ตั้งของศูนย์ฯ มีความสะดวกในการใช้บริการ	๓.๙๙	๐.๘๒	มาก	๒
๑๐. สถานที่ตั้งของศูนย์ฯ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ	๓.๖๘	๐.๙๐	มาก	๔
๑๑. ความสะดวกและความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ	๔.๐๐	๐.๘๑	มาก	๑
รวม	๓.๙๐	๐.๖๘	มาก	

จากตารางที่ ๔.๑๔ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านช่องทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = ๓.๙๐$) เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม พบว่า ประเด็นความสะดวกและความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = ๔.๐๐$) รองลงมาคือ ประเด็นสถานที่ตั้งของศูนย์ฯ มีความสะดวกในการใช้บริการ

($\bar{x} = 3.99$) และประเด็นความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ ($\bar{x} = 3.94$) ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.68$) คือ ประเด็นสถานที่ตั้งของศูนย์ฯ อยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ

ตารางที่ ๔.๑๕ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านช่องทางการตลาด

ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ควรเพิ่มสาขา เพราะเดินทางมาลำบากติดมาก	๒๐	๒๒.๙๙
ควรอำนวยความสะดวกสถานที่จอดรถสำหรับเมทิสโดยเฉพาะ	๑๗	๑๙.๕๕
ควรมีโปรร่วมกับทางห้าง	๔	๔.๖๐
เพิ่มเติมช่องทางสื่อสารทางรายการทีวี	๔	๔.๖๐
ก่อสร้างข้ามากไม่เสร็จสักทีสถานที่เลยดูแคบ	๒	๒.๓๐
ประตูเข้าได้ทางเดียวลำบาก	๒	๒.๓๐
รวม	๔๙	๕๖.๓๒

จากตารางที่ ๔.๑๕ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อช่องทางการตลาดมีจำนวนทั้งสิ้น ๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๘๕ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าร้อยละ ๒๒.๙๙ มีข้อเสนอแนะให้มีการเพิ่มสาขา เพราะเดินทางมาลำบากติดมาก รองลงมาร้อยละ ๑๙.๕๕ เสนอแนะให้จัดการอำนวยความสะดวกสถานที่จอดรถสำหรับเมทิสโดยเฉพาะ นอกจากนั้นเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปสำหรับปรับปรุงบริการ

ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๑๒. มีการใช้ดารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์	3.33	1.06	ปานกลาง	๒
๑๓. มีการโฆษณาผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ	3.11	0.97	ปานกลาง	๓
๑๔. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	3.47	1.02	ปานกลาง	๑
รวม	3.30	0.90	ปานกลาง	

จากตารางที่ ๔.๑๖ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น คือ ประเด็นการมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 3.47$) และประเด็นมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ ($\bar{x} = 3.33$) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.11$) คือ ประเด็นมีการโฆษณาผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ ๔.๑๗ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ควรจัดให้มีสื่อประชาสัมพันธ์การตลาด การออกบูธ	๔๘	๖๒.๓๔
ควรจัดโปรโมชั่นที่กระตุ้นลูกค้า เช่น แนะนำส่วนลดบัตรเครดิต	๑๔	๑๘.๑๘
ควรใช้ดารารเป็นพรีเซ็นเตอร์	๑๐	๑๒.๙๙
มีโฆษณาออกโทรทัศน์	๕	๖.๔๙
รวม	๗๗	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑๗ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการส่งเสริมการตลาดมีจำนวนทั้งสิ้น ๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๑.๐๕ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าร้อยละ ๖๒.๓๔ มีข้อเสนอแนะให้มีการจัดให้มีสื่อประชาสัมพันธ์การตลาด การออกบูธ รองลงมาร้อยละ ๑๘.๑๘ เสนอแนะให้มีการจัดโปรโมชั่นที่กระตุ้นลูกค้า เช่น แนะนำส่วนลดบัตรเครดิต ร้อยละ ๑๒.๙๙ เสนอแนะให้ใช้ดารารเป็นพรีเซ็นเตอร์ และร้อยละ ๖.๔๙ ควรจัดให้มีโฆษณาออกโทรทัศน์

ตารางที่ ๔.๑๘ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการให้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๑๕. ความชำนาญและน่าเชื่อถือ	๔.๑๖	๐.๖๗	มาก	๕
๑๖. การให้คำแนะนำหรือการให้คำปรึกษา	๔.๒๓	๐.๖๓	มาก	๔
๑๗. ความสุภาพและเอาใจใส่ต่อการให้บริการ	๔.๒๙	๐.๖๒	มาก	๓

๑๘. ความยิ้มแย้มแจ่มใส	๔.๓๘	๐.๕๕	มาก	๑
๑๙. แสดงให้เห็นว่ามีความรู้/ความเข้าใจในสิ่งที่ให้บริการ	๔.๓๔	๐.๕๖	มาก	๒
รวม	๔.๒๘	๐.๕๒	มาก	

จากตารางที่ ๔.๑๘ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านพนักงานผู้ให้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.28$) เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม พบว่า ประเด็นความความยิ้มแย้มแจ่มใสมีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.38$) รองลงมาคือ ประเด็นแสดงให้ เห็นว่ามีความรู้/ความเข้าใจในสิ่งที่ให้บริการ ($\bar{x}=4.34$) และประเด็นความสุภาพและเอาใจใส่ต่อการให้บริการ ($\bar{x}=4.29$) ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{x}=4.16$) คือ ประเด็นความชำนาญและน่าเชื่อถือ

ตารางที่ ๔.๑๙ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะด้านพนักงานผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ควรรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน เช่น น้ำหนักมือให้สม่ำเสมอ	๕๐	๘๑.๙๗
พนักงานควรความชำนาญงานมีมาตรฐาน	๖	๙.๘๔
พนักงานควรเก็บผมให้เรียบร้อย แต่งหน้าให้ดูสดใส	๓	๔.๙๒
ควรมีกายภาพและมีการฝึกฝนพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	๒	๓.๒๘
รวม	๖๑	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑๙ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อพนักงานผู้ให้บริการมีจำนวนทั้งสิ้น ๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๒๑ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าร้อยละ ๘๑.๙๗ มีข้อเสนอแนะให้รักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน เช่น น้ำหนักมือให้สม่ำเสมอ รองลงมาร้อยละ ๙.๘๔ เสนอแนะให้รักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน เช่น น้ำหนักมือให้สม่ำเสมอ ร้อยละ ๔.๙๒ เสนอแนะให้พนักงานควรเก็บผมให้เรียบร้อย แต่งหน้าให้ดูสดใส และร้อยละ ๓.๒๘ ควรมีกายภาพและมีการฝึกฝนพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ ๔.๒๐ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการใช้บริการ
ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๒๐. ความรวดเร็วในการให้บริการ	๓.๗๖	๐.๗๕	มาก	๔
๒๑. มีบริการที่ตรงกับความต้องการให้เลือกหลากหลาย	๔.๐๓	๐.๗๑	มาก	๒
๒๒. มีบริการที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน	๓.๙๘	๐.๗๗	มาก	๓
๒๓. ทำให้มั่นใจในความปลอดภัยจากสิ่งที่ได้รับบริการ	๔.๑๗	๐.๖๙	มาก	๑
รวม	๓.๙๘	๐.๖๒	มาก	

จากตารางที่ ๔.๒๐ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=3.98$) เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม พบว่า ประเด็นทำให้มั่นใจในความปลอดภัยจากสิ่งที่ได้รับบริการมีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.17$) รองลงมาคือ ประเด็นมีบริการที่ตรงกับความต้องการให้เลือกหลากหลาย ($\bar{x}=4.03$) และประเด็นมีบริการที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ($\bar{x}=3.98$) ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{x}=3.76$) คือ ประเด็นความรวดเร็วในการให้บริการ

ตารางที่ ๔.๒๑ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ควรบริการให้รวดเร็วตรงต่อเวลา	๒๖	๓๓.๓๓
ต้องการเข้าทำทรีทเม้นต์เลยเมื่อมาถึงไม่ต้องคอยนาน	๑๗	๒๑.๒๕
การจองห้องและรอทำทรีทเม้นต์ควรสะดวกและรวดเร็วมากกว่านี้	๑๔	๑๗.๕๕
ควรมีโยคะมีห้องอาหารห้องน้ำที่เหมาะสมมีนักรักษาสุขภาพแนะนำคอร์สได้ดี	๙	๑๑.๕๕
ควรปรับปรุงเรื่องการนัดหมายวัน	๗	๘.๘๗
ควรมีเครื่องใหม่ๆ มาให้ทดสอบ	๕	๖.๔๑
รวม	๗๘	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๑ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อกระบวนการให้บริการมีจำนวนทั้งสิ้น ๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๑๑ จากผู้ตอบแบบสอบถาม

ทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าร้อยละ ๓๓.๓๓ มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงบริการให้รวดเร็วตรงต่อเวลา รองลงมาร้อยละ ๒๑.๗๙ เสนอแนะให้มีการทำทรีทเม้นเลยเมื่อมาถึงไม่ต้องคอยนาน ร้อยละ ๑๑.๕๔ เสนอแนะให้มีโยคะมีห้องอาหารห้องน้ำที่เหมาะสมดีมีนักรักษาภาพแนะนำคอร์สได้ดี ร้อยละ ๘.๙๗ เสนอแนะให้ปรับปรุงเรื่องการนัดหมายวัน และร้อยละ ๖.๔๑ เสนอแนะให้จัดหาเครื่องใหม่ๆ มาให้ทดสอบ

ตารางที่ ๔.๒๒ แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ			
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
๒๔. บรรยากาศและการตกแต่งเหมาะสม	๔.๐๗	๐.๘๒	มาก	๔
๒๕. มีสถานที่คอยรับบริการที่เหมาะสมเป็นสัดส่วน	๔.๑๘	๐.๗๙	มาก	๒
๒๖. ความสะอาดภายในของศูนย์ฯ	๔.๒๘	๐.๖๙	มาก	๑
๒๗. สิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างรอรับบริการ	๔.๑๔	๐.๗๔	มาก	๓
รวม	๔.๑๗	๐.๖๖	มาก	

จากตารางที่ ๔.๒๒ พบว่า ปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงามด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=๔.๑๗$) เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจของปัจจัยการให้บริการเสริมสุขภาพและความงาม พบว่า ประเด็นความสะอาดภายในของศูนย์ฯ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=๔.๒๘$) รองลงมาคือ ประเด็นมีสถานที่คอยรับบริการที่เหมาะสมเป็นสัดส่วน ($\bar{x}=๔.๑๘$) และประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างรอรับบริการ ($\bar{x}=๔.๑๔$) ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุด ($\bar{x}=๔.๐๗$) คือ ประเด็นบรรยากาศและการตกแต่งเหมาะสม

ตารางที่ ๔.๒๓ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ควรดูแลผู้ชม เพื่อทำความสะอาด	๑๗	๓๒.๐๘
ควรจัดให้มี WIFI สำหรับลูกค้า	๙	๑๖.๙๘
อยากให้เปลี่ยนและเพิ่มโซฟา	๘	๑๕.๐๙

