



สารนิพนธ์

เรื่อง ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

โดย

นางสาวพิชชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย

รหัสนักศึกษา 05580688

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



สารนิพนธ์

เรื่อง ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

โดย

นางสาวพิชชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย

รหัสนักศึกษา 05580688

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์	ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น
ผู้เขียน	นางสาวพิชชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคนไทยเกี่ยวกับความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่นและความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น โดยมีวิธีการศึกษาด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลตัวอย่างจำนวน 150 คน โดยจะเก็บข้อมูลจากคนที่เคยใช้บริการทำเล็บ โดยมีวิธีการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า คนที่นิยมการทำเล็บลายที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20 - 24 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จากการวิจัยพบว่าคนไทยนิยมการทำเล็บลายที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งคนส่วนใหญ่เคยทำเล็บลายที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น มากกว่า 5 ครั้ง ซึ่งลายที่นิยมมากที่สุดคือ การนำกระดาดฮาโริกามาแปะที่เล็บ รองลงมาคือ หยดสีหรือป้ายสี ติดสติ๊กเกอร์ตามตัวการ์ตูนญี่ปุ่น เพนต์ลายที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น และปั้นนูนแบบญี่ปุ่น ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่นมากที่สุดคือ ความชอบส่วนตัว ประกอบไปด้วย ความชอบในตัวการ์ตูน หรือสื่อต่างๆของประเทศญี่ปุ่น รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ และกระแสนิยม ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** ทำเล็บ, ความนิยม, อิทธิพล, แรงจูงใจ

### กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น เป็นส่วนหนึ่งของ  
รายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้  
คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้  
งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณ  
ครอบครัว และเพื่อนๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดัน  
ให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาด  
ประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

พิชชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย

## สารบัญ

บทคัดย่อ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญรูปภาพ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญแผนภูมิ.....	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	1
1.3 ขอบเขตการศึกษา .....	2
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย .....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย .....	2
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>1</b>
2.1 ข้อมูลทั่วไปของของการทำเล็บ.....	1
2.1.1 Manicure .....	1
2.1.2 การต่อเล็บปลอมแบบ PVC .....	4
2.1.3 การต่อเล็บปลอมแบบ Acrylics.....	4
2.1.4 การต่อเล็บปลอมแบบ Gel.....	5
2.1.5 ศิลปะการเพ้นท์เล็บ .....	5
2.1.6 การทาสีเจล.....	6

## สารบัญ (ต่อ)

2.2	ลักษณะการทำเล็บลายญี่ปุ่นโดยเลือกศึกษา5ลาย.....	6
2.2.1	การตกแต่งเล็บด้วยกระดาษโอริกามิ.....	6
2.2.2	การหยดสีลงบนเล็บหรือศิลปะแบบซุมินากาชิ.....	8
2.2.3	การตกแต่งเล็บด้วยสติ๊กเกอร์ลายญี่ปุ่น.....	9
2.2.4	การพันท์ลาย.....	10
2.2.5	การปั้นนูนเล็บ.....	10
2.3.	ร้านทำเล็บแบบญี่ปุ่นในประเทศไทย.....	11
2.3.1	ร้าน “A B R A C A D A B R A” (อะบราคาดาบรา).....	11
2.3.2	ร้าน Nail it.....	11
2.3.3	ร้านทำเล็บ HELLO TOKYO.....	12
2.4	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความงาม.....	13
2.4.1	ความหมายของความงาม.....	13
2.5	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	13
2.6	วิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
<b>บทที่ 3</b>	<b>วิธีดำเนินการศึกษา.....</b>	<b>4</b>
3.1	วิธีการวิจัย.....	4
3.1.1	ข้อมูลปฐมภูมิ.....	4
3.1.2	ข้อมูลทุติยภูมิ.....	4
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	4
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	20

## สารบัญ (ต่อ)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	21
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา.....</b>	<b>20</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	20
4.1.1 เพศของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	20
4.1.2 อายุของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	23
4.1.3 อาชีพของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	23
4.1.4 ระดับการศึกษาของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	24
4.1.5 รายได้ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	25
4.2 ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น.....	26
4.3 ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น .....	27
4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น .....	28
4.4.1 ปัจจัยในการทำเล็บลายญี่ปุ่น .....	28
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>30</b>
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	30
5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	30
5.1.2 ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น .....	30
5.1.3 ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น.....	30
5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น .....	30
<b>ข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>31</b>
<b>ข้อจำกัดทางการศึกษา.....</b>	<b>31</b>
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>32</b>

## สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก .....	30
ข้อมูลผู้วิจัย.....	41
แบบโอบลิขสิทธิ์สารนิพนธ์.....	42



## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 1	การตัดหนังกำพรั้า.....	3
ภาพที่ 2	การดันหนังเล็บ .....	3
ภาพที่ 3	เล็บปลอมแบบ PVC .....	4
ภาพที่ 4	การต่อเล็บปลอมแบบ Acrylics.....	4
ภาพที่ 5	เจลสำหรับต่อเล็บเจล.....	5
ภาพที่ 6	ลายเพ้นท์เล็บ .....	6
ภาพที่ 7	การติดอุปกรณ์ที่เล็บ.....	6
ภาพที่ 8	เครื่องอบเจล .....	6
ภาพที่ 9	เลือกสีและรูปแบบกระดาษโอริกามิ.....	7
ภาพที่ 10	ตัดกระดาษโอริกามิให้เป็นชิ้นเล็ก .....	7
ภาพที่ 11	ตัดกระดาษโอริกามิให้เป็นชิ้นเล็ก (2).....	7
ภาพที่ 12	ทาสีพื้น.....	7
ภาพที่ 13	ทาสีพื้น (2).....	7
ภาพที่ 14	นำกระดาษโอริกามิที่ตัดไว้มาติดที่เล็บ.....	8
ภาพที่ 15	การตกแต่งเล็บด้วยกระดาษโอริกามิ .....	8
ภาพที่ 16	การตกแต่งเล็บด้วยกระดาษโอริกามิ (2) .....	8
ภาพที่ 17	ศิลปะแบบซูมินากาชิ .....	8
ภาพที่ 18	ศิลปะแบบซูมินากาชิ (2) .....	8
ภาพที่ 19	ลายเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะแบบซูมินากาชิ .....	9
ภาพที่ 20	ลายเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะแบบซูมินากาชิ (2) .....	9
ภาพที่ 21	การตกแต่งเล็บด้วยสติ๊กเกอร์ลายชินจัง.....	9
ภาพที่ 22	การตกแต่งเล็บด้วยสติ๊กเกอร์ลายลีลาคุมะ .....	9
ภาพที่ 23	การตกแต่งเล็บด้วยสติ๊กเกอร์ลายเพโกะจัง.....	9
ภาพที่ 24	การเพ้นท์ลายซากุระ.....	10
ภาพที่ 25	การเพ้นท์ลายฟูจิ .....	10

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 26	การปั้นนูนเล็บลายคิตตี้.....	10
ภาพที่ 27	การปั้นนูนเล็บลายชินนามอนโร.....	10
ภาพที่ 28	ร้านอะบราคาดาบรา.....	11
ภาพที่ 39	ร้าน Nail it.....	12
ภาพที่ 30	ร้านทำเล็บ HELLO TOKYO.....	12
ภาพที่ 31	ร้านทำเล็บ HELLO TOKYO (2).....	12

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	เพศของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	22
ตารางที่ 2	อายุของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	23
ตารางที่ 3	อาชีพของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	24
ตารางที่ 4	ระดับการศึกษาของไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	25
ตารางที่ 5	รายได้ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	25
ตารางที่ 6	ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น .....	26
ตารางที่ 7	ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น.....	27
ตารางที่ 8	แรงจูงใจในการทำเล็บลายญี่ปุ่น.....	28

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	แผนภูมิแสดงเพศของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	22
แผนภูมิที่ 2	อายุของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	23
แผนภูมิที่ 3	อาชีพของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	24
แผนภูมิที่ 4	ระดับการศึกษาของไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น.....	25
แผนภูมิที่ 5	รายได้ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น .....	26
แผนภูมิที่ 6	ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น .....	27
แผนภูมิที่ 7	ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น.....	28
แผนภูมิที่ 8	ปัจจัยในการทำเล็บลายญี่ปุ่น.....	29

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การทำเล็บ คือการตกแต่งมือและเล็บซึ่งสามารถทำได้ทั้งที่บ้านและที่ร้านทำเล็บโดยการทำเล็บนั้นประกอบไปด้วยการทำ Manicure การต่อเล็บแบบ Acrylics การต่อเล็บแบบ Gel รวมถึงการวาดลวดลายลงบนเล็บหรือติดด้วยเพชรพลอย

