ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ เครื่องสำอางออร์แกนิค: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ

ชื่อผู้เขียน ณัฐปภัสร์ ณัฏฐมั่งคั่ง

หลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัควรรธน์ สิทธิประภาพร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางออร์แกนิค ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางออร์แกนิคจากกลุ่มคนที่เข้าอบรมในหลักสูตรวิทยาศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ (ภาคประชาชน) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชาการที่ศึกษา โดยมีการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มคนที่อบรมหลักสูตรระยะสั้นด้านวิทยาศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ (ภาคประชาชน) ปี 2567 จำนวน 58 คน

ผลการศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมดมีผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิค ร้อยละ 74 และไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิค ร้อยละ 27.6 เหตุผลหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิค คือ ไม่รู้จักหรือไม่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางออร์แกนิค และคิดว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิคมีคุณสมบัติเหมือนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วไป ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อเครื่องสำอางออร์แกนิคที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และมีค่า Standard deviation เท่ากับ 0.42 ปัจจัยที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญรองลงมา คือ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีค่า Standard deviation เท่ากับ 0.45 และ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิคจากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงาน เช่น Boots, Watson, Matsumoto Kiyoshi คิดเป็นร้อยละ 95.2

คำสำคัญ: เครื่องสำอางออร์แกนิค, พฤติกรรมการเลือกซื้อ

Independent Study Title Organic Cosmetics: Factor Influence to Behavior of Purchase

Author Natpaphat Nattamangkang

Degree Master of Science (Anti-Aging and Regenerative Science)

Advisor Asst. Prof. Phakkharawat Sittiprapaporn, Ph. D.

ABSTRACT

This research is a study on the factors that influence the behavior of purchasing organic cosmetics. Which is survey research. The research purpose was studying the factors that influence the behavior of organic cosmetics from a group of people who attended a course in anti-aging and health restoration (public sector) uses questionnaires as a tool to collect information from research population samples. Samples were collected from a group of people who attended a course in anti-aging and health restoration (public sector) in 2024, totaling 58 people.

The results of the study found that from the total study sample, there were 74 percent of people who had ever purchased organic cosmetic products and 27.6 percent had never bought organic cosmetic products. The main reason that the sample group had never bought organic cosmetic products is product unknown and think that organic cosmetic products have the same properties as normal cosmetic products. The marketing factor that influences buyers to purchase organic cosmetics is the price marketing factor. The average value is 4.76, with a standard deviation is 0.42. The second important factor is product marketing, with an average value of 4.50 and a standard deviation is 0.45. Most of them had purchased organic cosmetic products from health and beauty product stores such as Boots, Watson, Matsumoto Kiyoshi, accounting for 95.2 percent.

Keywords: Organic Cosmetics, The Purchasing Behavior