

**บุคลิกภาพกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร**

**Personality and the decision process for clinical care treatment of male facial in
Bangkok**

หทัยทิพย์ เกรือทัต

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์**

2557

บุคลิกภาพกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชาย
ในเขตกรุงเทพมหานคร

หทัยทิพย์ เกรือทัด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2557

**Personality and the decision process for clinical care treatment of male facial in
Bangkok**

Hathaithip Kruatat

**A Thesis Submitted in Partial fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program**

Department of Business Administration Program

Faculty of Business, Dhurakij Pundit University

2014

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ สนับสนุนให้กำลังใจ ซึ่งทางผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และประทับใจในความกรุณาจากท่านเป็นอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้แนวความคิดต่างๆ ในช่วงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ขอขอบคุณ คุณสันติ รัตนะกิตติกุล ที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุนและเป็นแรงผลักดัน จนกระทั่งจัดทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ทางผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยสนับสนุนทางด้านกำลังใจ และกำลังใจทรัพย์ในการศึกษาครั้งนี้ พร้อมทั้งเป็นแรงกระตุ้นเพื่อผลักดันให้การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

หทัยทิพย์ เกรือทัต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๖
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐาน.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 ขอบเขตในการศึกษา.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ.....	7
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	25
2.3 ข้อมูลคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง.....	44
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3. ระเบียบวิธีการวิจัย.....	54
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	54
3.2 ประชากรและตัวอย่าง.....	55
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	61
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษา ผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร.....	64
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	70
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	82
5.1 สรุปการวิจัย.....	82
5.2 การอภิปรายผล.....	85
5.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	87
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	88
บรรณานุกรม.....	90
ภาคผนวก.....	94
ประวัติผู้เขียน.....	101

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญ.....	14
2.2 วิธีการวัดบุคลิกภาพจากนักทฤษฎีต่าง ๆ	23
2.3 ประเภทความเสี่ยงตามการรับรู้.....	34
2.4 ตัวอย่างการประเมินผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ.....	38
2.5 ตัวอย่างความเชื่อเกี่ยวกับตลาดของผู้บริโภค.....	39
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	61
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	63
4.3 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ของผู้ชายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	64
4.4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตระหนัก ถึงปัญหา.....	65
4.5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการค้นหาข้อมูล.....	66
4.6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมิน ทางเลือก.....	67
4.7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจ เลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง.....	68
4.8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลัง การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง.....	69
4.9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบุคลิกภาพ แตกต่างกัน และการทดสอบค่าที (t-test).....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน และการทดสอบค่าเอฟ (F-test).....	71
4.11 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ด้านการตระหนักถึงปัญหาในภาพรวม จำแนกตามอายุ....	73
4.12 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน และการทดสอบค่าเอฟ (F-test).....	74
4.13 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน และการทดสอบค่าเอฟ (F-test).....	76
4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ด้านการตระหนักถึงปัญหาในภาพรวม จำแนกตามรายได้.....	78
4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกดูแลรักษาผิวหนังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน และการทดสอบ ค่าเอฟ (F-test).....	79
4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ด้านพฤติกรรมหลังการเลือกใช้บริการคลินิก ดูแลรักษาผิวหนังโดยภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	80
4.17 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน และการทดสอบค่าที (t-test).....	81

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 คุณลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่าง 2 มิติ.....	16
2.2 ระดับนิสัยตอบสนอง.....	17
2.3 ภาพแสดงแนวคิดของ บันดูรา.....	19
2.4 แสดงลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1962).....	21
2.5 การตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภค.....	26
2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการของผู้บริโภค	27
2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการค้นหาข้อมูลกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภค	31
2.8 ระดับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	32
2.9 ตัวอย่างการจัดประเภท.....	35
2.10 พฤติกรรมรูปแบบต่าง ๆ ของผู้บริโภคเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจ.....	43