การทำเล็บถือกำเนิดขึ้นมายาวนานกว่า 6000 ปีแล้ว จุดเริ่มต้นนั้นเกิดจากการที่เหล่าผู้หญิงชาวอียิปต์ได้นำสีที่ทำจากตัวงบดย้อมสีมาทาบนเล็บ นอกจากนี้ในประเทศอินเดียยังได้นำ Henna มาใช้ในด้านการตกแต่งเล็บ ซึ่ง Henna นั้น นอกจากจะมีคุณสมบัติในด้านการตกแต่งเล็บแล้ว ยังช่วยในด้านการบำรุงและดูแลเล็บอีกด้วย การทำเล็บนั้นมีวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2523 ศิลปะการทำเล็บของชุมชนอเมริกันแอฟริกัน ที่มีการออกแบบและการใช้สีอย่างสร้างสรรค์ ได้ทำให้การทำเล็บนั้นกลายเป็นแฟชั่นที่แท้จริง

ศิลปะการทำเล็บนั้นได้แพร่หลายไปทั่วโลกไม่ว่าจะเป็น ยุโรป อเมริกาหรือเอเชีย และหนึ่งในประเทศที่มีความโดดเด่นในด้านแฟชั่นการทำเล็บก็คือ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งการทำเล็บแบบญี่ปุ่นนั้นมีความละเอียดอ่อน น่ารัก ละเมียดละไม และให้ความสำคัญกับการตกแต่งเล็บเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นการบ่งเกิดของ “ศิลปะบนเล็บ” ที่ประณีต เน้นเล็บที่ดูใส สุขภาพดี ถนอมเล็บ (Otaymah, 2557)

เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำในด้านแฟชั่นการทำเล็บ และด้วยรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์และมีความสวยงาม ทำให้ประเทศไทยได้รับอิทธิพลในการทำเล็บจากประเทศญี่ปุ่น โดยนำเอาวิธีการและรูปแบบต่างๆมาใช้ เช่น การหยดสีลงบนเล็บ การทำโอริกามี ซึ่งก็คือการนำเอากระดาษโอริกามีมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ และนำมาแปะลงบนเล็บ และการปั้นนูน 3 มิติลวดลายต่างๆ เป็นต้น (SPARKLE, 2559)

จากการที่ศิลปะการทำเล็บเป็นที่นิยมมากในปัจจุบันทำให้ผู้วิจัยใครศึกษา “ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น” เพื่อให้เห็นถึงที่มาและความสำคัญของการตกแต่งเล็บแบบญี่ปุ่นและความนิยมในลายเล็บของญี่ปุ่น

#### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

1.2.2 เพื่อศึกษาความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น

### 1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ศึกษาความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น

1.3.2 ศึกษาความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น

### 1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

1.4.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลการทำเล็บลายญี่ปุ่น

1.4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับกระแสความนิยมของการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1.5.1 ทำให้ได้ทราบถึงความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

1.5.2 ทำให้ได้ทราบถึงความนิยมของลายเล็บญี่ปุ่น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของการทำเล็บ
2. ลักษณะการทำเล็บลายญี่ปุ่นโดยเลือกศึกษา 5 ลาย
3. ร้านทำเล็บแบบญี่ปุ่นในประเทศไทย
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความงาม
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ข้อมูลทั่วไปของการทำเล็บ

การทำเล็บ คือการตกแต่งมือและเล็บซึ่งสามารถปฏิบัติได้ทั้งที่บ้านหรือร้านทำเล็บ โดยช่างเล็บมืออาชีพที่มีใบอนุญาตหรือช่างทำเล็บ การทำเล็บมีหลายแบบซึ่งต้องเริ่มจากการเตรียมเล็บที่เรียกว่า การทำ manicure อีกทั้งยังมีการต่อเล็บปลอมแบบ PVC แบบ Acrylics และแบบ Gel และมีการเพ้นท์ลายลงบนเล็บ หรือการติดหรือตกแต่งเล็บด้วยอุปกรณ์แต่งเล็บ และที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันคือการทาสีเจล ช่างทำเล็บควรมีใบอนุญาต และต้องปฏิบัติตามระเบียบ เนื่องจากผิวที่จะถูกจัดการและมีการตัดแต่ง บางครั้งอาจมีความเสี่ยงที่จะกระจายการติดเชื้อเมื่อเครื่องมือที่ใช้ถูก ใช้ในคนจำนวนมาก ดังนั้นเรื่องความสะอาดและอนามัยจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

2.1.1 Manicure มาจากภาษาละติน manus แปลว่ามือ และ cura แปลว่า การดูแล คือการเตรียมเล็บก่อนทาสีเล็บหรือตกแต่งเล็บ ซึ่งประกอบด้วย การตะไบขอบเล็บให้เป็นทรงที่ต้องการ บำบัดหนังกำพร้า นวดมือ และทาน้ำยาบนเล็บ



**ภาพที่ 1** การตัดหนังกำพร้า (pronails, 2562)



**ภาพที่ 2** การดันหนังเล็บ (pronails, 2562)

2.1.2 การต่อเล็บปลอมแบบ PVC คือการนำเล็บปลอม ซึ่งทำมาจากพลาสติกมีรูปร่างลักษณะเหมือนเล็บจริง โดยเลือกที่มีลักษณะโค้งนูนเข้ากับเล็บจริง และติดกาวต่อเล็บบริเวณโคนเล็บให้แนบกับเล็บจริงของเรา จะทำให้ดูเป็นธรรมชาติ แต่เล็บปลอมแบบ PVC จะมีความหนาที่ตรงกลางเล็บเพื่อพยุงเล็บไม่ให้หักง่าย ส่วนปลายเล็บก็จะบาง เพื่อให้ดูใกล้เคียงกับเล็บจริงมากที่สุด หลังจากติดเล็บปลอมแล้วก็สามารถ ทาสี เพ้นท์ลายลงบนเล็บ ได้ ซึ่งจะอยู่ได้ประมาณ 5-7 วัน ขึ้นอยู่กับการใช้งานของมือผู้ทำ ถ้าโดนน้ำมากเกินไปอาจจะส่งผลให้กาวหลุดออกได้เร็วขึ้น การต่อเล็บ PVC เหมาะกับคนที่ไม่ค่อยมีเวลาทำเล็บ หรือไม่ชอบนั่งทำเล็บที่ร้านนานๆ โดยปกติที่ไม่ชอบเล็บยาว แต่ต้องการเล็บสวยชั่วคราวเพื่อไปงานต่างๆ การต่อเล็บ PVC จะใช้เวลาทำไม่นาน และสามารถทำเองได้ที่บ้าน และราคาไม่สูง (Sumbai, 2562)



**ภาพที่ 3** เล็บปลอมแบบ PVC (frammydeco, 2562)

2.1.3 การต่อเล็บปลอมแบบ Acrylics คือการนำน้ำยาทำละลาย (monomer) ผสมกับแป้งอะคริลิก แล้วนำไปทาลงบนเล็บ หรือโครงเล็บที่ต่อออกมาจากปลายนิ้วแล้วทิ้งไว้ให้แห้ง อะคริลิกจะขึ้นตัวเป็นแผ่นแข็งและจัดแต่งตะไบทรงให้สวยงามแล้วทาสีหรือทำลายตามที่ต้องการ (Sumbai, 2562)



**ภาพที่ 4** การต่อเล็บปลอมแบบ Acrylics (nailvillaandspa, 2558)



2.1.4 การต่อเล็บปลอมแบบ Gel นั้นกำลังถูกพัฒนาขึ้นให้มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าอะคริลิก การต่อเล็บแบบเจลนั้นจะใช้เจลที่ผสมไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะมีลักษณะคล้ายกับเจลใสผง กลิ่นไม่แรง และจะใช้แสง UV ในการทำให้เจลแข็งตัว เล็บที่ได้ออกมาก็จะมีความใสกว่าแบบอะคริลิก (Sumbai, 2562)