ควรมีทีวีแนะนำทรีทเม้นท์	๖	๑๑.๓๒
เพิ่มเติมในส่วนของห้อง และเพิ่มทีวีตรงที่นั่งรอรับบริการ	๕	๙.๔๓
ควรมีหนังสือนิตยสาร	๔	๗.๕๕
มีกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพเช่นโยคะ	๑	๑.๘๙
มีกิจกรรมให้เด็กที่มากับผู้ปกครอง	๑	๑.๘๙
มีกิจกรรมให้ระหว่างรอ เช่น ดูทีวี	๑	๑.๘๙
มีโทรทัศน์หรือโบว์ลระหว่างรอ	๑	๑.๘๙
รวม	๕๓	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๑๗ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะต่อลักษณะทางกายภาพมีจำนวนทั้งสิ้น ๕๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๗๙ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่าร้อยละ ๓๒.๐๘ มีข้อเสนอแนะให้มีการควบคุมฝุ่นพรม เพื่อทำความสะอาด รองลงมาร้อยละ ๑๖.๙๘ เสนอแนะให้มีการจัดบริการ WIFI สำหรับลูกค้า ร้อยละ ๑๕.๐๙ เสนอแนะให้ให้เปลี่ยนและเพิ่มโซฟา และมีข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับบริการต่างๆ ไป เช่น ควรมีทีวีแนะนำทรีทเม้นท์ (ร้อยละ ๑๑.๓๒) เพิ่มเติมในส่วนของห้อง และเพิ่มทีวีตรงที่นั่งรอรับบริการ (ร้อยละ ๙.๔๓) ควรมีหนังสือนิตยสาร (ร้อยละ ๗.๕๕) มีกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพเช่นโยคะ (ร้อยละ ๑.๘๙) มีกิจกรรมให้เด็กที่มากับผู้ปกครอง (ร้อยละ ๑.๘๙) มีกิจกรรมให้ระหว่างรอ เช่น ดูทีวี (ร้อยละ ๑.๘๙) และมีโทรทัศน์หรือโบว์ลระหว่างรอ (ร้อยละ ๑.๘๙)

ตารางที่ ๔.๒๔ แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจหลังได้รับการ

หลังได้รับการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจหลังการได้รับการ	๓๕	๓๖.๘๔	๔๑	๔๓.๑๖	๑๙	๒๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๔ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ ๔๓.๑๖ มีความพึงพอใจหลังการได้รับการอยู่ในระดับมาก รองลงมาร้อยละ ๓๖.๘๔ มีความพึงพอใจมาก และร้อยละ ๒๐.๐๐ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะต่อการจัดกิจกรรม/วิธีการสร้างเสริมสุขภาพและความงาม

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากข้อเสนอแนะแล้วนำมาจัดกลุ่มและเรียงอันดับข้อมูล เพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ลงในตารางประกอบการบรรยายดังตารางที่ ๔.๒๕-๔.๓๒

ตารางที่ ๔.๒๕ ข้อเสนอต่อการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะด้านความงาม

กิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะด้านความงาม	จำนวน	ร้อยละ
Workshop สอนแต่งหน้าในโอกาสสำคัญและการนวดหน้า	๒๙	๓๕.๘๐
Workshop เทคนิคการเพ้นท์เล็บ	๒๒	๒๗.๑๖
Workshop ทดลองทรีทเม้นท์	๑๓	๑๖.๐๕
Workshop ดูแลผิวพรรณ Spa หน้า/ตัว	๙	๑๑.๑๑
Workshop เกี่ยวกับการเสริมความงามและปรับปรุงบุคลิกภาพ	๘	๙.๘๘
รวม	๘๑	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๕ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีผู้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมด้านความงามจำนวน ๘๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘๕.๒๖ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๓๕.๘๐ มีความต้องการให้จัด Workshop สอนแต่งหน้าในโอกาสสำคัญและการนวดหน้า รองลงมาร้อยละ ๒๗.๑๖ มีความต้องการให้จัด Workshop เทคนิคการเพ้นท์เล็บ การจัด Workshop ทดลองทรีทเม้นท์ (ร้อยละ ๑๖.๐๕) Workshop ดูแลผิวพรรณ Spa หน้า/ตัว (ร้อยละ ๑๑.๑๑) และ Workshop เกี่ยวกับการเสริมความงามและปรับปรุงบุคลิกภาพ (ร้อยละ ๙.๘๘) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๒๖ ผลที่คาดว่าจะได้รับการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะด้านความงาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากกิจกรรมด้านความงาม	จำนวน	ร้อยละ
- ลูกค้ายได้รับเทคนิคการดูแลสุขภาพและความงามที่ถูกต้อง	๓๔	๔๐.๐๐
- ลูกค้ามีความมั่นใจในบริการ	๒๓	๒๗.๐๖
- ลูกค้าได้รับเทคนิคการแต่งตัวเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน	๑๔	๑๖.๔๗
- ลูกค้าเข้าใจผลิตภัณฑ์และรู้จักทรีทเม้นท์มากขึ้น	๑๔	๑๖.๔๗
รวม	๘๕	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๖ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการจัดกิจกรรมด้านความงามจำนวน ๘๕ คน (คิดเป็นร้อยละ ๘๙.๔๗ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๔๐.๐๐ มีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมที่เสนอแนะแล้วทำให้ลูกค้าได้รับเทคนิคการดูแลสุขภาพและความงามที่ถูกต้อง รองลงมา ร้อยละ

๒๗.๐๖ ช่วยให้ลูกค้ามีความมั่นใจในบริการ ร้อยละ ๑๖.๔๗ เห็นว่าลูกค้าได้รับเทคนิคการแต่งตัวเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและทำให้ลูกค้าเข้าใจผลิตภัณฑ์และรู้จักทรีทเม้นท์มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ ๔.๒๗ ข้อเสนอต่อการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางกาย

กิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะทางกาย	จำนวน	ร้อยละ
Workshop Yoga เพื่อการฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ	๓๘	๕๒.๗๘
การออกกำลังกายและกิจกรรมการเดินเข้าจังหวะ	๒๐	๒๗.๗๘
Workshop ด้านโภชนาการ เช่น การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	๑๑	๑๕.๒๘
Workshop การนวดตัว, กิจกรรมดนตรีบำบัด (เพลงเบาๆ เพื่อการผ่อนคลาย)	๓	๔.๑๗
รวม	๗๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๗ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีผู้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมด้านสุขภาวะทางกายจำนวน ๗๒ คน (คิดเป็นร้อยละ ๗๕.๗ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๕๒.๗๘ มีความต้องการให้จัด Workshop Yoga, การฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ รองลงมาร้อยละ ๒๗.๗๘ มีความต้องการให้จัดกิจกรรมการออกกำลังกายและกิจกรรมการเดินเข้าจังหวะ ร้อยละ ๒๗.๗๘ มีความต้องการให้จัด Workshop ด้านโภชนาการ เช่น การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และร้อยละ ๔.๑๗ มีความต้องการให้จัด Workshop การนวดตัว, กิจกรรมดนตรีบำบัด (เพลงเบาๆ เพื่อการผ่อนคลาย) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๒๘ ผลที่คาดว่าจะได้รับการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะด้านความงาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากกิจกรรมด้านสุขภาวะทางกาย	จำนวน	ร้อยละ
- ลูกค้าได้รับการออกกำลังกาย ทำให้สุขภาพและร่างกายที่กระชับ	๓๓	๕๔.๑๐
- สร้างความประทับใจและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการรับบริการ	๒๘	๔๕.๙๐
รวม	๖๑	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๘ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการจัดกิจกรรมด้านสุขภาวะทางกายจำนวน ๖๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๒๑ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ร้อยละ ๕๔.๑๐ มีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมที่เสนอแนะแล้วทำให้ลูกค้าได้รับการออกกำลังกาย ทำให้สุขภาพและร่างกายที่กระชับ และร้อยละ ๔๕.๙๐ เป็นกิจกรรมที่ช่วยทำให้สร้างความประทับใจและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการรับบริการ

ตารางที่ ๔.๒๙ ข้อเสนอต่อการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะด้านจิตใจ

กิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะด้านจิตใจ	จำนวน	ร้อยละ
- การสวดมนต์และนั่งสมาธิในช่วงเวลาที่รอคอยรับบริการ	๑๙	๓๙.๕๘
- ควรเปิดเพลงบรรเลงหรือรายการสารคดีที่เกี่ยวกับธรรมชาติหรือธรรมชาติ	๑๗	๓๕.๔๒
- การฝึกโยคะเพื่อพัฒนาจิตใจและสร้างความสมดุลในร่างกาย	๘	๑๖.๖๗
- มอบของขวัญในเทศกาลต่างๆ มีการส่ง SMS อวยพรวันเกิดให้ลูกค้า	๔	๘.๓๓
รวม	๔๘	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๒๙ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีผู้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมด้านสุขภาวะทางกายจำนวน ๔๘ คน (คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๕๓ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๓๙.๕๘ มีความต้องการให้จัดการสวดมนต์และนั่งสมาธิในช่วงเวลาที่รอคอยรับบริการ รองลงมา ร้อยละ ๓๕.๔๒ มีความต้องการให้เปิดเพลงบรรเลงหรือรายการสารคดีที่เกี่ยวกับธรรมชาติหรือธรรมชาติ ร้อยละ ๑๖.๖๗ มีความต้องการให้การฝึกโยคะเพื่อพัฒนาจิตใจและสร้างความสมดุลในร่างกาย และร้อยละ ๘.๓๓ มีความต้องการให้จัดมอบของขวัญในเทศกาลต่างๆ มีการส่ง SMS อวยพรวันเกิดให้ลูกค้า ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓๐ ผลที่คาดว่าจะได้รับการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะด้านจิตใจ

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากกิจกรรมด้านจิตใจ	จำนวน	ร้อยละ
- ผู้รับบริการรู้สึกคลายเครียดและลดความวิตกกังวล	๒๕	๔๑.๖๗
- ทำให้จิตใจสงบ มีสัมพันธภาพที่ดี	๑๘	๓๐.๐๐
- ความรู้สึกผ่อนคลายและเกิดความอบอุ่นเป็นกันเอง	๑๗	๒๘.๓๓
รวม	๖๐	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๓๐ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการจัดกิจกรรมด้านจิตใจจำนวน ๖๐ คน (คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๑๖ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๔๑.๖๗ มีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมที่เสนอแนะแล้วทำให้ผู้รับบริการรู้สึกคลายเครียดและลดความวิตกกังวล รองลงมา ร้อยละ ๓๐.๐๐ ช่วยทำให้จิตใจสงบ มีสัมพันธภาพที่ดี และร้อยละ ๒๘.๓๓ เห็นว่าผู้รับบริการมีความรู้สึกผ่อนคลายและเกิดความอบอุ่นเป็นกันเอง

ตารางที่ ๔.๓๑ ข้อเสนอต่อการจัดกิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะด้านการมีส่วนร่วม

กิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาวะด้านการมีส่วนร่วม	จำนวน	ร้อยละ
- Workshop อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ/ปริมาณการบริโภค	๒๗	๓๗.๕๐
- เพิ่มสื่อทาง Social media	๑๘	๒๕.๐๐
- จัดให้ลูกค้าร่วมรายการและมีกล่องรับความคิดเห็น	๑๓	๑๘.๐๖
- จัดงานส่งเสริมให้กลุ่มลูกค้าในโอกาสสำคัญ (ทำบุญทอดผ้าป่า, จิตอาสา)	๘	๑๑.๑๑
- อยากให้เข้าตลาดหลักทรัพย์ มีหุ้นให้ลูกค้า	๖	๘.๓๓
รวม	๗๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๓๑ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีผู้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมจำนวน ๗๒ คน (คิดเป็นร้อยละ ๗๕.๗๙ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๓๗.๕๐ มีความต้องการให้จัด Workshop อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ/ปริมาณการบริโภค รองลงมา ร้อยละ ๒๕.๐๐ มีความต้องการให้เพิ่มสื่อทาง Social media ร้อยละ ๑๘.๐๖ มีความต้องการให้จัดให้ลูกค้าร่วมรายการและมีกล่องรับความคิดเห็น ร้อยละ ๑๑.๑๑ มีความต้องการให้จัดงานส่งเสริมให้กลุ่มลูกค้าในโอกาสสำคัญ (ทำบุญทอดผ้าป่า, จิตอาสา) และร้อยละ ๘.๓๓ มีความต้องการให้นำกิจการเข้าตลาดหลักทรัพย์ มีหุ้นให้ลูกค้า ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓๒ ผลที่คาดว่าจะได้รับการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะด้านการมีส่วนร่วม

