ชื่อวิทยานิพนธ์ **พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตเทศบาล นครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

ผู้เขียน นางสาวชญานาท แซ่ยิบ
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภค (2) พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค (3) ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง และ (4) ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 120 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติอย่างง่าย ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 28 ปี นับถือศาสนาพุทธ สถานภาพโสดและมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบอาชีพเสริมเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขายตรง มีรายได้และรายจ่ายส่วนบุคคลเฉลี่ย 9,973 และ 9,882 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องสำอางเฉลี่ย 953.92 บาทต่อเดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางจากห้างสรรพสินค้า โดยซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยปีละ 9 ครั้ง ครั้งละ 2 ชิ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับเส้นผม และเห็นว่าแชมพูและครีมนวดที่ดีต้องรักษาสภาพเส้นผมให้ดีขึ้นได้ นอกจากนี้ต้องมีส่วนผสมของสมุนไพร ผู้บริโภคซื้อแชมพูและครีมนวดผมเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ชิ้น มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 89 บาทต่อครั้ง โดยนิยมซื้อยี่ห้อแพนทีนมากที่สุด และจะเปลี่ยนยี่ห้อแชมพูและครีมนวด 1-3 เดือนต่อครั้ง

ผู้บริโภคร้อยละ 43 มีผิวหน้ามัน ส่วนใหญ่มีปัญหาสิว กระ ฝ้า จุดด่างดำ และริ้วรอย ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้โฟม ครีมและเจลล้างหน้า โดยเห็นว่าผลิตภัณฑ์ล้างหน้าที่ดีต้องมีเม็ดบีชขัดผิวและสิวเสี้ยน รวมทั้งมีส่วนผสมของธรรมชาติ ผู้บริโภคซื้อโฟมล้างหน้าเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ชิ้น มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 89 บาทต่อครั้ง นิยมซื้อยี่ห้อพอนด์และขนาด 51-100 มิลลิลิตรมากที่สุด ผู้บริโภคมีผิวกายแห้งมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับผิวกายและนิยมซื้อสบู่ก้อน เพื่อชำระล้างผิวกาย เนื่องจากหาซื้อสะดวกและฟองมาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ชำระล้างผิวกายที่ดีควรมีกลิ่นหอมติดทนนาน และมีส่วนผสมของครีมบำรุงผิว ผู้บริโภคซื้อสบู่ก้อน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 ห่อ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 46 บาทต่อครั้ง โดยนิยมซื้อสบู่ก้อนยี่ห้อลักส์มากที่สุด เนื่องจากใช้มานานและเชื่อมั่นในคุณภาพ

ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติดีต่อประเด็น ควรอ่านฉลากก่อนซื้อเพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการ ฉลากเป็นสื่อที่ให้ความรู้เกี่ยวกับส่วนประกอบในการผลิต ฉลากทำให้สามารถเลี่ยงสารเคมี หรือส่วนประกอบที่ทำให้เกิดอาหารแพ้ได้ ฉลากทำให้สามารถเปรียบเทียบและเลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ฉลากทำให้ผู้ผลิตเกิดแข่งขันด้านคุณภาพมากขึ้น

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระดับมาก 3 อับดับแรก ได้แก่ คุณภาพสินค้า การให้คำแนะนำและการให้โปรโมชั่นพิเศษ แต่ยี่ห้อกลับมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในระดับปานกลางเท่านั้น