**ภาพที่ 5** เจลสำหรับต่อเล็บเจล (memorynail, 2557)

2.1.5 ศิลปะการเพ้นท์เล็บ คือการตกแต่งเล็บให้สวยงามโดยใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ นำมา ตกแต่งลงบนเล็บ ซึ่งแบบพื้นฐานที่สุดคือ การทาเล็บสีต่างๆ ทั้งนี้ ศิลปะการเพ้นท์เล็บถูกพัฒนาขึ้น อย่างจริงจังในประเทศญี่ปุ่น สังเกตได้จากที่ผู้หญิงชาวญี่ปุ่นจะมีลวดลายเล็บที่น่ารัก กันแทบทุกคน นอกจากการใช้สีส้นแล้ว อุปกรณ์ที่ช่วยในการตกแต่งเล็บ ยังมีแปรงสำหรับทาเล็บ เข็ม และลายฉลุ ลวดลายต่าง ๆ รวมถึงยังสามารถติดเพชร ลูกปัดเล็กๆ หรือของตกแต่งชิ้นเล็กๆลงไปในเล็บ ด้วยการ ใช้กาวติดเล็บได้อีกด้วย อุปกรณ์ที่สำคัญที่สุดในการเพ้นท์เล็บ ก็คือแปรงหรือพู่กันสำหรับเพ้นท์เล็บ พู่ กันเพ้นท์เล็บ มีทั้งแบบปลายเรียวเล็ก และปลายตัด ซึ่งแปรงแต่ละแบบแต่ละขนาด ก็จะเหมาะสมกับ ขนาดและดีไซน์ของลวดลายที่ต่างกันไป และที่สำคัญคือ หลังจากใช้แปรงหรือพู่กันแล้วต้องทำความสะอาด เพื่อยืดอายุการใช้งานของแปรง ส่วนสีที่ใช้ในการเพ้นท์เล็บ นอกจากจะมีน้ำยาทาเล็บสีต่าง ๆ แล้ว ก็มีสีอะคริลิกสำหรับเพ้นท์เล็บด้วย และขั้นตอนสุดท้ายก็คือการใช้น้ำยาเคลือบเล็บ โดยน้ำยา เคลือบจะเป็นตัวรักษาลวดลายที่ได้วาด ให้อยู่ติดกับเล็บได้ยาวนานขึ้น (silpakarphenthleab, 2558)



**ภาพที่ 6** ลายเพ้นท์เล็บ

(boredpanda, 2558)



**ภาพที่ 7** การติดอุปกรณ์ที่เล็บ

(memorynail, 2557)

2.1.6 การทาสีเจล คือการทำด้วยสีเจลซึ่งสีเจล เกิดจากการผสมระหว่างสีธรรมดาและเจล ต่อเล็บแบบอ่อน (Soak Off Gel) ซึ่งข้อดีของสีเจลคือ ทาง่าย ทนทาน แวววาว และแห้งเร็วเพราะ ต้องอบด้วยเครื่องอบเจลที่ใช้แสงLEDเท่านั้นในการอบ โดยการทำเจลแต่ละครั้งจะต้องเริ่มด้วยการลง น้ำยาเบสที่เล็บก่อน และเข้าเครื่องอบเจลประมาณ60วินาที และเลือกทาสีเจลที่ต้องการ2-3รอบ โดย ทุกรอบจะต้องเข้าเครื่องอบเจลทุกครั้ง และสุดท้ายคือการเคลือบเล็บด้วยน้ำยาเคลือบเล็บเจล และ นำเข้าเครื่องอบหลังจากออกจากเครื่องอบเล็บก็จะแห้งทันทีแต่ข้อเสียของการทาสีเจลคือมี กระบวนการทาที่ยุ่งยากและล้างออกยากกว่าสีธรรมดา (Tinayahc, 2559)



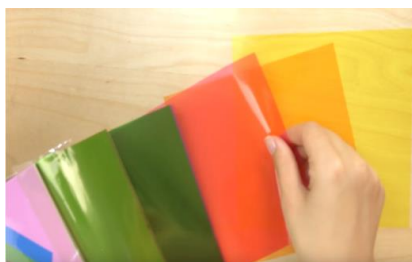
**ภาพที่ 8** เครื่องอบเจล (alphaluxx, 2562)

## 2.2 ลักษณะการทำเล็บลายญี่ปุ่นโดยเลือกศึกษา5ลาย

2.2.1 การตกแต่งเล็บด้วยกระดาษโอริกามิได้รับแนวคิดนี้มาจากการพับกระดาษ (Origami) หรือเขียนเป็นภาษาญี่ปุ่นว่า 折り紙 ซึ่งมีความหมายมาจากคำว่า โอริ ซึ่งแปลว่า “การพับ” และ กามิ ที่แปลว่า “กระดาษ” งานศิลปะที่เรียกว่าโอริกามิ เป็นศิลปะที่ใช้กระดาษพับขึ้นมาเป็นรูปร่างต่างๆ โดยเป็นศิลปะดั้งเดิมในประเทศญี่ปุ่นมานานมากแล้ว ประวัติเกี่ยวกับโอริกามิ เริ่มมาตั้งแต่สมัย

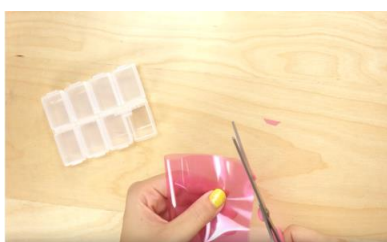
ศตวรรษที่ 17 และเป็นที่รู้จักของทั่วโลกในช่วงกลางศตวรรษของปี 1900 เป็นต้นมา (MOOKEEP, 2558) ซึ่งในปัจจุบันนี้ ก็มีการใช้กระดาษโอริกามิในการตกแต่งเล็บโดยมีวิธีการดังนี้

- ขั้นตอนแรกเลือกสีและรูปแบบกระดาษที่ต้องการ



**ภาพที่ 9** เลือกสีและรูปแบบกระดาษที่ต้องการ (Kumamiki, 2558)

- จากนั้นตัดกระดาษให้เป็นชิ้นเล็ก



**ภาพที่ 10** ตัดกระดาษโอริกามิให้เป็นชิ้นเล็ก (Kumamiki, 2558)

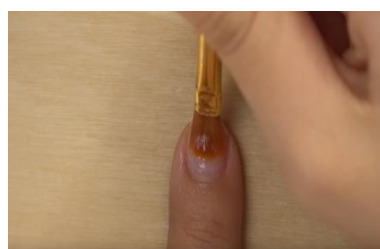


**ภาพที่ 11** ตัดกระดาษโอริกามิให้เป็นชิ้นเล็ก (2) (Kumamiki, 2558)

- แล้วทาสีพื้นที่ต้องการ

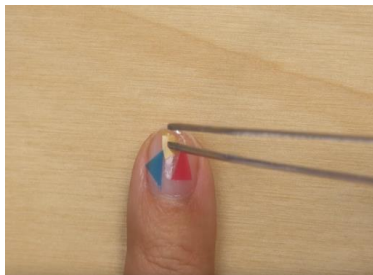


**ภาพที่ 12** ทาสีพื้น (Kumamiki, 2558)



**ภาพที่ 13** ทาสีพื้น (2) (Kumamiki, 2558)

- จากนั้นก็นำกระดาษที่ตัดไว้มาติดและทาเคลือบเล็บและรอให้แห้ง



**ภาพที่14** นำกระดาษที่ตัดไว้มาติดและทาเคลือบเล็บ (Kumamiki, 2558)

- เสร็จสมบูรณ์



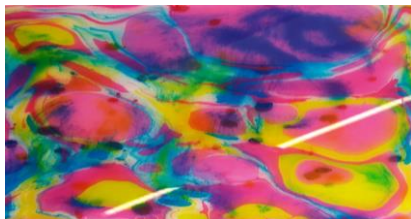
**ภาพที่15** การตกแต่งเล็บด้วยกระดาษโอริกามิ (Kumamiki, 2558)



**ภาพที่16** การตกแต่งเล็บด้วยกระดาษโอริกามิ (2) (Kumamiki, 2558)

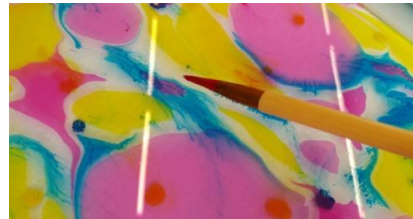
2.2.2 การหยดสีลงบนเล็บหรือศิลปะแบบซุมินากาชิ งานศิลปะชั้นสูงของญี่ปุ่น ซึ่งปรัชญาของศิลปะซุมินากาชิก็คือ สีทุกสีที่หยดลงไป เปรียบเสมือนประสบการณ์ที่เราได้ในชีวิต ทุกสีคือถูกหมดไม่มีคำว่าผิดพลาดเพราะเป็นสิ่งที่ทำให้เราได้เรียนรู้และพัฒนาการใช้ชีวิตของเราให้ดีขึ้นในอนาคตได้ทั้งนั้น ซึ่งการหยดสีแบบนี้ก็ได้ถูกดัดแปลงในศิลปะการทำเล็บด้วย (PANTIPSUDA, 2559)

- ศิลปะแบบซูมินากาชิ



**ภาพที่ 17** ศิลปะแบบซูมินากาชิ

(pantipsuda, 2559)



**ภาพที่ 18** ศิลปะแบบซูมินากาชิ (2)

(pantipsuda, 2559)

- ลายเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะแบบซูมินากาชิ



**ภาพที่ 19** ลายเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะ

แบบซูมินากาชิ (pinterest, 2562)



**ภาพที่ 20** ลายเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะ

แบบซูมินากาชิ (2) (pinterest, 2562)

