ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภควัย ทำงานในจังหวัดสมุทรสาครในการเลือกซื้อครีมบำรุง ผิวหน้า

ผู้เขียน

นางสาวลินีวาลี สุเชาว์อินทร์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ คร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง และผลิตภัณฑ์เสริม ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภควัยทำงานในจังหวัดสมุทรสาครใน การเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้า เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีผิวผสม ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้ามานานมากกว่า 3 ปี โดย ส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าทุกวัน ซึ่งมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเคือนละ ครั้งมากที่สุด และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าส่วนใหญ่เป็นประเภทครีม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ใน การเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้า เรื่องผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง และผลิตภัณฑ์เสริม ในระดับ มาก โดยองค์ประกอบย่อยด้านผลิตภัณฑ์หลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ เรื่องผลิตภัณฑ์ปลอดภัยที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในขณะ ที่องค์ประกอบย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ เรื่องบรรจุภัณฑ์แจ้งวันที่ผลิตและวันหมดอายุ และองค์ประกอบย่อยด้านผลิตภัณฑ์เสริมที่ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือเรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกว่าคุณภาพที่ได้คุ้มกับ ราคาที่จ่ายไป Independent Study Title Product Elements Influencing Working-Aged

Consumers in Samut Sakhon Province Towards

Selecting Facial Cream Products

Author Miss Lineewalee Suchao-in

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate the product elements which are core produce tangible product and augmented product which influence the working-aged consumers in Samut Sakhon province towards selecting facial cream products. Data were collected through a questionnaire returned by sample of 300 customers; then, all data derived were analyzed by using descriptive statistics, consisting of frequency, percentage, and means.

Most respondents have combination skin and have applied facial products, mostly found in cream type, daily for over 3 years. Frequency in purchasing such a product is mostly once a month.

Based upon the findings, the respondents rank the importance of all product elements for the facial product at high level as follows: core produce tangible product and augmented product. In core product component, its highest important element is the safety of product as certified by Food and Drug Administration (FDA). In tangible product component, its highest important element is the package on which manufactured and expired dates are informed the safety of product as certified by Food and Drug Administration (FDA). In augmented product component, its highest important element is to be feeling worthwhile to pay for any product.