

สารนิพนธ์

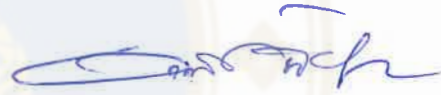
เรื่อง

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางที่มี  
อิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาล เขต  
กรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2564



อาทิตย์ ฉันทสุวรรณ

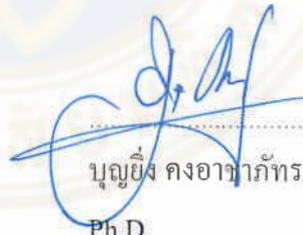
ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



บุญยิ่ง คงอาภาภัทร,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์



รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล



สุทวารรณ ชาใต้,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

การศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกลุ่ม  
เวชสำอางที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของบุคลากรทางการแพทย์ ในโรงพยาบาล  
เขตกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF FACTORS AFFECTING REPURCHASE INTENTION OF HEALTH CARE  
PROFESSIONAL TOWARDS DERMOCOSMETIC PRODUCTS

อาทิตย์ ฉันทสุวรรณ 6250286

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D.,  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., สุทธาวรรณ ชาติได้, Ph.D.

บทคัดย่อ

สำหรับตลาดเวชสำอาง ที่มีการจำหน่ายหลากหลายช่องทาง ทั้งในโรงพยาบาลเอกชน โรงพยาบาลรัฐบาล คลินิก  
ร้านขายยา รวมไปถึงช่องทางออนไลน์ ผ่านทางการแนะนำโดย บุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย ในรอบหลายปี ที่  
ผ่านมาผลิตภัณฑ์สำหรับผิวอบบางแพ้ง่าย เซกเมนต์เวชสำอางที่ออกสู่ท้องตลาดมีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อมากยิ่งขึ้น โดยมีการ  
แข่งขันใน หลายๆด้าน เช่น ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น  
ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดและสร้างความ ทัศนคติต่อตราสินค้า เพื่อรักษาและขยายส่วนแบ่ง  
การตลาดของตนเองซึ่งปัจจัยต่าง ๆ นั้น ผู้บริโภคใช้เป็นส่วนหนึ่งในการเลือกซื้อและใช้ในการเปรียบเทียบคุณสมบัติว่าสอดคล้องกับ  
ความต้องการและตรง ตามวัตถุประสงค์ในการซื้อหรือไม่ ทำให้น่าสนใจต่อการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วน ประสม  
ทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ในตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกลุ่มเวชสำอาง โดยงานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ที่มี  
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม การซื้อที่ผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของบุคลากรทาง  
การแพทย์ใน

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ดังนั้น บุคลากรทางการแพทย์ใน  
โรงพยาบาลเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับการมีสินค้าจำหน่ายทุก ครั้งที่ได้ไปซื้อ มากที่สุด ในแง่ เพราะเนื่องจากบุคลากรทาง  
การแพทย์จะทำงานในโรงพยาบาลใด โรงพยาบาล หนึ่ง การมีสินค้าจำหน่ายทุกครั้ง ที่ได้ไปซื้อจึงเป็นสิ่งที่บุคลากรทางการแพทย์ให้  
ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่งต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย จาก ผลการวิจัย  
พบว่าไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกลุ่มเวชสำอาง เนื่องจากบุคลากร ทางการแพทย์ เนื่องจากบุคลากรทางการ  
การแพทย์ได้ตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกในการหา ซื้อมาใช้ รวมถึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีงานวิจัยรองรับและมีความ  
น่าเชื่อถือสูง ดังนั้นปัจจัยด้านราคา และการส่งเสริมการขายจึงไม่มีผลลงใจให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปแต่อย่างใด

คำสำคัญ : เวชสำอาง/ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกลุ่มเวชสำอาง/ บุคลากรทางการแพทย์/ พฤติกรรมการ ซื้อ/  
ความตั้งใจซื้อซ้ำ