ผลที่คาดว่าจะได้รับการจัดกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วม	จำนวน	ร้อยละ
- มีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้รับบริการกับพนักงาน (เอื้ออาทร, แบ่งปัน)	๑๘	๔๓.๕๐
- ความซื่อตรง ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง	๑๒	๒๙.๒๗
- ความหลากหลายของกิจกรรม (สามัคคี, ประดอง, สมานฉันท์, เอื้อเฟื้อ)	๗	๑๗.๐๗
- ลูกค้าจดจำได้ง่ายแนะนำและบอกต่อได้ดี	๔	๙.๑๖
รวม	๔๑	๑๐๐

จากตารางที่ ๔.๓๒ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน ๙๕ คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการจัดกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมจำนวน ๔๑ คน (คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๑๖ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ ๔๓.๕๐ มีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมที่เสนอแนะแล้วทำให้ลูกค้ามีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้รับบริการกับพนักงาน (เอื้ออาทร, แบ่งปัน) รองลงมา ร้อยละ ๒๙.๒๗ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและความมั่นคง ร้อยละ ๑๗.๐๗ เห็นว่าจะทำให้

เกิดความหลากหลายของกิจกรรม เช่น สามัคคี, ประลองตอง, สมานฉันท์, เอื้อเฟื้อ เป็นต้น และร้อยละ ๙.๗๖ เห็นว่าสามารถถูกค้าจดจำได้ง่ายแนะนำและบอกต่อได้ดี

๔.๒ องค์ความรู้จากการวิจัย

๔.๒.๑ องค์ความรู้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำเอาผลของการวิจัยมาสรุปเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยดังต่อไปนี้

๔.๒.๑.๑ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลจากการศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาวะ สามารถนำมาสรุปเป็นองค์ความรู้ดังนี้

๑. หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมความงาม พบว่า หลักพุทธธรรมที่อธิบายเรื่องการสร้างเสริมความงาม ประกอบด้วย เมตตา ขันติ และโสรัจจะ มีข้อสรุปดังต่อไปนี้

๑.๑ เมตตา เป็นองค์ธรรมอย่างหนึ่งซึ่งประกอบอยู่ในพรหมวิหารที่นำไปสู่การทำให้เกิดประโยชน์สุข สร้างความรักและความปรารถนาดีต่อบุคคล และส่งเสริมให้เกิดการอยู่ร่วมกันด้วยไมตรีจิตและมิตรภาพที่ดี ทำให้ปรากฏเป็นรูปลักษณ์ของความงามภายนอก โดยการแสดงออกด้วยพฤติกรรมที่สะท้อนภาพของการมีความเมตตา มีความอดทน อดกลั้นต่ออารมณ์โกรธ และการเจรจาด้วยถ้อยคำที่ก่อให้เกิดความรัก ความสมัครสมานสามัคคี มีพฤติกรรมทางด้านจิตใจ ที่แสดงความปรารถนาดีต่อบุคคลอื่น สามารถใช้ในการปัญญาพิจารณาระงับอารมณ์ที่เป็นเหตุให้เกิดความขัดเคืองใจ

๑.๒ ขันติและโสรัจจะ ความอดทนและความเสถียร เป็นองค์ธรรมที่ช่วยสนับสนุนให้บุคคลเกิดความอดทนต่อความยากลำบากและมุ่งมั่นประกอบอาชีพจนนำไปสู่ความสำเร็จ สามารถพัฒนาตนและมีความประพฤติที่นำไปสู่ความดีงาม ทำให้เป็นที่รักและเป็นที่พอใจของบุคคลอื่น การที่บุคคลประพฤติตนอยู่ให้เป็นผู้ประกอบด้วยเมตตาและมีการดำรงตนอยู่ในขันติและโสรัจจะ ย่อมทำให้ได้ชื่อว่ามี ความเข้มแข็ง มีความอดทนและมุ่งมั่นในการประกอบอาชีพ ทำให้ประสบความสำเร็จในชีวิตและหน้าที่การงาน มีความเมตตาปราณีแก่ผู้อื่น สามารถใช้สติปัญญาในการแก้ไขปัญหา ทำให้เกิดความงามและเป็นที่รักของบุคคลอื่น

๒. หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางกาย พบว่า หลักพุทธธรรมที่อธิบายเรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางกาย คือ อายุสสธรรม ๕ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมให้มีสุขภาพดี ทำให้เกิดการรักษาสุขภาพแบบองค์รวมทั้งในด้านกาย จิต และสังคม โดยการพิจารณาเลือกใช้ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อชีวิต การรู้จักประมาณในการบริโภคเพื่อความพอดีกับความต้องการของร่างกาย การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ย่อยง่ายและมีประโยชน์ต่อร่างกาย การรู้จักแบ่งเวลาที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิต การรู้จักรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเองและมีคุณธรรม

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า อายุสธรรมมีความสำคัญต่อการสร้างเสริมสุขภาวะทางกาย จิต และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมและสุขภาพที่ดี

๓. หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ พบว่า หลักพุทธธรรมที่อธิบายเรื่องการสร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ มีดังต่อไปนี้

๓.๑ โลกียสุข มีเนื้อหาที่มุ่งเน้นการอธิบายความสุขตามลักษณะ คือ ๑) ความสุขจากการอยู่ร่วมกันอย่างมีไมตรีจิต ๒) ความสุขทางวัตถุ เช่น ความสุขจากความภูมิใจในทรัพย์ที่ได้จากความเพียร ความสุขที่ได้ใช้ทรัพย์เพื่อการเลี้ยงชีพและบำเพ็ญประโยชน์ ความสุขที่ไม่มีหนี้สิน และความสุขในความซื่อสัตย์สุจริต เป็นต้น ๓) ความสุขที่เกิดจากการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ๔) ความสุขจากวัตถุทางกาย เช่น ความต้องการ ความยินดี ความพอใจ ความอยาก และความสุขจากกิเลสทางกาย เช่น ความพอใจ ความกำหนด

