

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรประเภท ครีมบำรุงผิวหน้าของผู้หญิงในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

HERBAL FACIAL CREAM USING BEHAVIOR OF WOMAN IN BANGKOK PROVINCE

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรประเภทครีมบำรุงผิวหน้าของผู้หญิง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางสมุนไพรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ตารางไขว้ และค่า Chi-square และการวิเคราะห์ One-way ANOVA ในการหาความแตกต่างและความสัมพันธ์ของตัวแปร

Abstract

The objectives of this research were to study behavior of using Herbal Facial Cream of woman in Bangkok province. Data was collected from 400 samples by the use of questionnaires. Statistical techniques used were mean percentage Chi-square and One-way ANOVA.

ความสำคัญของปัญหา

ในปี พ.ศ. 2552 ธุรกิจเครื่องสำอางมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4-5 ต่อปี ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ทำจากส่วนผสมของธรรมชาติได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มขยายตัวทั้งทางด้านผู้ประกอบการและจำนวนผู้บริโภค เนื่องจากในกระแสความนิยมการดำเนินชีวิตแบบกลับสู่ธรรมชาติ และรู้สึกปลอดภัยในการใช้เครื่องสำอางสมุนไพร ส่งผลให้การตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเปลี่ยนไปจากเดิม ทั้งยังเป็นธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีที่ไม่สูงมาก ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ มีโอกาสเข้าตลาดได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังคงต้องปรับกลยุทธ์การตลาดในด้านต่าง ๆ เพื่อเตรียมรับมือกับปัจจัยเสี่ยงทั้งในเรื่องของสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลให้ผู้บริโภคบางส่วนปรับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า รวมทั้งการแข่งขันของตลาดเครื่องสำอางทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ยังคงรุนแรง ซึ่งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต้องเข้าใจและรับรู้พฤติกรรมของผู้บริโภค พร้อมทั้งแสวงหาเครื่องมือทางการตลาดมาใช้เพื่อแย่งชิงกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้ได้ส่วน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรบำรุงผิวหน้าของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรบำรุงผิวหน้ากับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรบำรุงผิวหน้ากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด
2. แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางสมุนไพรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้เครื่องสำอางสมุนไพร พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางสมุนไพร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางสมุนไพร การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ตารางไขว้ และค่า Chi-square และการวิเคราะห์ One-way ANOVA ในการหาความแตกต่างและความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางสมุนไพร มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เสียค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องสำอาง 201-500 บาทต่อเดือน สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพร เพื่อต้องการให้ผิวหน้าขาวยิ่งขึ้น แหล่งในการหาข้อมูลครั้งแรก คือ คนรู้จักที่เคยใช้มาก่อน กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางในปริมาณมากให้ความสำคัญในเรื่องลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ง่ายต่อการใช้งานน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ในปริมาณน้อยและปกติ กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางในปริมาณมากและปกติให้ความสำคัญในเรื่องการเห็นผลในระยะสั้นน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ในปริมาณน้อย กลุ่มที่ใช้เครื่องสำอางในปริมาณน้อยให้ความสำคัญในเรื่องราคายุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งน้อยกว่ากลุ่มที่ใช้ในระดับมากและปกติ และปริมาณการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรจะมากขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น ระดับการศึกษาสูงขึ้น และ หน้าที่การทำงานที่หนักขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญในเรื่องส่วนผสมที่มีสารที่สามารถลดความหมองคล้ำของผิวหน้า เช่น พวกสาร whitening เนื่องจากผู้ใช้เครื่องสำอางสมุนไพรบำรุงผิวหน้าต้องการคือลดความหมองคล้ำของใบหน้าและคอยตรวจสอบราคาตลาดของผลิตภัณฑ์ของตัวเองเทียบกับคู่แข่งเสมอเนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

