

51602743 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด / บุคลากรทางการแพทย์ / ผลิตภัณฑ์รักษาฝ้า

นางสาว สุพรรณ กัณธิมา : ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษาฝ้าของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ: ผศ. ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร. 71 หน้า

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษาฝ้าของบุคลากรทางการแพทย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งดำเนินการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครขนาดตัวอย่างอย่างต่ำแล้ว คือ 400 ตัวอย่าง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส เป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้โดยเฉลี่ย 20,001-25,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานต้อนรับ/ประชาสัมพันธ์ ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้ครีมเป็นประจำ รู้จักยี่ห้อครีมรักษาฝ้า อเมลา-เอ็กซ์ มากที่สุด และใช้ผลิตภัณฑ์ครีมรักษาฝ้าผสมสารกันแดด โดยใช้ครีมรักษาฝ้าครั้งแรกเนื่องจากยี่ห้อเป็นที่ยอมรับ และได้รับคำแนะนำในการเลือกใช้ครีมรักษาฝ้าจากเพื่อน ซึ่งรายได้และอาชีพมีผลต่อการเลือกแหล่งในการซื้อผลิตภัณฑ์รักษาฝ้า

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษาฝ้า ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่าอยู่ในระดับความสำคัญน้อยโดยมีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความสำคัญสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.408 ขณะที่ปัจจัยด้านราคามีระดับความสำคัญต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.673 และปัจจัยด้านความรู้ของบุคลากรทางการแพทย์สามารถวิเคราะห์ผลได้ว่าบุคลากรทางการแพทย์ส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามจะมีความรู้เกี่ยวกับครีมรักษาฝ้า ทั้งในเรื่องสาเหตุของการเกิดฝ้า การป้องกันการเกิดฝ้า วิธีการใช้ครีมรักษาฝ้า และการใช้ครีมรักษาฝ้าอย่างปลอดภัย

ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษาฝ้าของบุคลากรทางการแพทย์ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รักษาฝ้า

---

สาขาวิชาการประกอบการ                      บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร                      ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....

51602743 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : MARKETING MIX / MEDICAL PERSONNEL / MELASMA PRODUCT

SUPHAN KUNTIMA : CORRELATION STUDY TO DETERMINE THE FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASE THE MELASMA PRODUCT OF MEDICAL PERSONNEL IN BANGKOK METROPOLIS AREA. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. DOWLOY KANJANAMANEESTHIAN. 71 pp.

This investigation aims to study the factors affecting the decision to buy a cream product used to cure melasma of the medical personnel in Bangkok. The population is 400 medical personnel in Bangkok. Questionnaire is used as a tool to conduct a survey and to collect the data.

The result shows that the majority of the respondent is a married female PR worker with Bachelor's Degree, having the age between 31-40 years old and having the income between 20,000-25,000 baht. The respondents have familiar most with the product with a brand name "Amela-x". They have used this product in conjunction with using anti-UV product. They have accepted this product because of its well-known, public acceptance and suggestion from the former users. Both income and type of occupation have affected the decision to buy the products.

Data analysis reveals that marketing strategy does not affect the decision of the respondent to buy the product as high as the promotion strategy. The promotion strategy has highest impact with respect to the decision to buy the product (with a mean at 3.408), while pricing has the lowest impact (with a mean at 2.673). The medical personnel are well aware of the cause of the melasma symptom, mode of its protection against this symptom and its usage to cure this symptom safely.

The decision to buy the product is highly dependent upon personal perspective.

---

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature .....

Independent Study Advisor's signature .....