2.2.3 การตกแต่งเล็บด้วยสติกเกอร์ลายญี่ปุ่น สวยใหญ่จะเป็นลายการ์ตูนต่างๆที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ ซึ่งการนำสติกเกอร์มาติดนั้นเป็นการพัฒนามาจากการเพ้นท์เล็บ ซึ่งการที่การนำสติกเกอร์มาติดก็จะทำให้ง่ายกว่าและใช้เวลาน้อยกว่า



**ภาพที่ 21** การตกแต่งเล็บด้วย  
สติ๊กเกอร์ลายชินจัง  
(morningkiss, 2560)



**ภาพที่ 22** การตกแต่งเล็บด้วย  
สติ๊กเกอร์สีลาคุมะ  
(morningkiss, 2560)



**ภาพที่ 23** การตกแต่งเล็บด้วย  
สติ๊กเกอร์ลายเพโกะจัง  
(morningkiss, 2560)

2.2.4 การเพ้นท์ลายนั้นเป็นการตกแต่งเล็บที่มีมานาน โดยที่นำเอาฟูกันจุ่มลงไปสีซึ่งมักจะเป็นสีอะคริลิก แล้ววาดลงบนเล็บตามที่ต้องการ แต่เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศชาตินิยม ดังนั้นจึงมีลายเพ้นท์ที่แสดงออกมาถึงความเป็นญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจนปรากฏขึ้น เช่น ลายดอกและลายภูเขาไฟฟูจิ เป็นต้น แต่การที่จะเพ้นท์ได้นั้นช่างทำเล็บต้องมีความเชี่ยวชาญอย่างมากเพราะเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อนและใช้เวลา (lain'tmad, 2559)



**ภาพที่ 24** การเพ้นท์ลายซากุระ  
(SistaCafePage, 2559)



**ภาพที่ 25** การเพ้นท์ลายฟูจิ  
(SistaCafePage, 2559)

2.2.5 การปั้นนูนเล็บ คือการที่ทำให้ลายเล็บนั้นมีมิติออกมา ซึ่งมีวิธี คือ จุ่มฟูกันลงในน้ำยาโมโนเมอร์ให้ชุ่ม แล้วจุ่มฟูกันอีกครั้งลงในผงอะคริลิก ต่อมาก็วางก้อนอะคริลิกลงบนเล็บอย่างช้าๆ ในตำแหน่งที่ต้องการแล้วรอให้แข็งตัว ซึ่งการตกแต่งเล็บแบบนี้เป็นที่นิยมกันอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งลายที่เป็นที่นิยมก็คือลายการ์ตูนต่างๆของญี่ปุ่น (BSAnail, 2560)





**ภาพที่ 26** การปั้นนูนลายคิดตัด  
(pinterest, 2562)



**ภาพที่ 27** การปั้นนูนลายชินนามอนโร  
(pinterest, 2562)

### 2.3. ร้านทำเล็บแบบญี่ปุ่นในประเทศไทย

2.3.1 ร้าน “A B R A C A D A B R A” (อะบราคาดาบรา) เป็น ร้านทำเล็บใจกลางเมืองเอก มัยซอย 21 ซึ่งเจ้าของร้านเป็นคนญี่ปุ่นที่มาเปิดร้านทำเล็บในประเทศไทย และเป็นช่างทำเล็บเองด้วย ซึ่งการทำเล็บของที่ร้านนี้มีคอนเซ็ปต์ที่ว่า “เปลี่ยนเล็บของคุณให้งดงามตั้งงานศิลปะ” ลวดลายที่โดดเด่นคือลายหินอ่อน และการฝังหินลงบนเล็บซึ่งเป็นรูปแบบญี่ปุ่น (SPARKLE, 2559) ตั้งอยู่ที่ 77 บ้าน เอกมัย เอกมัยซอย 21 สุขุมวิท 63 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 Instagram ของร้าน คือ abracadabra\_bangkok



**ภาพที่ 28** ร้านอะบราคาดาบรา (SPARKLE, 2559)

2.3.2 ร้าน Nail it เป็นแบรนด์ที่มาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีหลายสาขาในประเทศไทย โดยร้านนี้จะแต่งเป็นโทนสีชมพู ซึ่งร้านนี้จะโดดเด่นในเรื่องของราคาที่ไม่สูงมาก ลวดลายที่สดใสซึ่งเป็น ลวดลายที่กำลังเป็นที่นิยมในประเทศญี่ปุ่นและสถานที่ก็สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย เพราะทุกสาขาจะอยู่ใกล้ BTS (Ponypinn, 2560) มีที่สาขา BTS อารีย์ ทางออก 3 (ด้านใน BTS)

สาขา BTS ช่องนนทรี ทางออก 3 (ด้านใน BTS) และสาขา BTS หมอชิต ทางออก 3 (ด้านนอก BTS)



ภาพที่ 29 ร้าน Nail it (Ponypinn, 2560)

2.3.3 ร้านทำเล็บ HELLO TOKYO เป็นร้านที่ทำเล็บและต่อขนตา HELLO TOKYO ตั้งอยู่ที่ สยามสแควร์ ซอย 6 ใกล้ร้าน sos ชั้นบันไดมาชั้น 3 เป็นร้านสีชมพู น่ารัก บรรยากาศส่วนตัว เป็นกันเองมีที่รับรองให้ลูกค้าและ เพื่อนๆ สามารถมานั่งเล่น ดู TV นั่งรอได้ค่ะเป็นร้านทำเล็บแนวสดใส และเข้าใจวัยรุ่น มีแคตตาล็อกหลายเล่ม บอกราคาชัดเจน มีสีเจลมากกว่า 500+ สี ราคาไม่สูง โดยทุกท่านจะได้รับการบริการจาก nail artist ที่มีความชำนาญในด้านการทำเล็บเป็นอย่างดี (Gowabi, 2562)



ภาพที่ 30 ร้านทำเล็บ HELLO TOKYO (Hello Tokyo, 2560)



ภาพที่ 31 ร้านทำเล็บ HELLO TOKYO (2) (Hello Tokyo, 2560)



## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความงาม

### 2.4.1 ความหมายของความงาม

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ให้นิยามของคำว่า งาม ซึ่งเป็นคำวิเศษณ์ หมายถึงลักษณะที่เห็นแล้วชวนให้ชื่นชมหรือพึงใจ เช่น มารยาทงาม รูปร่างงาม หรือมีลักษณะสมบูรณ์ดี เช่น ต้นไม้งาม ปีนีฝนงาม และยังหมายถึงดีและมาก มีลักษณะที่เป็นไปตามต้องการ เช่น กำไรงาม ธนาคารนี้จ่ายดอกเบี้ยงาม คำว่า งาม เมื่อประกอบกับคำอื่นมีทั้งที่ยังคงความหมายเดิมอย่าง งามนอน หมายถึง สวยงาม หรือ งามนำดู ที่มักใช้ในคำกลอน และเปลี่ยนความหมายไปในทางตรงข้ามอย่าง งามหน้า ที่หมายถึงหน้าขายหน้า ซึ่งใช้เป็นคำประชด เช่น เขาทำงานหน้ากันละคราวนี้

ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์ (2557) กล่าวว่าไว้ว่าวิธีสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสิ่งต่างๆ ด้วยองค์ประกอบศิลป์ พร้อมตัวอย่างงานที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีความงาม เหมาะสำหรับผู้ที่กำลังเรียนเกี่ยวกับศิลปะและการออกแบบ เจ้าของกิจการ และผู้สนใจทั่วไป

เดนนิส ดัตตัน (2554) กล่าวว่าไว้ว่าลายเส้นภาพประกอบ ความงามทางศิลปะ, ดนตรี และสุนทรียภาพต่างๆ อาจไม่ใช่ผลของ"ความเป็นศิลปิน" แต่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เป็นส่วนหนึ่งของวิวัฒนาการมนุษย์

ริชาร์ด ซีมัวร์ (2554) กล่าวว่าไว้ว่าเรื่องราวแห่งงานของศิลปะ หน้าตา และสิ่งที่ถูกออกแบบขึ้น เราจะบอกได้อย่างไรว่าสิ่งใดสวยงาม และเหตุใดความงามจึงสำคัญกับคนเรานัก

เพลโต อริสโตเติล (2554) กล่าวถึงแต่เรื่องความงามความสะอาดใจ ซึ่งเป็นความรู้สึกทางการรับรู้ (Sense Perception) ของมนุษย์

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิริรินทร์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤต วันตะเมธ (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมิทธิไกร (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ปณิศา มีจินดา (2553) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมียุ่ 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายในและภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

## 2.6 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญญาวัฒน์ (2556) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้หญิงไทยต่อการเลือกใช้บริการร้านทำเล็บ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้หญิงไทยต่อการเลือกใช้บริการร้านทำเล็บ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้หญิงไทยต่อการเลือกใช้บริการร้านทำเล็บ ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

