

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางมีสกินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ
ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศศิประภา ดวงสุรินทร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ สิ้นสุวงศ์วัฒน์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ อภิชาติ ชมภูษ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางมีสกินที่มีสารสกัดจากธรรมชาติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 212 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. รายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และทำงานเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์แต่งหน้า เนื่องจากเชื่อมั่นในตราสินค้าและบริษัทผู้ผลิต รับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์จากสื่อโทรทัศน์ และจะตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง โดยเฉลี่ยเดือนละครั้ง ด้วยจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้งต่ำกว่า 500 บาท สถานที่ซื้อ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้า และจะซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยย่อยตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ลำดับต่อมาคือปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ในปัจจัยย่อย ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจัยด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ตามลำดับ

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ได้รับสินค้าไม่ครบถ้วนเมื่อทำการสั่งซื้อตามใบสั่งซื้อ ด้านราคา ได้แก่ ราคาผิดพลาดจากการคำนวณส่วนลด ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ การกระจายสินค้าไม่ทั่วถึง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ สินค้าทดลองใช้มีปริมาณน้อยเกินไป ไม่ทันเห็นผล



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior of Using Mistine Cosmetics Products
Containing Natural Extract in Mueang Chiang Mai District

Author Miss Sasiprapha Duangsurin

Degree Master of Business Administration
(Agro Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Dr. Suphawatt Sinsuwongwat Chairperson

Lecturer Apichart Chompunuch Member

ABSTRACT

The study of consumer behavior on Mistine cosmetic products contained natural component was collected data from 212 respondents in Mueang Chiang Mai district. The study found that most of the respondents were 20 – 30 years old, bachelor, and having high school or vocational educations background. Their jobs as employee in private sector and their incomes were less than 10,000 baht per month. They usually bought products from department stores whenever the products ran out. In addition, they bought the product each time with an amount of money less than 500 baht.

The marketing mix factors influenced consumer buying decisions were product, price, place, and promotion accordingly. The most influence factors for product, price, place, and promotion were brand, reasonable price for quantity and quality, convenient payments, and an advertising in various forms of media, respectively.

The problems of buying Mistine cosmetic products were the incorrect number of product items received, the miscalculation discount rate, the uneven distribution of products, and insufficient quantity of product samples.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved