

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างของผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวนทีทิพย์ บุญทา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.เทียน เสรรมัญ
วันที่อนุมัติผลงาน	4 กรกฎาคม 2559
จำนวนหน้า	55 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่าง

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างของผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อายุ 18 - 60 ปี ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่าง จำนวน 323 คน มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร เลือกใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G.cochran (1953) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 สัดส่วนประชากร 30% โดยเลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Chi-Square Test

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างของผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ย 5,001 - 10,000 บาท เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่าง เนื่องจาก ต้องการมีรูปร่างที่ดีขึ้น โดยใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างประเภทลดเลือนรอยแตกกลาย ยี่ห้อ Smooth-E ใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างประเภทลดไขมัน/เซลลูไลท์ กระชับผิวกาย ยี่ห้อ Mistine ใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างประเภทลดเลือนรอยแผลเป็น ยี่ห้อ Smooth-E มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างด้วยตนเอง ซื้อมานานครั้ง และจะตัดสินใจซื้อเมื่อมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างผ่านร้านขายปลีกโดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างในระดับปานกลาง มีการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์จากโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งในแต่ละครั้งจะซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างราคาต่ำกว่า 500 บาท โดยดูจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลักผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างซ้ำ แต่ไม่

แนะนำผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างที่ใช้อยู่ให้กับบุคคลอื่นต่อและส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีวิธีการอื่นในการดูแลรูปร่าง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย Chi-Square Test พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลรูปร่างของผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สิ่งที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ (What) คือการใช้ผลิตภัณฑ์ลดเลือนรอยแตกลาย และขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (How) คือการซื้อซ้ำแตกต่างกันจำแนกตามสถานภาพ และอาชีพ

PAYAP UNIVERSITY