คือ แบบสอบถาม โดยสอบถามผู้หญิงไทยเขตปทุมวัน ในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน วิเคราะห์ ข้อมูลโดยโปรแกรมมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test (Independent sample t-test) และ F-test (One way ANOVA) ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้หญิงไทยที่ใช้บริการร้านทำเล็บในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.20 ส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 65 โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.20 และมีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.30 ส่วนใหญ่ใช้บริการเพื่อตกแต่งเล็บมือและเล็บเท้าให้ เข้ารูป สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 15.50 ในการเลือกร้านทำเล็บในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จะ คำนึงถึงชื่อเสียงของ ร้านเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 23.80 เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านทำเล็บ ครั้งแรกส่วนใหญ่เป็นเพราะมีผู้แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 41.80 และร้อยละ 41.80 คือความถี่ในการใช้ บริการร้านทำเล็บประมาณเดือนละ 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่างที่ 250-500 บาท คิด เป็นร้อยละ 34.80 โดยจะใช้บริการส่วนใหญ่ในช่วงวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) เย็น 18.00-21.00 น. ร้อยละ 37.50 และข้อมูลที่ได้รับจากร้านทำเล็บมากที่สุดมาจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 47.80 และส่วน ใหญ่ขอการบริการจัดตกแต่งเล็บให้เข้ารูปเพียงอย่างเดียว และทาน้ำยาเคลือบเล็บ ร้อยละ 22.30

นันทรัตน์ (2557) วิจัยเรื่องแนวทางการสร้างความพึงพอใจต่อการบริการของธุรกิจบริการทำ เล็บอย่างครบวงจร ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างความพึงพอใจต่อการ บริการของ ธุรกิจบริการทำเล็บอย่างครบวงจร ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยผลที่ได้จากการเก็บ รวบรวม ข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ใช้บริการ 2) ข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเข้ารับบริการ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับ ความ คาดหวังของผู้ใช้บริการ และ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและข้อมูลของ รูปแบบ การตกแต่งร้านเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือผู้ใช้บริการทำเล็บ ครบวงจรในย่านสุขุมวิทกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานนำเสนอในรูปแบบ ตารางร้อยละประกอบการอธิบายและ วิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าผู้มาใช้บริการทำเล็บส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 16-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน จาก ข้อมูลทั่วไปโดยมากมักใช้บริการเดือนละ 2 ครั้ง บริการที่ใช้เป็น ประจำคือ ทาสีเจล และสนใจจะใช้ บริการสปามือ/ สปาเท้าเพื่อบำรุงรักษาเล็บและส่วนมากเคยแนะนำ ให้เพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักไปใช้ บริการโดยส่วนใหญ่จะเข้าไปใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)และ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ 15.00 – 17.59 น. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทำเล็บต่อครั้งอยู่ที่

1,500 – 2,000 บาทและส่วนใหญ่มักชอบไปใช้ บริการทำเล็บเพียงลำพังคนเดียว เป็นความต้องการของ ตนเองไม่ได้มีผู้อื่นที่มีอิทธิพลหรือสร้าง แรงจูงใจให้ไปใช้บริการแต่อย่างใด และจากการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเช่น อาชีพ แตกต่างกันช่วงเวลาที่มักไปใช้บริการก็แตกต่างกันหรือ รายได้ต่างกันความถี่ที่เข้ารับบริการก็แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดก็มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการร้านทำเล็บครบวงจร แตกต่างกัน เช่น คุณภาพในการให้บริการ (ผลิตภัณฑ์ ความเอาใจใส่ของช่าง และมีมือของช่าง) มีผล ต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

นฤมล (2558) วิจัยเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานครใน การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มี ผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานคร ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน การศึกษาคือ ผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 15-50 ปี เป็นผู้ใช้และเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ยาทาเล็บในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมา จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการทำ การเก็บรวบรวม ข้อมูลปฐมภูมิของการศึกษาสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 15,001– 30,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บของ Skin Food เป็นผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บสีเงาที่ไม่ผสมกากเพชร เลือกใช้ยาทาเล็บเพราะช่วยสร้างสีสันดู สวยงาม/เสริมบุคลิกภาพ ความมั่นใจ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บต่อชิ้น 51-100 บาท มี ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ 2-3 ขวดต่อครั้ง จะซื้อเป็นบาง เดือน ซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บจากห้างสรรพสินค้า ซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บเมื่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ใกล้จะ หมดหรือหมด ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ตนเอง รับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บจากอินเทอร์เน็ต ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานคร ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุด คือ เรื่องมีสี หลากหลายให้เลือก ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุด คือ เรื่องราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทา เล็บมากที่สุด คือ เรื่องมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อในสถานที่จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผล ต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บมากที่สุด คือ เรื่องการรับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม จากการ เป็นสมาชิก

ประกายแก้ว (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านทำเล็บในเขตห้วยขวางและ เขตพระโขนงของกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุน การจัดการด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านการต้อนรับ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ ปัจจัยด้านคุณภาพของอุปกรณ์และปัจจัยด้านการตอบสนองใน การให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านทำเล็บในเขตห้วยขวางและเขตพระโขนงของ กรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนสิงหาคม 2560 จำนวน 265 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอย เชิงพหุคูณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปีหรือน้อยกว่า มี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท อาชีพพนักงาน เอกชนหรือลูกจ้าง ใช้บริการทำเล็บเดือนละ 1 ครั้ง ใช้บริการแต่งทรงเล็บพร้อมทาสีสาเหตุที่มาใช้ บริการเพื่อให้เล็บมีสีสวยงามและค่าใช้จ่ายในการรับบริการ 500 บาท หรือน้อยกว่า และพบว่า มี เพียงปัจจัยด้านการตอบสนองในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.340 ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.250 และปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุน การจัดการด้านคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.177 ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าร้านทำเล็บ ร้อยละ 40.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านทำเล็บควรวางแผนและพัฒนา กลยุทธ์ที่จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการร้านทำเล็บ โดย พิจารณาจากปัจจัยด้านการตอบสนองในการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุน การจัดการด้านคุณภาพ

ธิรภา (2559) การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่จำแนกโดยพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มเพศหญิง ในร้านทำเล็บ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มุ่งตอบวัตถุประสงค์ ในการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการในร้านทำเล็บ (2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการ (3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันในร้านทำเล็บ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและนำไปใช้เก็บกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่เข้าใช้บริการในร้านทำเล็บ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Sampling โดยขอความร่วมมือจากผู้ที่อยู่ในสถานการณ์ หรือที่ใช้บริการในร้านทำเล็บ ผู้ที่ออกมาจากร้านดังกล่าวและขอทำการสอบถามข้อมูล โดยระบุผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การใช้บริการมาก่อน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ การ

หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ One-Way ANOVA และทดสอบเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD จากผลการศึกษา พบว่า 1. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 32 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการเข้าใช้บริการในร้านทำเล็บ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญในการเข้าใช้บริการ เนื่องจากร้านที่เข้าใช้บริการมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการ เนื่องจากร้านที่เข้าใช้บริการมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการ ประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่นิยมใช้บริการเป็นประจำ คือ การต่อเล็บ (อะคริลิค/พลาสติก) ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการที่นิยมที่สุด คือ ช่วงเที่ยง (12.01 – 14.00 น.) มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการอยู่ในระหว่าง 701 – 1,000 บาทต่อครั้ง ระยะเวลาที่เข้าใช้บริการ 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และวันที่นิยมใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ 2. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมกลุ่มให้ตัวอย่างให้ระดับความสำคัญในระดับมาก 3. การวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่จำแนกโดยพฤติกรรมการใช้บริการในร้านทำเล็บ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อเดือนต่างกัน ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในร้านทำเล็บต่างกัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านช่องทางจัดจำหน่าย ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 2 – 3 ครั้งต่อเดือน และกลุ่มผู้บริโภคที่มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน เป็นกลุ่มตัวอย่างหลักในงานวิจัยที่ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการดังกล่าว อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมด้านยอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการต่อครั้งต่างกัน ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในร้านทำเล็บต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการระหว่าง 401 – 700 บาทต่อครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ ระหว่าง 700 – 1,000 บาทต่อครั้ง เป็นกลุ่มตัวอย่างหลักในงานวิจัยที่ให้ระดับความสำคัญต่อการตลาด

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาเกี่ยวกับความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ มีการรวบรวมข้อมูลเชิงปฐมภูมิ ด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้ทั่วไป ควบคู่กับการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือข้อมูลเชิงทุติยภูมิ จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประเด็นต่อเนื่องอื่นๆ ที่น่าสนใจ หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์แล้วสรุปผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. วิธีการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยเรื่องความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น ทั้งเชิงปริมาณคือข้อมูลปฐมภูมิ และเชิงคุณภาพคือข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