๓.๒ บุญนิธิ มีเนื้อหาที่อธิบายเรื่องความงามที่มีลักษณะเป็นคุณสมบัติเฉพาะของบุคคล เช่น ผิวพรรณงดงาม เสียงไพเราะ ทรวดทรงสมส่วน มีบริวาร ความสุข เป็นต้น และมีการกล่าวถึงทรัพย์ของบุคคล ประกอบด้วย สังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งได้แก่ ทรัพย์เคลื่อนได้และสูญหายได้ ทรัพย์ที่เป็นความชำนาญเฉพาะตัว และคุณธรรมประจำตัวของบุคคลให้ถึงพร้อมด้วยทาน ศีล ภาวนา

๓.๓ ความสุข มีเนื้อหาที่มุ่งเน้นการอธิบายเรื่องคุณภาพชีวิตดีในด้านการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี อันเป็นวัตถุประสงค์ในการดำรงชีวิตของบุคคล สามารถแบ่งความสุขออกได้เป็น ๒ อย่าง คือ ๑) กายิกสุข คือ ความสุขทางกายที่เกิดขึ้นจากการมีสุขภาพกายดี เป็นความสุขที่บุคคลปรารถนา และ ๒) เจตสิกสุข คือ ความสุขใจที่เกิดจากการมีสุขภาพจิตดี การดำรงตนให้อยู่ในศีลธรรม

๔. หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างการมีส่วนร่วมในกิจการ พบว่า สามัคคีธรรมเป็นหลักพุทธธรรมเพื่อความเจริญรุ่งเรือง เพื่อความดีงามในชีวิตของผู้คนและความสงบสุขของสังคม มีเนื้อหาว่าด้วยเรื่อง ความสามัคคี หรือความพร้อมเพรียงกัน ความปรองดองกัน และการรวมใจเป็นหนึ่งเดียว เรียกว่า สุจริตกรรม ซึ่งประกอบด้วยกรกระทำ ๓ ลักษณะ คือ การร่วมกันกระทำการที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ทั้งแก่ตนและส่วนรวม (กายสุจริต) การติดต่อสื่อสารด้วยคำพูดที่เหมาะสม อ่อนหวาน (วจีสุจริต) การคิดพิจารณาเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาและปฏิบัติในสิ่งที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวม (มโนสุจริต) มีหลักพุทธธรรมสำคัญ คือ ๑) สังคหะวัตถุ เป็นหลักพุทธธรรมที่กล่าวถึงการมีมิตรสหายที่ดี มีความเอื้ออาทรเพื่อเป็นการแสดงความมีน้ำใจ มีวาจาสุภาพอ่อนหวาน รู้จักให้การช่วยเหลือในเวลาที่สมควรช่วยเหลือและมีความซื่อสัตย์ ๒) สาราณียธรรม เป็นหลักพุทธธรรมที่ทำให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ มีความเป็นเอกภาพ และ ๓) สปัปฐิธรรม เป็นหลักพุทธธรรมเพื่อสร้างภาวะของผู้นำสำหรับทำให้ตนเป็นที่พึ่งของตนเองได้ พร้อมทั้งจะรับผิดชอบตนเองได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากิจการใดๆ

ที่ต้องการให้มีความเจริญก้าวหน้า และมีความมั่นคง ทั้งในด้านการบริหารและการบริการ จำเป็นต้องนำเอาหลักสามัคคีธรรมมาใช้เพื่อเพื่อความเจริญรุ่งเรือง และความสงบสุข บุคลากรทุกฝ่ายมีความกลมเกลียวสามัคคีกัน

๔.๒.๒.๒ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ผลจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำมาสรุปเป็นองค์ความรู้ดังต่อไปนี้

ผลจากการศึกษาสภาพการบริหารและให้บริการพร้อมข้อเสนอแนะ พบว่าผู้รับบริการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมสุขภาพและความงามส่วนใหญ่มีเหตุผลเพื่อเข้ารับบริการการดูแลรักษาสุขภาพและความงามมากที่สุด โดยมีปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นพบว่ามีค่าน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่พบว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสูงมาก คือ พนักงานที่ให้บริการด้วยอาการกิริยาที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และยังพบว่าความชำนาญและความน่าเชื่อถือของพนักงานผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการน้อยมาก สำหรับข้อเสนอแนะที่เป็นประเด็นสำคัญมากที่สุดคือ ควรมีการรักษามาตรฐานการบริการของพนักงาน เช่น น้ำหนักมือให้สม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ แต่หากต้องการส่งเสริมการตลาดสำหรับงานบริการสร้างเสริมสุขภาพและความงามควรจัดในรูปแบบของการจัดให้มีสื่อประชาสัมพันธ์การตลาด การจัดงานแสดงสินค้า

สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่ตัดสินใจใช้บริการเสริมสุขภาพและความงามมากที่สุด พบว่า กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า ๓๐ ปี และกลุ่มที่มีอาชีพแม่บ้าน

การจัดกิจกรรมสร้างเสริมความงามที่เป็นความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ การสอนแต่งหน้าและการนวดหน้า เพื่อให้บริการเทคนิคการดูแลสุขภาพและความงามที่ถูกวิธีแก่ลูกค้า

การจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพทางกายที่เป็นความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ โยคะเพื่อการฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ ด้วยความเชื่อมั่นในบริการว่า ลูกค้าจะได้รับการออกกำลังกาย ทำให้สุขภาพและร่างกายที่กระชับ

การจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพทางจิตใจที่เป็นความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ การสวดมนต์และนั่งสมาธิ ด้วยความเชื่อมั่นในบริการว่า ช่วยทำให้รู้สึกผ่อนคลายความเครียดและลดความวิตกกังวล

