

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายของ ผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
ชื่อ	นางสาวพรรณพร พูลสุขโข
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง
วิชาเอก	การตลาด
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรในจังหวัดนนทบุรีจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าทีแบบอิสระ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000-20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นกันแดดมากที่สุด มีการซื้อผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายเมื่อหมดหรือใกล้จะหมด ยี่ห้อที่ซื้อมากที่สุดคือ นิเวีย นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ เน้นคุณภาพของสินค้า มีการซื้อใช้เอง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อคือ ตนเอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ 1 เดือน/ครั้ง และค่าใช้จ่ายในการซื้อ 213.60 บาทต่อครั้ง

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย โดยให้ความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจำเป็นต้องมีการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.), ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่มียี่ห้อรู้จักกันแพร่หลาย ราคาจะแพง, ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายหาซื้อได้สะดวก, การลด, แลก, แจก, แถมผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพศ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแตกต่างกัน แต่พบว่า ด้าน

ความถี่ในการซื้อไม่แตกต่างกัน อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้, อาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ และ ด้านความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ และ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ และ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ และ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ แต่พบว่า การส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อ

Independent Study Title	Attitude and Body Lotion Purchasing Behavior of the Consumers in Nonthaburi Province
Name	Miss Phannaporn Poonsukko
Advisor	Assistant Professor Supa Tongkong
Major	Marketing
Academic Year	2007

ABSTRACT

This objective of this research is to study the attitude on body lotion and body lotion purchasing behavior. This study collected data from a sample group of 400 people who live in Nonthaburi Province. The research too used was questionnaire. The SPSS software for windows was used to analyze data with t-test, ANOVA, and coefficient analysis of Pearson correlation. If a statistical significant difference was found then the Fisher's Least Significant Difference (LSD) was used to test hypothesis for each pair in order to see which pairs are different.

The result of this study found that the majority of samples were female with 25-35 years of age, holding a Bachelor degree, working at officers in private company with monthly income 10,000-20,000 Baht.

The result of the analysis on body lotion purchasing behavior showed that the majority of the samples bought sun-block lotion with large size, when closed or destitute, and the brand regularly the most was NEVIA. Most of the samples bought body lotion from convenience stores with most concerned in product quality and they make their purchasing decisions themselves. The purchasing frequency is mostly once a month with an average cost of 213.60 Baht.

The research also found that the samples has positive attitude toward body lotion and the most important marketing factors are body lotion have to had standard certification from the Food and Drug Administration (FDA), the body lotion that have the well-know brand should have higher price, the body lotion should be available in any places or convenience stores, and the samples mostly concerned on the promotion of giving discount and gift sets or free samples.

The result of the hypothesis testing found that the samples whose were different in gender have different purchasing behavior to purchasing expenditure, but indifferent in purchasing frequency. The samples whose were different in age, education, income, and occupation have different purchasing behavior to both purchasing expenditure and purchasing frequency. On the samples' attitude toward product and place, they have no relationship with purchasing behavior both purchasing expenditure and purchasing frequency. On the samples' attitude toward price, it has moderate relationship with purchasing behavior both purchasing expenditure and purchasing frequency. And on the samples' attitude toward promotion, it has no relationship with purchasing expenditure, but has moderate relationship with purchasing frequency.