##### 3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ให้กับผู้ที่นิยมการทำลายเล็บแบบญี่ปุ่น จำนวน 150 ชุด

##### 3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของการทำเล็บลายญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ เอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ ตลอดจนผลงานวิจัย และเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ การใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น และความนิยมในลายเล็บญี่ปุ่น (สามารถดู

รายละเอียดของแบบสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวก) โดยในแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามปลายปิดแบบมีตัวเลือก ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานของผู้ใช้ทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สัญชาติ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำเล็บแบบญี่ปุ่นและความนิยมในลายเล็บญี่ปุ่น

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น โดยมีระดับความสำคัญดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง สำคัญมาก

ระดับ 3 หมายถึง สำคัญปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง สำคัญน้อย

ระดับ 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนน จะใช้การตัดสินแบบอิงเกณฑ์ในการวัดครั้งนี้ออกเป็น 5 ระดับ

4.21 - 5.00 แปลความว่า สำคัญมากที่สุด

3.41 - 4.20 แปลความว่า สำคัญมาก

2.61 - 3.40 แปลความว่า สำคัญปานกลาง

1.81 - 2.60 แปลความว่า สำคัญน้อย

1.00 - 1.80 แปลความว่า สำคัญน้อยที่สุด

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความนิยมในการทำเล็บแบบญี่ปุ่นและความนิยมในลายเล็บญี่ปุ่น จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้ทั่วไป และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและเอกสารต่างๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล การทำเล็บและความนิยมลาย

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น ด้วยตนเอง จากการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561 โดยใช้ Google Form เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน โดยนำแบบฟอร์มไปโพสต์ไว้ในสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาตอบแบบสอบถาม โดยแยกเป็นข้อมูลทั่วไป ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น และนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น

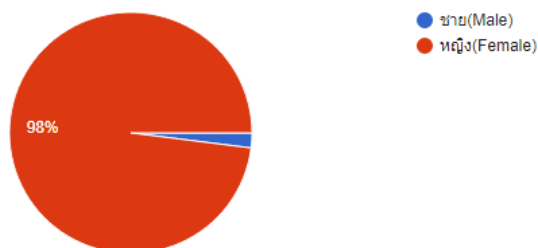
### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

#### 4.1.1 เพศของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า คนทำเล็บจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 98 เพศชายมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 รายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** เพศของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	147	98
ชาย	3	2
รวม	150	100



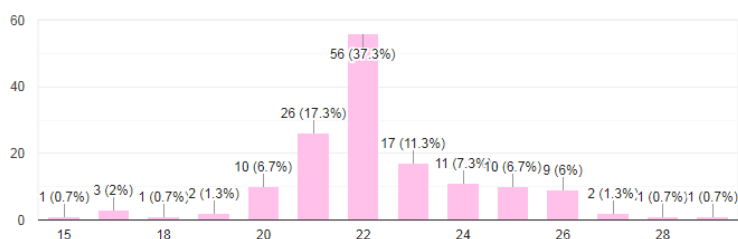
**แผนภูมิที่ 1** เพศของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

#### 4.1.2 อายุของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 24 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 79.9 รองลงมาคืออายุ 25– 30 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 อายุ 15 – 19 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 รายละเอียดดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** อายุของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-19 ปี	7	4.7
20-24ปี	120	79.9
25-30 ปี	23	15.4
มากกว่า30	0	0
รวม	150	100



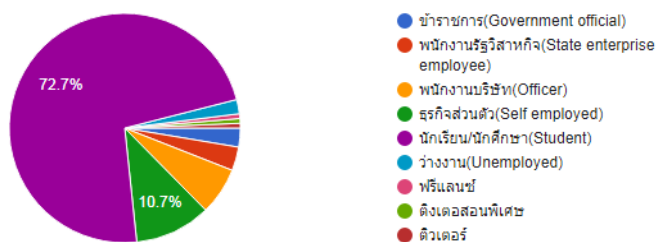
**แผนภูมิที่ 2** อายุของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

#### 4.1.3 อาชีพของของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า คนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 พนักงานบริษัทจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 รัฐวิสาหกิจจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ว่างาน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ข้าราชการ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 รายละเอียดดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** อาชีพของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	109	72.7
ธุรกิจส่วนตัว	16	10.7
พนักงานบริษัท	10	6.7
รัฐวิสาหกิจ	5	3.3
ว่างงาน	3	2
ข้าราชการ	4	2.7
อื่น ๆ	3	2
รวม	150	100



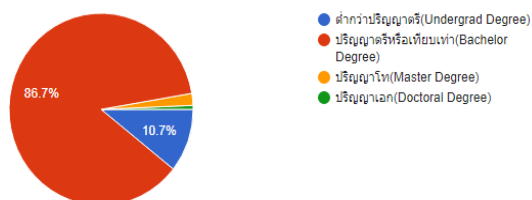
**แผนภูมิที่ 3** อาชีพของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

#### 4.1.4 ระดับการศึกษาของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า ไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 87.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ปริญญาโทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และปริญญาเอกจำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 0.7 รายละเอียดดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ระดับการศึกษาของไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	10.7
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	130	86.7
ปริญญาโท	3	2
ปริญญาเอก	1	0.7
รวม	150	100



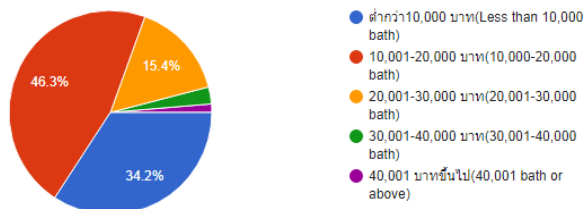
**แผนภูมิที่ 4** ระดับการศึกษาของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

#### 4.1.5 รายได้ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า คนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รายได้ 20,001-30,000 จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 รายได้ 30,001-40,000 จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 2.7 และรายได้ 40,000 ขึ้นไป จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 1.3 รายละเอียดดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** รายได้ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	51	34.2
10,001-20,000 บาท	69	46.3
20,001-30,000 บาท	23	15.4
30,001-40,000 บาท	4	2.7
40,000 ขึ้นไป	3	1.3
รวม	150	100



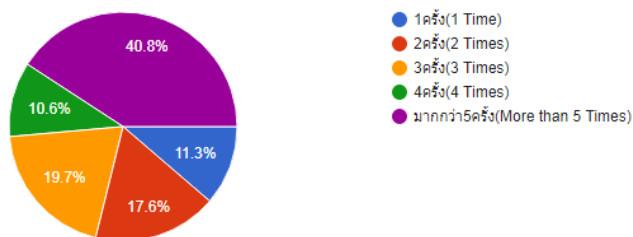
#### แผนภูมิที่ 5 รายได้ของคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

#### 4.2 ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า คนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่จะเคยทำจำนวน 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ เคยทำจำนวน 3 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 เคยทำจำนวน 2 ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 เคยทำจำนวน 1 ครั้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 เคยทำจำนวน 4 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 รายละเอียดดังตารางที่ 6

#### ตารางที่ 6 ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
1 ครั้ง	18	11.3
2 ครั้ง	26	17.6
3 ครั้ง	30	19.7
4 ครั้ง	16	10.6
5 ครั้งขึ้นไป	60	40.8
รวม	150	100



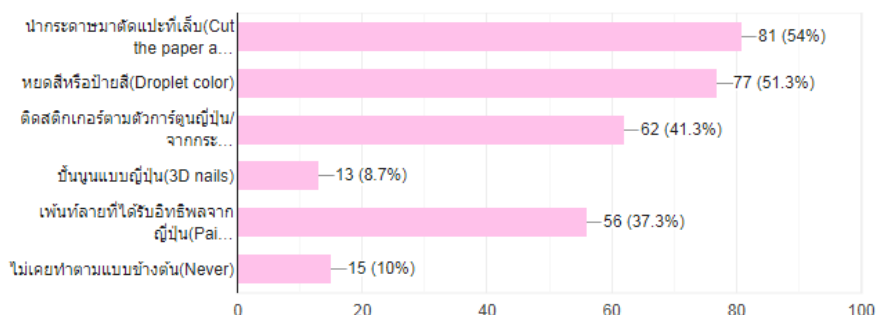
#### แผนภูมิที่ 6 ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

#### 4.3 ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาพบว่าคนไทยที่นิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่จะเลือกทำเล็บแบบนำกระดาษโอริกามิมาแปะ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา คือ หยอดสีหรือป้ายสี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.64 ติดสติ๊กเกอร์ตามตัวการ์ตูนญี่ปุ่นจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.45 เพนต์ลายที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 19.38 ปั้นนูนแบบญี่ปุ่น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 รายละเอียดดังตารางที่ 7