การจัดกิจกรรมสร้างเสริมการมีส่วนร่วมในกิจการซึ่งเป็นความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ กิจกรรมการปรุงอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ด้วยความเชื่อมั่นในบริการว่า จะทำให้เกิดความสนิท เอ็นดู ระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ให้บริการ

๔.๒.๒ สังเคราะห์รูปแบบการสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการสุขภาพและความงาม

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องและสภาพการบริหารและให้บริการของสถานบริการสุขภาพและความงามในการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาสังเคราะห์รูปแบบการสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการสุขภาพและความงาม ต่อกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ดังตารางที่ ๔.๓๓

ตารางที่ ๔.๓๓ การสังเคราะห์รูปแบบสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับบริการสุขภาพและความงาม

การเสริมสร้างสุขภาวะ	หลักพุทธธรรมและกิจกรรม	ผลที่ได้รับ
ความงาม สำหรับ ฝึกอบรมพนักงาน ผู้ให้บริการ และ เสริมสร้างให้แก่ ผู้รับบริการ	หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมความงาม ประกอบด้วย เมตตา ขันติและโสรัจจะ ซึ่งมีแนวคำสอนที่มุ่งเน้นการให้บุคคลประพฤติตน ประกอบด้วยเมตตา และการดำรงตนให้มี ความเข้มแข็ง อุดหนุน และมุ่งมั่นในการประกอบอาชีพ ทำให้ประสบความสำเร็จในชีวิตและหน้าที่การงาน มีความเมตตาปราณีและสามารถใช้สติปัญญาแก้ไขปัญหา ทำให้เกิด ความงามและเป็นที่รักของบุคคลอื่น	ผลที่ได้รับจากการใช้หลักเมตตา ขันติ และโสรัจจะ คือ การได้พัฒนาบุคลิกภาพ ทำให้เกิดความงามและเป็นที่รักของบุคคลอื่น
	การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) - สอนแต่งหน้าและการนวดหน้า - การเพ้นท์เล็บ - การทดลองทรีทเม้นท์ - การดูแลผิวพรรณ - สปาหน้า/ตัว - การปรับบุคลิกภาพและเสริมความงาม	ผลที่ได้รับจากกิจกรรม - ได้ความรู้และเทคนิคการดูแลสุขภาพและความงามเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน - สร้างความมั่นใจในบริการและผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้รับบริการ

การเสริมสร้างสุขภาวะ	หลักพุทธธรรมและกิจกรรม	ผลที่ได้รับ
สุขภาวะทางกาย สำหรับฝึกฝนพนักงาน ผู้ให้บริการ และการ สร้างเสริมให้แก่ ผู้รับบริการ	หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางกาย คือ อายุสัทธิธรรม ๕ ซึ่งมีแนวคำสอนที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างเสริมสุขภาวะทางกาย จิต และสังขม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทำให้เป็นผู้มีสุขภาวะที่ดี	ผลที่ได้รับจากการใช้หลักอายุสัทธิธรรม คือ ได้รับการสร้างเสริมสุขภาวะทางกาย จิต และสังขม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทำให้เป็นผู้มีสุขภาวะดี
	การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) - โยคะเพื่อการฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ - การออกกำลังกายและกิจกรรมการเดินเข้าจังหวะ - อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ - การนวดตัว, กิจกรรมดนตรีบำบัด (เพลงเบาๆ เพื่อการผ่อนคลาย)	ผลที่ได้รับจากกิจกรรม - การบริหารกาย - การดูแลสุขภาพและความงาม - การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ - การฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ
สุขภาวะทางจิตใจ สำหรับสร้างเสริมให้ ผู้รับบริการ	หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ ประกอบด้วย โลภีธรรม บุญนิธิ และความสุข	ผลที่ได้รับจากการใช้หลักโลภีธรรม บุญนิธิ และความสุข คือ การเป็นผู้มีความสามารถใช้ปัญญาในการแก้ไขปัญหา นำไปสู่การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ส่งผลให้บุคคลมีสุขภาวะที่ดี เช่น ผิวพรรณงดงาม เสียงไพเราะ ทรวดทรงสมส่วน มีบารมี สุขภาพ เป็นต้น
	การจัดกิจกรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ ● สมาธิภาวนาในระหว่างการคอยรับบริการ เช่น - สวดมนต์ เพื่อการผ่อนคลายจิตใจ - ทำสมาธิเพื่อคลายเครียดและความวิตกกังวล - โยคะเพื่อสร้างสมดุลในร่างกาย - ดนตรีบำบัดโดยเปิดเพลงบรรเลงเบาๆ ● กิจกรรมลูกคำสัมพันธ์ เช่น - มอบของขวัญในเทศกาลต่างๆ - การส่งข้อความอวยพรวันเกิดให้ลูกค้า	ผลที่ได้รับจากกิจกรรม - ผู้รับบริการรู้สึกคลายเครียด ลดความวิตกกังวลและสร้างความสมดุลในร่างกาย - สร้างความประทับใจและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการรับบริการ

การเสริมสร้างสุขภาวะ	หลักพุทธธรรมและกิจกรรม	ผลที่ได้รับ
การมีส่วนร่วม ในกิจการ สำหรับ พนักงาน ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ	หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างการมีส่วนร่วมใน กิจการ คือ สามัคคีธรรม	ผลที่ได้รับจากการใช้หลักสามัคคี ธรรม คือ ช่วยทำให้การกิจการมีความ เจริญ รุ่งเรืองและมีความมั่นคง ทั้งใน ด้านการบริหารและการบริการ บุคลากร ทุกฝ่ายมีความเกื้อกูลแก่กันและกัน มี ความสามัคคีกัน
	การจัดกิจกรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะ ทางด้านการมีส่วนร่วมในกิจการ เช่น - การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การปรุง อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ - การเพิ่มช่องทางสื่อสารทาง Social media - การเปิดโอกาสให้ลูกค้าร่วมรายการพิเศษ - การจัดงานสังสรรค์ให้กลุ่มลูกค้าในโอกาส สำคัญ (ทำบุญทอดผ้าป่า, จิตอาสา)	ผลที่ได้รับจากกิจกรรม - มีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้รับบริการ กับพนักงาน (เอื้ออาทร, แบ่งปัน) - ความซื่อตรง ความน่าเชื่อถือ และ ความมั่นคง - ความหลากหลายของกิจกรรม (สามัคคี ปรองดอง, สมานฉันท์, เอื้อเฟื้อ) - ลูกค้าจดจำได้ง่ายแนะนำและบอกต่อ

