

ค่านิยมการมีผิวขาว ความพึงพอใจในสีผิว ทักษะคิดและพฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
ประเภทบำรุงผิวของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร

วารุณี จิรารัตนกุลชัย

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารการตลาด

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤศจิกายน 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ นางสาววราณี จิรารัตนกุลชัย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา
ได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมนุช ปัญญาไพโรจน์)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมนุช ปัญญาไพโรจน์)

.....
(ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์)

.....
(ดร.ปารเมศ วรเศยานนท์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....
(ดร.บุญรอด บุญเกิด)

วันที่ 2 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ ผศ.ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ ที่ได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนกระทั่งงานสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร. สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ อาจารย์ ดร.ปารเมศ วรเศษยานนท์ ผศ.ดร.สันทัต ทองรินทร์ และอาจารย์ ดร.ประภาส นวลเนตร และผู้ให้การสนับสนุนทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณคุณอาจารย์ เจ้าหน้าที่ผู้ประสาน โครงการนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับโปรแกรมการวิเคราะห์ผลการวิจัย (SPSS) และการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ทุกคน ที่ช่วยเหลือทุกอย่างทั้งให้กำลังใจผู้วิจัยตลอดเวลาด้วยความห่วงใยจนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี และขอขอบคุณทุกความห่วงใย และความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมาจากเพื่อนๆ

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อนิธิศน์ คุณแม่ณิชาภรณ์ จิรารัตนกุลชัย และพี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

ท้ายที่สุดขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อย สำหรับองค์การอาหารและยา (อย.) ศคบ. และสถานศึกษา หรือผู้ที่สนใจในการนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ไปใช้ในการเรียนการสอน หรือศึกษาเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

วารุณี จิรารัตนกุลชัย

52921037: สาขาวิชา: สื่อสารการตลาด; นศ.ม. (สื่อสารการตลาด)

คำสำคัญ: ค่านิยมการมีผิวขาว/ ความพึงพอใจในสีผิว/ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว

วารุณี จิรารัตนกุลชัย: ค่านิยมการมีผิวขาว ความพึงพอใจในสีผิว ทักษะคิดและพฤติกรรม
การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร (SKIN
WHITENING VALUE, SKIN COLOR SATISFACTION, ATTITUDE AND CONSUMPTION
BEHAVIORS TO THE SKIN NOURISHING DIETARY SUPPLEMENT PRODUCTS OF
FEMALES IN BANGKOK) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, Ph.D.
118 หน้า. ปี 2554.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ค่านิยมการมีผิวขาว ความ
พึงพอใจในสีผิว ทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว พฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้หญิงใน
กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling)
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานได้แก่ การวิเคราะห์
สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และ สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test)

ผลการวิจัยพบว่า ค่านิยมการมีผิวขาวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ทางลบกับความ
พึงพอใจในสีผิวในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ค่านิยมการมีผิวขาวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์
เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ค่านิยมการมีผิวขาวของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคด้านการ
ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความพึงพอใจในสีผิวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ทางลบกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์
เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวโดยรวมในระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ

ความพึงพอใจในสีผิวของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคด้านการ
ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

52921037: MAJOR: MARKETING COMMUNICATION; M.Com.Arts

(MARKETING COMMUNICATION)

KEYWORD: SKIN WHITENING VALUE/ SKIN COLOR SATISFACTION/ SKIN
NOURISHING DIETARY SUPPLEMENT PRODUCTS

WARUNEE CHIRARATTANAKULCHAI: SKIN WHITENING VALUE, SKIN
COLOR SATISFACTION, ATTITUDE AND CONSUMPTION BEHAVIORS TO THE SKIN
NOURISHING DIETARY SUPPLEMENT PRODUCTS OF FEMALES IN BANGKOK.

ADVISOR COMMITTEE: CHONPUNUCH PUNYAPIROJE, Ph.D., SUCHADA
PONGKITTWIBOON, Ph.D. 118 P. 2011.