#### ตารางที่ 7 ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
นำกระดาษโอริกามิมาแปะที่เล็บ	81	28.3
หยอดสีหรือป้ายสี	77	26.64
ติดสติ๊กเกอร์ตามตัวการ์ตูนญี่ปุ่น	62	21.45
ปั้นนูนแบบญี่ปุ่น	13	4.5
เพนต์ลายที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น	56	19.38
รวม	289	100



### แผนภูมิที่ 7 ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น

#### 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น

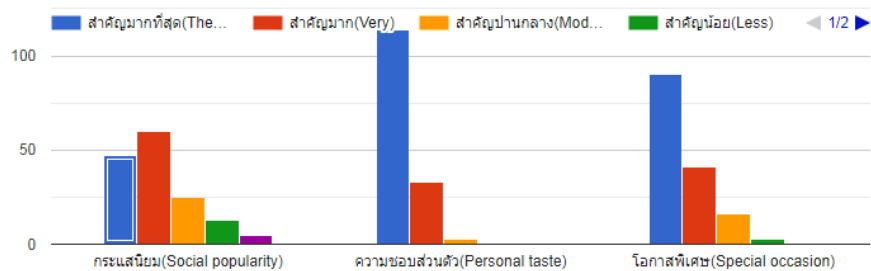
##### 4.4.1 ปัจจัยในการทำเล็บลายญี่ปุ่น

จากการศึกษาพบว่า คนไทยมีแรงจูงใจในการทำเล็บลายญี่ปุ่น อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.35 แบ่งออกเป็น ความชอบส่วนตัว เช่น ความชอบในตัวการ์ตูน หรือสื่อต่างๆ ของญี่ปุ่น มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 โอกาสพิเศษ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 กระแสนิยม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 8

#### ตารางที่ 8 ปัจจัยในการทำเล็บลายญี่ปุ่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับแรงจูงใจ		
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
กระแสนิยม	47	60	25	13	5	150	3.87	1.05	มาก
ความชอบส่วนตัว	114	33	3	0	0	150	4.74	0.48	มากที่สุด
โอกาสพิเศษ	90	41	16	3	0	150	4.45	0.76	มากที่สุด
รวม	251	134	44	16	5	450	4.35	0.76	มากที่สุด





**แผนภูมิที่ 8** ปัจจัยในการทำเล็บลาญญี่ปุ่น

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น และศึกษาความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์กับคนไทยที่นิยมทำเล็บที่นิยมทำเล็บ จำนวน 150 คน ซึ่งผลจากการศึกษา ผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน แบ่งออกเป็นเพศหญิงร้อยละ 98 และเพศชายร้อยละ 2 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ซึ่งมีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 72.7 มีระดับการศึกษามากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 86.7 และส่วนใหญ่มียาได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.3 ของกลุ่มตัวอย่าง

##### 5.1.2 ความนิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น

จากผลการศึกษาพบว่า คนไทยที่นิยมการทำเล็บนั้น นิยมการทำเล็บแบบญี่ปุ่น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จัก และเคยทำเล็บลายญี่ปุ่นมากกว่า 5 ครั้ง

##### 5.1.3 ความนิยมลายเล็บของญี่ปุ่น

จากการศึกษาลายเล็บญี่ปุ่นที่ผู้วิจัยได้เลือกมา 5 ลายพบว่า ลายเล็บที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยทำมากที่สุด คือการตัดและนำกระดาษโอริกามาแปะที่เล็บ รองลงมา คือหยดสีหรือป้ายสี ติดสติ๊กเกอร์ตามตัวการ์ตูนญี่ปุ่น เพนต์ลายที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น และสุดท้าย คือการปั้นนูนแบบญี่ปุ่น ตามลำดับ

#### 5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บแบบญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บลายญี่ปุ่น เรียงลำดับจากปัจจัยที่มีผลมากไปหาปัจจัยที่มีผลน้อย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านความชอบส่วนตัว ค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมา คือปัจจัยด้านโอกาสพิเศษ ค่าเฉลี่ย 4.45 และปัจจัยด้านกระแสนิยม ค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งจะอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำเล็บลายญี่ปุ่นของคนไทยจะมาจากความชอบส่วนตัวเป็นหลัก เช่น ความชอบในตัวการ์ตูน สื่อต่างๆ หรือนักกร้องนักแสดงของญี่ปุ่น ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระแสต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นเข้ามาในประเทศไทยนานแล้ว ดังนั้นผู้คนก็เริ่มซึมซับนำวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเข้ามาผ่านสิ่งต่างๆ ซึ่งการทำเล็บบก็เป็นหนึ่งในนั้น

รองลงมาคือปัจจัยด้านโอกาสพิเศษ คนทำเล็บบส่วนใหญ่เมื่อมีโอกาสสำคัญต่างๆ ก็จะทำให้ความสำคัญกับการทำเล็บบไม่ต่างกับการแต่งหน้า หรือทำผม เพราะการทำเล็บบในโอกาสพิเศษนั้นจะช่วยให้เพิ่มความมั่นใจให้กับผู้หญิงเพื่อให้มีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น

สุดท้ายคือปัจจัยด้านกระแสนิยม การทำเล็บบนั้นก็เหมือนกับการเสริมความงามประเภทอื่นๆ ที่มีกระแสนิยมต่างๆ เข้ามา การทำเล็บบนั้นมักจะได้รับกระแสนิยมที่มาจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ฉะนั้นคนที่ทำเล็บบก็จะมีค่านิยมการทำเล็บบที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ ตามกระแสนิยมที่เข้ามาในเวลานั้นๆ

### **ข้อเสนอแนะ**

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานิยมการทำเล็บบแบบญี่ปุ่น และศึกษาความนิยมลายเล็บบของญี่ปุ่น ซึ่งได้เลือกลายเล็บบแบบญี่ปุ่นมา 5 ลาย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าวิจัยเรื่องนี้สามารถที่จะค้นคว้าให้ลึกและกว้างกว่านี้ได้ กล่าวคือ ศึกษาลายเล็บบอื่นๆ ที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น หรือศึกษาความเป็นมาของลายเล็บบที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่นอย่างเฉพาะเจาะจง เป็นต้น

### **ข้อจำกัดทางการศึกษา**

ลายเล็บบที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่นจริงๆ เลยนั้นหายาก จึงต้องศึกษาวัฒนธรรม หรือศิลปะของญี่ปุ่นเพิ่มเติมด้วย

## บรรณานุกรม

### หนังสือและสารนิพนธ์

- จิรภา เสาสุทธิ. (2559). **“การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่จำแนกโดยพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มเพศหญิง ในร้านทำเล็บ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร.”** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- นฤมล กิมภากรณ์. (2558). **“ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคสตรีในกรุงเทพมหานครในการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ยาทาเล็บ.”** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- นันทรัตน์ อารยะกุล. (2557). **“แนวทางการสร้างความพึงพอใจต่อการบริการของธุรกิจบริการทำเล็บอย่างครบวงจร ย่านสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร.”** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประกายแก้ว บุญเพ็ง. (2559). **“ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านทำเล็บในเขตห้วยขวางและ เขตพระโขนงของกรุงเทพมหานคร.”** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ปัญญาวัฒน์ ปินตาทอง. (2556). **“ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้หญิงไทยต่อการเลือกใช้บริการร้านทำเล็บในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร.”** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

### เว็บไซต์

- กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ ,และพรทิพย์ สัมปิตตะวานิช. (2553). **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค.** เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก  
<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

ชูชัย สมิทธิไกร. (2554). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

เดนนิส ดัตตัน. (2554). *ทฤษฎีความงามแบบดาร์วิน*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก

[https://www.ted.com/talks/denis\\_dutton\\_a\\_darwinian\\_theory\\_of\\_beauty?lang](https://www.ted.com/talks/denis_dutton_a_darwinian_theory_of_beauty?lang)

ชนกฤต วันตะเมธ. (2554). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. (2557). *ทฤษฎีความงาม*. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.seed.com/product/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0>

ปณิศา มีจินดา. (2553). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม

2562 เข้าถึงได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

เพลโต อริสโตเติล. (2554). *ความงาม*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้จาก

<https://philosophychicchic.com/plato-ad-aristotle/>

สุวัฒน์ ศิริรินทร์. (2552). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม

2562 เข้าถึงได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม

2562 เข้าถึงได้จาก

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>

ริชาร์ด ซีมัวร์. (2554). *นี่แหละที่เรียกว่าการรู้สึกถึงความงาม*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึง

ได้จาก <https://www.english-video.net/v/th/1243>

Alphaluxx. (2562). *LED UV NAIL LAMPS*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562.

