**ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ** การสำรวจความต้องการผู้บริโภคและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เพื่อผิวกระจ่างใส

ชื่อผู้ประพันธ์ เปรมิกา วงษ์กวีวัธน์ สุรสิทธิ์

หลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง)

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุพงษ์ ใจวุฒิ

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวเพื่อความกระจ่างใส โดยศึกษา ความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายผ่านการเก็บข้อมูลแบบสอบถามทั้งก่อนและหลัง การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น เห็นผลจริง ปลอดภัย ไม่มีสารอันตราย และซึมซาบได้ดี

จากการประเมินลักษณะทางประสาทสัมผัสพบว่า ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างได้รับคะแนนความ พึงพอใจสูงสุดในด้านความชุ่มชื้นของผิว รองลงมา คือ สีของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่กลิ่นของผลิตภัณฑ์ ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด ส่วนในด้านความพึงพอใจโดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พึงพอใจกับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับผิวของตน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อความกระจ่างใส คือ การเห็นรีวิวจากผู้ใช้จริงและการได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ ช่องทางการตลาดที่ได้รับความนิยม มากที่สุดคือ TikTok รองลงมา คือ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Shopee และ Lazada

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต คือ การปรับปรุงเนื้อสัมผัสของครีมให้บางเบา และซึมซาบเร็วขึ้น เพิ่มส่วนผสมจากธรรมชาติที่มีกลิ่นหอมอ่อน ๆ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และน่าสนใจมากขึ้น รวมถึงกำหนดราคาจำหน่ายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มโอกาสในการ แข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวกระจางใส, การประเมินความพึงพอใจ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, อินฟลูเอ็นเซอร์, การตลาดออนไลน์, ความต้องการของผู้บริโภค

Independent Study Title Survey of Consumer Need and Development of Whitening

Product

**Author** Premika Wongkaveewat Surasid

**Degree** Master of Science (Cosmetic Science)

Advisor Assistant Professor Phanuphong Chaiwat, Ph. D.

## **ABSTRACT**

This research aims to develop a brightening skincare cream by analysing the needs and satisfaction of the target group through pre- and post-product sample testing surveys. The findings revealed that most respondents prioritized products that provide moisturizing effects, visible results, safety without harmful substances, and fast absorption.

In terms of sensory evaluation, the product sample received the highest satisfaction score for its moisturizing effect, followed by the product's colour. However, the fragrance received the lowest score. Overall, most respondents were satisfied with the product's performance and found it suitable for their skin type.

The study indicates that the key factors influencing consumers' purchase decisions for brightening products are real user reviews and the opportunity to try the product before buying. The most preferred marketing channel is TikTok, followed by e-commerce platforms such as Shopee and Lazada.

Recommendations for future product development include improving the cream texture to be lighter and more absorbent, adding natural ingredients with mild fragrances, and designing modern and appealing packaging. Setting a reasonable price point aligned with the target group's expectations will enhance the product's competitiveness in the market.

**Keywords:** Brightening Skin Care Product, Satisfaction Evaluation, Product Development, Influencer, Online Marketing, Consumer Needs