จากตารางที่ ๔.๓๓ พบว่า รูปแบบการสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับสถานบริการ
สุขภาพและความงาม มีดังนี้

หลักพุทธธรรมที่นำมาใช้สร้างเสริมความงาม ประกอบด้วย เมตตา และขันติ ไสรัจจะ ซึ่ง
มีแนวคำสอนที่มุ่งเน้นการให้บุคคลประพฤติตนประกอบด้วยเมตตา มีความเข้มแข็ง อดทน และมุ่งมั่น
ในการประกอบอาชีพ ทำให้ประสบความสำเร็จในชีวิตและหน้าที่การงาน มีความเมตตาปราณีและ
สามารถใช้สติปัญญาแก้ไขปัญหา ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาบุคลิกภาพ ทำให้เกิดความงามและเป็น
ที่รักของบุคคลอื่น หลักพุทธธรรมดังกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อการสร้างเสริม
ความงาม โดยจัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการ เช่น สอนแต่งหน้าและการนวดหน้า การเพ้นท์เล็บ การ
ทดลองทรีทเม้นท์ การดูแลผิวพรรณ สบหน้า/ตัว และการปรับบุคลิกภาพและเสริมความงาม โดยมี
ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับบริการสุขภาพและความ
งามที่สำคัญคือ การได้ความรู้และเทคนิคการดูแลสุขภาพและความงามเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
และการสร้างความมั่นใจในบริการและผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้รับบริการ เป็นต้น

หลักพุทธธรรมที่นำมาใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางกาย คือ อายุสสธรรม ซึ่งมีแนวคำสอนที่
ให้ความสำคัญต่อการสร้างเสริมสุขภาวะแบบองค์รวม ทำให้เป็นผู้มีสุขภาวะที่ดีทั้งในทางกาย จิต
และสังคม หลักพุทธธรรมดังกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อการสร้างเสริมสุข

ภาวะทางกาย โดยจัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการ เช่น โยคะเพื่อการฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ การออกกำลังกายและกิจกรรมการเดินเข้าจังหวะ อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ การนวดตัว, ดนตรีบำบัด (เพลงบรรเลงเพื่อการผ่อนคลาย) โดยมีผลที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับบริการสุขภาพและความงามที่สำคัญคือ การได้บริหารกาย การได้รับการดูแลสุขภาพและความงาม และการได้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและความงาม การฝึกควบคุมอารมณ์และจิตใจ เป็นต้น

หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ ประกอบด้วย โลภียธรรม บุญนิธิ และความสุข ซึ่งมีแนวคำสอนที่การรู้จักใช้ปัญญาในการแก้ไขปัญหานำไปสู่การมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ส่งผลให้บุคคลมีสุขภาวะที่ดี เช่น ผิวพรรณงดงาม เสี่ยงไฟเราะ ทรวดทรงสมส่วน มีบริวาร ความสุข เป็นต้น หลักพุทธธรรมดังกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาวะทางจิตใจ โดยจัดให้มีกิจกรรมการปฏิบัติสมาธิภาวนาในระหว่างการคอยรับบริการ เช่น สวดมนต์ เพื่อการผ่อนคลายจิตใจ ทำสมาธิเพื่อคลายเครียดและความวิตกกังวล โยคะเพื่อสร้างสมดุลในร่างกาย และดนตรีบำบัดโดยเปิดเพลงบรรเลงเบาๆ และกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เช่น มอบของขวัญในเทศกาลต่างๆ การส่งข้อความอวยพรวันเกิดให้ลูกค้า เป็นต้น โดยมีผลที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับบริการสุขภาพและความงามที่สำคัญคือ ผู้รับบริการรู้สึกคลายเครียด ลดความวิตกกังวลและสร้างความสมดุลในร่างกาย และเพื่อสร้างความประทับใจและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการรับบริการ เป็นต้น

หลักพุทธธรรมที่ใช้สร้างการมีส่วนร่วมในกิจการ คือ สามัคคีธรรม ซึ่งมีแนวคำสอนที่ช่วยให้การประกอบกิจการมีความเจริญรุ่งเรืองและมีความมั่นคง ทั้งในด้านการบริหารและการบริการ บุคลากรทุกฝ่ายมีความเกื้อกูลแก่กันและกัน มีความสามัคคีกัน หลักพุทธธรรมดังกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อการสร้างการมีส่วนร่วมในกิจการ โดยจัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการ เช่น การปรุงอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ การเพิ่มช่องทางสื่อสารผ่านทาง Social media การเปิดโอกาสให้ลูกค้าร่วมรายการพิเศษ และการจัดงานสังสรรค์ให้กลุ่มลูกค้าในโอกาสสำคัญ (ทำบุญทอดผ้าป่า, จิตอาสา) โดยมีผลที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับบริการสุขภาพและความงามที่สำคัญคือ มีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้รับบริการกับพนักงาน (เอื้ออาทร, แบ่งปัน) และความซื่อตรง ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง มีความหลากหลายของกิจกรรม (สามัคคี, ประลองตอง, สมานฉันท์, เอื้อเฟื้อ) ลูกค้าจดจำได้ง่ายแนะนำและบอกต่อ เป็นต้น