เข้าถึงได้จาก <http://alphaluxx.com>

Aommmmy. (2558). *67ไอเดียเพ้นท์เล็บน่ารักๆ ลายการ์ตูนญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เกาหลี*. เข้าถึงเมื่อ 20

พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://sistacafe.com/summaries/8801>

Boredpanda. (2558). *ไปดูไอเดียการเพ้นท์เล็บสุดเจ๋ง*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.clipmass.com/story/96905>

BSAnail. (2560). *การปั้นนูนสามมิติ อคิลิค*. เข้าถึงเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://bsanail.com>

DearZuffi. (2561). *ไอเดียแต่งเล็บ ปั้นนูน แบบ ลายการ์ตูน แบบญี่ปุ่น*. เข้าถึงเมื่อ 20

พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://sistacafe.com/summaries/46810>

frammydeco. (2562). *เล็บเต็มเกาหลีใส*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<http://www.frammydeco.com/falsenail/fulltips-kc>

Gowabi. (2562). *Hello Tokyo Siam 6*. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.gowabi.com/en/provider/hello-tokyo-siam-6>

Hello Tokyo. (2560). *Hello Tokyo Siam 6*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.gowabi.com/th/provider/hello-tokyo-siam-6>

Henna & Indigo. (2554). *เฮนน่า ใบพืชโบราณเพื่อย้อมผมหอมกรวมถึงแก้ไข้ปัญหาของเส้นผมและ*

*หนังศีรษะ*. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://hennaday.blogspot.com>

[/2011/03/blog-post\\_30.html](/2011/03/blog-post_30.html)

Kumamiki. (2558). *Origami nail art tutorial*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562.

เข้าถึงได้จาก <https://youtu.be/h0ebXkqYYp4>

lain'tmad. (2559). *22แบบเพ้นท์เล็บลาย hello kitty สุดน่ารัก*. เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://spiceee.net/th/articles/299>

lnori. (2559). *เปลี่ยนคุณหนูให้โดดเด่นด้วยการแต่งเล็บสวยด้วยลายญี่ปุ่น*. เข้าถึงเมื่อ 19

พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://spiceee.net/th/articles/509>

- memory nail. (2557). *สาธิต วิธีต่อเล็บอะคริลิก สีธรรมชาติ โดย JIB : Acrylic Nails Tutorial*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.youtube.com/watch?v=6hx0VXNdsKY>
- MOOKEEP. (2558). *67 ศิลปะการพับกระดาษ (ORIGAMI) ศิลปะงานพับกระดาษเป็นรูปแบบต่างๆ (ORIGAMI)*. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.mookeep.com/origami-information-and-origami-paper-pattern-download/>
- morningkiss. (2560). *Morning Kiss จำหน่ายยาทาเล็บ สีดำ ขายส่ง สีทาเล็บ เครื่องอบเล็บ สีเจล*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก
- nailvillaandspa. (2558). *รู้ลึกรู้จริง เรื่องการต่อเล็บ*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก  
[http://www.nailvillaandspa.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%87- /](http://www.nailvillaandspa.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%87-/)
- Otaymah Bonds. (2557). *A Short History of Nail Polish as We Know it ประวัติโดยย่อของศิลปะการทำเล็บ*. เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก  
<http://issue247.com/beauty/beauty-feature/short-history-of-nail-polish>
- PANTIPSUDA. (2559). *ชุมชนากาชิ SUMINAGASHI งานศิลปะแห่งปรัชญาการใช้ชีวิตของญี่ปุ่น มาลองทำด้วยกัน*. เข้าถึงเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก  
<https://pantipsuda.wordpress.com/2016/12/10>
- pinterest. (2562). *Nails*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.pinterest.com/infinitebelief/nails/>
- Ponypinn. (2560). *รีวิว ร้านทำเล็บเจล 'Nail It Tokyo' สาขาเปิดใหม่โตเกียว ตรงมาจากญี่ปุ่น ราคาไม่แพง คุณภาพเลิศ*. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.fongdue.com/@ponypinn/0DE001>
- p.paye. (2558). *แต่งเล็บสไตล์โอริกามิ (Origami nails) ฉบับสาวญี่ปุ่น น่ารัก กุ๊กกิ๊ก มีสไตล์*. เข้าถึงเมื่อ 30 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก  
<http://women.trueid.net/detail/z0yJxaYxkaq>



- Pronails. (2562). *Manicure in 10 steps*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.pronails.com/en/node/765>
- silpakarphenthleb. (2558). *ศิลปะการเพ้นท์เล็บ*. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/silpakarphenthleb/>
- SPARKLE. (2559). *NAILS ART ศิลปะการทาสีที่เล็บสไตล์ญี่ปุ่น จาก NAIL-COMMON*. เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.jeab.com/style-beauty/nail/watercolor-nails-idea>
- SPARKLE. (2559). *ชวนดูลายเล็บเก๋ๆ จาก “ABRACADABRA” มนต์เสน่ห์จากโตเกียวสู่ประเทศไทย*. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.jeab.com/style-beauty/nail/a-b-r-a-c-a-d-a-b-r-a>
- SPARKLE. (2559). *ชวนดูลายเล็บเก๋ๆ จาก “ABRACADABRA” มนต์เสน่ห์จากโตเกียวสู่ประเทศไทย*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.jeab.com/style-beauty/nail/a-b-r-a-c-a-d-a-b-r-a>
- SistaCafePage. (2559). *ทำเล็บ*. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://sistacafe.com/summaries%20https://spiceee.net/th/articles/509>
- Sumbai. (2562). *รู้ลึกรู้จริง เรื่องการต่อเล็บ*. เข้าถึงเมื่อ 13 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.nailvillaandspa.com>
- Tinayahc. (2559). *เล็บเจลคืออะไร แล้วลบออกเองได้หรือเปล่า ?*. เข้าถึงเมื่อ 10 มีนาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.trueplookpanya.com/blog/content/54977/-wombeanai-wombea-wom->
- Wongnai Team. (2560). *การต่อเล็บคืออะไร มีแบบไหนบ้าง*. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.gowabi.com/en/provider/hello-tokyo-siam-6>

ภาคผนวก

### แบบสอบถามความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัย หลักสูตรปริญญาตรีของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

- |                   |  |   |
|-------------------|--|---|
| 1. เพศ            | <input type="checkbox"/> ชาย                 | <input type="checkbox"/> หญิง                   |
| 2. อายุ           | <input type="checkbox"/> 15-19 ปี            | <input type="checkbox"/> 20 – 24 ปี             |
|                   | <input type="checkbox"/> 25 – 30 ปี          | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30 ปี          |
| 3. อาชีพ          | <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา   | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท          |
|                   | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ           | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว          |
|                   | <input type="checkbox"/> ว่างาน              | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ     |
|                   | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ              |   |
| 4. ระดับการศึกษา  | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี    | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า |
|                   | <input type="checkbox"/> ปริญญาโท            | <input type="checkbox"/> ปริญญาเอก              |
| 5. รายได้ต่อเดือน | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท    |
|                   | <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท    |
|                   | <input type="checkbox"/> 40,000ขึ้นไป        |   |

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำเล็บบัญชีปุ๋นและความนิยมในลายเล็บบัญชีปุ๋น

1. จำนวนครั้งที่เคยทำเล็บบัญชีปุ๋น

1 ครั้ง

2 ครั้ง

3 ครั้ง

4 ครั้ง

5 ครั้งขึ้นไป

2. ลายเล็บบัญชีปุ๋น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

นำกระดาษโอริกามาแปะที่เล็บบัญชีปุ๋น

หยดสีหรือป้ายสี

ติดสติ๊กเกอร์ตามตัวการ์ตูนบัญชีปุ๋น

ปั้นนูนแบบบัญชีปุ๋น

เพนท์ลายที่ได้รับอิทธิพลจากบัญชีปุ๋น

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บบัญชีปุ๋น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเล็บบัญชีปุ๋น	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. กระแสนิยม					
2. ความชอบส่วนตัว					
3. โอกาสพิเศษ					

**ผู้วิจัย**

ชื่อ-นามสกุล                      นางสาว พิษชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย

วันเกิด                               27 มีนาคม พ.ศ.2540

ที่อยู่                               1172/2 ถนนนครไชยศรี แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร  
10300

หมายเลขโทรศัพท์               081-9475795

E-mail                               pearoro@hotmail.com

ประวัติการศึกษา                 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเซนต์ฟรังซิสซาเวียร์  
คอนแวนต์  
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาวิชาเอเชียศึกษา  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

### แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาว พิชชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาญี่ปุ่น
ชื่อสารนิพนธ์	ความนิยมการทำเล็บที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้	1172/2 ถ.นครไชยศรี แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	081-9475795

ลิขสิทธิ์ของบทความวิจัยอันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวพิชชานันท์ ฉายแก้วสกุลชัย)

ลงนามผู้รับโอน.....

วันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2562