

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “บุคลิกภาพกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ชายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคัดเลือกมา 5 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตปทุมวัน เขตสายไหม เขตคลองเตย และเขตบึงกุ่ม ใช้สูตรหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ คอแครน ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ไปดำเนินการให้ตัวอย่างตอบ และรวบรวมแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ใช้ค่าสถิติ t-test แบบ Independent และ F-test แบบ One-way ANOVA มีข้อสรุปการอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

#### 5.1 สรุปการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ ได้ดังนี้

5.1.1 เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ที่ค่าเฉลี่ย 3.84 ด้านการค้นหาข้อมูล ที่ค่าเฉลี่ย 3.82 ด้านการประเมินทางเลือก ที่ค่าเฉลี่ย 3.79 ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ที่ค่าเฉลี่ย 3.78 และด้านการตระหนักถึงปัญหา ที่ค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเข้ารับบริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านที่ 1 การตระหนักถึงปัญหา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นสูงสุดใน ส่วนของปัจจัยย่อยคือ พบปัญหาที่เกิดขึ้นกับผิวหนัง เช่น สิว ฝ้า จุดด่างดำ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดี ต้องการการยอมรับทางสังคม เช่น มีโอกาส ในหน้าที่การงาน และเนื่องในโอกาสพิเศษ เช่น วันแต่งงาน วันรับปริญญา มีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากเช่นกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.67 และ 3.43 ตามลำดับ และต้องการเลียนแบบบุคคลที่มี ชื่อเสียง ดารา นักร้อง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.25

ด้านที่ 2 การค้นหาข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นสูงสุดใน ส่วนของ ปัจจัยย่อยคือ การศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.97 ส่วนการสอบถามข้อมูลจากคนที่เคยใช้มาก่อน เช่น บุคคลใน ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน การศึกษาข้อมูลจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การศึกษาข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ เช่น Facebook หรือตาม website ต่าง ๆ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน ที่ ค่าเฉลี่ย 3.92, 3.74 และ 3.65 ตามลำดับ

ด้านที่ 3 การประเมินทางเลือก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นสูงสุดใน ส่วน ของปัจจัยย่อยคือ การเปรียบเทียบด้านราคาก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษา ผิวหนัง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.92 ส่วนการเปรียบเทียบตราสินค้าก่อนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง การเปรียบเทียบด้านการส่งเสริมการตลาดก่อนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง การเปรียบเทียบด้านความสะดวกในการเดินทางก่อนการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และการเปรียบเทียบช่องทางการชำระเงินที่ หลากหลายก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง มีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมากเช่นกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.84, 3.77 และ 3.54 ตามลำดับ

ด้านที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับความคิดเห็นสูงสุดใน ส่วนของปัจจัยย่อยคือ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านความงามมีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.92 ส่วน ราคาที่ มีความเหมาะสมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ตราสินค้าเป็นที่นิยมมี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ความสะดวกในการเดินทางมีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง การจัดการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้คลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเช่นกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.89, 3.84, 3.79, 3.77 และ 3.44 ตามลำดับ

ด้านที่ 5 คือพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นสูงสุดในส่วนของปัจจัยย่อยเท่ากันถึง 2 ปัจจัย คือ การกลับเข้ามาใช้บริการอีกถ้าเกิดปัญหาขึ้นกับผิวหนัง เกิดความมั่นใจมากขึ้นหลังจากเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนมีการบอกต่อ แนะนำให้ผู้อื่นใช้ตาม เกิดความรู้สึกคุ้มค่าหลังจากเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.79 ตามลำดับ

5.1.2 เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามบุคลิกภาพ

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมากที่สุด ร้อยละ 60 ที่เหลือเป็นบุคลิกภาพแบบเก็บตัว ร้อยละ 40 และพบว่าผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว มีความคิดเห็นด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง มากกว่าบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

5.1.3 เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้ใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 29 ปี ร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ 30 - 39 ปี ร้อยละ 20.3 อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 27.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 19.0 มีสถานภาพโสดมากที่สุด ร้อยละ 62.0 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ และรายได้แตกต่างกัน มีการตระหนักถึงปัญหาแตกต่างและผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมหลังการเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังแตกต่างกัน

## 5.2 การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาเรื่อง “บุคลิกภาพกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ผู้ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

### 5.2.1 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังใน ดังนี้

5.2.1.1 ด้านการตระหนักถึงปัญหา จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังก็ต่อเมื่อ พบปัญหาที่เกิดขึ้นกับผิวหนัง เช่น สิว ฝ้า จุดด่างดำ และต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดี อาจเนื่องมาจาก ปัจจุบันผู้ชายหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น ใส่ใจในเรื่องรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัย จากศูนย์วิจัยเอแบคโพลล์ (2555) ที่พบว่าผู้ชายยุคใหม่กว่า 35% มีทัศนคติ และพฤติกรรมดูแลร่างกายตัวเองมากขึ้น ติดตามแฟชั่น ใช้สินค้าแบรนด์เนม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

5.2.1.2 ด้านการค้นหาข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และศึกษาข้อมูลจากบุคคลที่เคยใช้บริการมาก่อน เช่น บุคคลในครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน อาจเนื่องมาจากมีคลินิกดูแลรักษาเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการรักษา มีเครื่องมือที่ทันสมัยมีขั้นตอนในการรักษาที่แตกต่างกัน และใบหน้าถือเป็นส่วนที่สำคัญ หากตัดสินใจผิดพลาดจะทำให้เกิดผลเสียได้ ดังนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเสี่ยงได้ โดยความเสี่ยงตามการรับรู้ นั้น มักจะเกิดขึ้นถ้าผลิตภัณฑ์นั้นมีราคาแพง มีความสลับซับซ้อน (Solomon, 2009) ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีการค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ

5.2.1.3 ด้านการประเมินทางเลือก จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจ และเปรียบเทียบตราสินค้าเป็นที่รู้จัก เนื่องจาก มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆ และเครื่องมือที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการรักษา จึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการรักษามีราคาสูง ผู้บริโภคจึงมีการเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุศรา สุนทรธาดา(2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้หญิงไทยในการซื้อเครื่องสำอางประเภทแต่งหน้า (Make up) ที่มีจำหน่ายในเคาน์เตอร์ของห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้หญิงไทยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่ากับราคา ส่วนเรื่องตราสินค้าของผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จัก

5.2.1.4 ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านความงาม อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคคิดว่า ใบหน้าเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ถ้าเกิดการผิดพลาดจากการรักษา หรือไม่ได้รับการรักษาที่ดีพอ อาจส่งผลเสียขึ้นได้ ดังนั้น การรักษากับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอาจทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจมากขึ้นซึ่งได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิรพัฒน์ คำปึก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้ชายวัยทำงาน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศัลยกรรมเสริมความงาม คือแพทย์ที่มีชื่อเสียงในการทำศัลยกรรม และมีหลักฐานรับรองความรู้ความชำนาญด้านวิชาชีพ

5.2.1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจมากขึ้นหลังจากเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และมีการกลับเข้ามาใช้บริการอีกหากเกิดปัญหาขึ้นกับผิวหนัง อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคให้มีความพึงพอใจในการรักษาซึ่งได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิรพัฒน์ คำปึก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้ชายวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลก่อนการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากการทำศัลยกรรม และจะแนะนำคนอื่นแน่นอนรวมทั้งในอนาคตอาจมีการทำศัลยกรรมเพิ่ม

5.2.2 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามบุคลิกภาพ

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชายที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว มีความคิดเห็นด้านการตระหนักรับรู้ถึงปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และด้านพฤติกรรมหลังการเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังมากกว่าผู้ชายที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัว อาจเนื่องมาจากผู้ชายที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว จะเป็นคนที่ระมัดระวังตนเอง วิตกกังวล ซ้ำคิด มากกว่าผู้ชายที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวซึ่งได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภคพร บรรจงจัด (2550) ได้ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพกับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า บุคลิกภาพของพนักงานทั้งประเภทแสดงตัว และเก็บตัว มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แต่ส่วนใหญ่พนักงานที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัว โดยแนวโน้มโน้มของประเภทบุคลิกภาพแบบแสดงตัวคือ เป็นคนเปิดเผย มองโลกในแง่ดี เมื่อใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ แล้วเกิดความรู้สึกระทับใจในคุณภาพ ราคา หรือการได้รับบริการที่ดี จะมีการกล่าวให้ผู้อื่นทราบเพื่อเป็นทางเลือก หรือเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อไป

5.2.3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ชายในเขตกรุงเทพฯ ที่มีอายุ 12-19 ปี มีการตระหนักถึงปัญหา มากกว่าผู้ชายที่มีอายุ 20-29 ปี เนื่องจากผู้ชายที่มีอายุ 12-19 ปี เริ่มเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น เป็นช่วงที่ฮอร์โมนในร่างกายมีการเปลี่ยนแปลง อาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับผิวหนังได้มากกว่า ส่วนผู้ชายที่มีอายุ 40-49 ปี อาจจะตระหนักถึงปัญหาในเรื่องของริ้วรอยบนใบหน้ามากกว่าช่วงอายุอื่น

ส่วนบุคคลที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาทมีการตระหนักถึงปัญหามากกว่าทุกกลุ่มรายได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมหลังการเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังมากกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. ซึ่งสอดคล้องกับผลการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของ บริษัท มาร์เกต อินโฟแอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (2554) ได้ผลจากการรวบรวมครั้งนี้ อายุของคนไข้ที่มาพบแพทย์ เพื่อปรึกษาปัญหา หรือรักษาผิว และผิวพรรณที่ใบหน้าเริ่มเด็กลง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้บริการในศูนย์ดูแลความงาม และผิวพรรณรวมถึงการทำศัลยกรรม มีอายุลดลงจากเฉลี่ย 20-40 ปี เป็น 12-60 ปี อย่างไรก็ตาม ความต้องการในการไปพบแพทย์ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละช่วงอายุก็จะแตกต่างกันไป อาทิ กรณีวัยรุ่นปัญหาหลักคือ เรื่องสิว แต่ในกลุ่มพ้นจากวัยรุ่นมาแล้วมีปัญหาในเรื่องริ้วรอย ฝ้า จุดด่างดำ โดยพบว่า กลุ่มผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะเริ่มตั้งแต่กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป

### 5.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.3.1 ผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังแตกต่างกัน โดยบุคลิกภาพแบบเก็บตัว มีความคิดเห็นด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง มากกว่าบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

5.3.2 ผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังแตกต่างกัน โดยผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ และรายได้แตกต่างกัน มีการตระหนักถึงปัญหาแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมหลังการเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังแตกต่างกัน

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

### 5.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษานำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดการธุรกิจคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง เพื่อการตอบสนองที่ตรงกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการจัดทำแผนการตลาดสำหรับคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ได้ดังนี้จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวนั้นหมายถึงบุคลิกภาพดังกล่าวมีทัศนคติในการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ชอบความท้าทาย ดังนั้น นักการตลาดควรวางแผนใช้สื่อที่เหมาะสมที่เข้าถึง และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และบุคคลกลุ่มนี้จะตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ หรือโปรแกรมการรักษาแบบใหม่ได้เร็วกว่าบุคลิกภาพแบบเก็บตัว

สำหรับผู้บริโภคที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว จากผลการศึกษา พบว่าผู้ชายที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัวจะมีการตระหนักถึงปัญหามากกว่า แต่จะมีการคิด และหาข้อมูลในการประเมินทางเลือกมากกว่าบุคลิกภาพแบบเก็บตัว ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเสนอว่า การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เช่น facebook หรือโฆษณาผ่าน website ต่างๆ จะเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ง่ายกว่า เนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลกลุ่มนี้จะชอบอยู่กับตัวเอง และไม่ชอบพบปะพูดคุยกับบุคคลอื่น

นอกจากการในเรื่องของบุคลิกภาพแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามยังพิจารณาถึงระดับความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้คลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ซึ่งสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึง การจัดทำแผนการตลาดของธุรกิจ โดยเรียงตามระดับความคิดเห็นของทุกปัจจัย ดังนี้

5.4.1.1 ด้านการตระหนักถึงปัญหา ผลจากการวิจัยพบว่า การเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง ไม่ได้ส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหามากนัก เพราะฉะนั้นการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านการใช้ฟรีเชนเตอร์จึงไม่ได้ส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหามากนัก ผู้วิจัยจึงเสนอว่า ควรทำการสื่อสารกับผู้บริโภคในเชิงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษา เน้นในเรื่องความหลากหลายของการให้บริการ โดยเฉพาะการรักษาปัญหาผิวพรรณต่างๆ เช่น สิว ฝ้า จุดด่างดำ และนำนวัตกรรมการรักษารูปแบบใหม่มาใช้ในการรักษาน่าจะทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาได้ดีกว่า

5.4.1.2 ด้านการค้นหาข้อมูล ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคไม่ค่อยนิยมหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น facebookหรือตามwebsite ต่างๆ มากนัก ผู้วิจัยจึงเสนอว่า ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากกำลังเป็นที่นิยม และสื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีความ

หลากหลาย และเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วถึงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Twitter หรือ การโฆษณาผ่าน website ต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสะดวกมากขึ้นในการค้นหาข้อมูล

5.4.1.3 ด้านการประเมินทางเลือก ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคยังไม่ได้ประเมินทางเลือกด้านช่องทางการชำระเงินมากนัก ผู้วิจัยจึงเสนอว่า ควรเพิ่มบริการการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เพื่อให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการประเมินทางเลือก และมีความสะดวกในการชำระค่าบริการมากขึ้น

5.4.1.4 ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ผลจากการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการตลาดยังไม่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ผู้วิจัยจึงเสนอว่า การจัดการส่งเสริมการตลาดสำหรับคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง เช่น ให้นักงาทุกคนมีการแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่เพิ่มเติมเข้ามาให้แก่ลูกค้าให้ทราบอย่างละเอียด หรือมีการทดลองให้ทำฟรีในครั้งแรกหากมีการนำนวัตกรรมการรักษาใหม่ๆ มานำเสนอ การจัดส่วนลดราคา การส่งเสริมการตลาดเหล่านี้ อาจเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง

5.4.1.5 ด้านพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคยังไม่เกิดความรู้สึกคุ้มค่าหลังจากเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ผู้วิจัยจึงเสนอว่า การปรับราคาให้มีความเหมาะสม หรือจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมเช่น ที่นั่งรอรับบริการ การให้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความสะดวกของเครื่องมือ รวมถึงวิธีการให้บริการการรักษารูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากคลินิกอื่นๆ จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เข้าใช้บริการมากขึ้น

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค หรือปัจจัยทางด้านการตลาดอื่น ๆ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มผู้บริโภคที่นอกเหนือจากคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง เช่น กลุ่มบุคคลผู้ชายที่ทำศัลยกรรม
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มผู้ชายที่ยังไม่เคยเข้าใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง เพื่อดูถึงแนวโน้มการเข้าใช้บริการ