The objective of this research is to study the relationship between skin whitening value, skin color satisfaction, attitude towards the skin nourishing dietary supplement products and consumption behavior to the skin nourishing dietary supplement products of females in Bangkok. The sample consisted of 400 female aged 18-35 years old. A multi-stage sampling was used to draw a sample. A set of questionnaires was used to collect the data. The test the hypotheses, Pearson Correlation and Chi-Square Test were employed.

Results showed that there was a statistically significant negative correlation between skin whitening value and skin color satisfaction of the samples at the 0.001 level.

There is a statistically significant positive correlation between skin whitening value and attitude towards skin nourishing dietary supplement products if the samples at the 0.001 level.

There was a statistically significant association between skin whitening value and buying behavior of the skin nourishing dietary supplement products of the samples at the 0.01 level.

There was a statistically significant negative correlation between the skin color satisfaction and attitude towards the skin nourishing dietary supplement products of the samples at the 0.001 level.

There was a statistically significant association between the skin color satisfaction and buying behavior of the skin nourishing dietary supplement products of the samples at the 0.001 level.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ขอบเขตการศึกษา.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับความงาม และความงามในสังคมไทย.....	16
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับตนเอง ความไม่สอดคล้องในตัวตนและการเปรียบเทียบ ทางสังคม.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	32
แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
วิธีการเก็บข้อมูล.....	49
การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล.....	50
4 ผลการวิจัย.....	53
ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา.....	53
ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	76
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	87
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน.....	91
อภิปรายผลการวิจัย.....	92
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	98
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	99
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	115
ภาคผนวก ก.....	107
ภาคผนวก ข.....	108
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	118

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 กลุ่มการปฏิบัติงาน สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร	46
2 การใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน	51
3 ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง	53
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมการมีผิวขาวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม	55
5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่านิยมการมีผิวขาวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อและไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว	56
6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในสีผิวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม	58
7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในสีผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อและไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว	59
8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม	60
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวด้านส่วนประสมทางการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อ และไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว	64
10 ความถี่และร้อยละของตราผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวที่กลุ่มตัวอย่างรู้จัก	67
11 ความถี่และร้อยละของสื่อของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารโดยรวม	68
12 ความถี่และร้อยละพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่าง	69
13 ความถี่และร้อยละของเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว	70
14 ความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่าง	71
15 ความถี่และร้อยละของตราผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ	72
16 ความถี่และร้อยละของสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่าง	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 ความถี่ และร้อยละของความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของ กลุ่มตัวอย่าง.....	74
18 ความถี่และร้อยละของความต่อเนื่องในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว ของกลุ่มตัวอย่าง.....	74
19 ความถี่และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว ของกลุ่มตัวอย่าง.....	75
20 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมการมีผิวขาว และความพึงพอใจในสีผิวของ กลุ่มตัวอย่าง.....	76
21 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมการมีผิวขาว และทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทบำรุงผิวโดยรวม และแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด.....	77
22 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมการมีผิวขาว และพฤติกรรมการบริโภคด้านการซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
23 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมการมีผิวขาว และพฤติกรรมด้านความถี่ในการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	80
24 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมการมีผิวขาว และพฤติกรรมด้านความต่อเนื่องใน การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	80
25 ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมการมีผิวขาว และพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	81
26 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในสีผิว และทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทบำรุงผิวโดยรวมและแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด.....	82
27 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในสีผิว และพฤติกรรมการบริโภคด้านการซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่าง.....	84
28 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในสีผิว และพฤติกรรมด้านความถี่ในการบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	85
29 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในสีผิว และพฤติกรรมด้านความต่อเนื่องใน การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในสีผิว และพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์.....	86

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คำนิยมการมีผิวขาวความพึงพอใจในสีผิว ทักษะคิดและ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิว.....	6
2 องค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง.....	23
3 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	37