

ชื่อเรื่องศึกษาโดยอิสระ	พฤติกรรมผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า
ชื่อผู้เขียน	สุภัทรา ประเสริฐสิทธิ
หลักสูตร	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตรเครื่องสำอาง)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุรพล นธการกิจกุล ดร. ภาณุพงษ์ ใจวุฒิ

บทคัดย่อ

การศึกษาโดยอิสระนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า โดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีช่วงอายุ 20-35 ปี จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 4,800-6,999 และมีช่วงอายุระหว่าง 20-25 ปี สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ลำดับแรกคือ ข้อมูลสรรพคุณบนบรรจุภัณฑ์ รองลงมาคือ ขนาดบรรจุภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม กับตราสินค้า ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า รายได้ต่อเดือน รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางที่ชอบ และสีของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมด้านรูปแบบเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าที่เลือกใช้ และวัสดุบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าที่เลือกใช้ ข้อมูลทางการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อเลือกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์บำรุงผิวหน้า / พฤติกรรมผู้บริโภค / การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์

Independent Study Title	Consumer Behavior on Facial care Cosmetic Packaging
Author	Supattra Prasertsith
Degree	Master of Science (Cosmetic Science)
Advisory Committee	Assoc. Prof. Dr. Surapol Natakankitkul Dr. Phanuphong Chaiwut

ABSTRACT

The objective of this descriptive research is to study consumer behavior on facial care cosmetic packaging. The survey method used for this research is questionnaires. Two hundred consumers were collected within Bangkok and vicinity, age ranges from 20-35 years old. The data revealed that majority of the sample consumers were female with 20-25 years old. Their incomes were between 4,800-6,999 Baht. The most influential factors affecting the decision on choosing facial cosmetic are (1) description on the package (2) the size of the packaging (3) the look of the packaging and (4) the brand name itself, respectively.

From the hypothesis of this research, it is found that factors such as: income, type, and color of the cosmetic packaging have strong influence on consumer behavior. Therefore, this research information will be useful for manufacturer in selection the material for facial cosmetic packaging.

Keywords: Facial cosmetic packaging / Consumer Behavior / Packaging Choosing