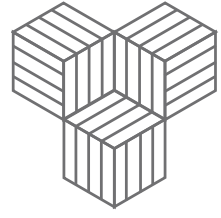


# SME Market Survey

## Survey#02 ความคาดหวังและการรับรู้ ของผู้บริโภคต่อสินค้า เครื่องสำอางจากสมุนไพร ที่ผลิตโดย SME ไทย

SME Policy & Planning Division,  
Office of SMEs Promotion





## SME Market Survey

### รายละเอียดการสำรวจ



## Survey#02

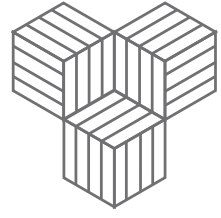
ความคาดหวังและการรับรู้  
ของผู้บริโภคต่อสินค้า  
เครื่องสำอางจากสมุนไพร  
ที่ผลิตโดย SME ไทย

### พื้นที่สำรวจ:

กรุงเทพฯ (200) เชียงใหม่ (150)  
และชลบุรี (150) เนื่องจากเป็น  
พื้นที่ที่มีศักยภาพทางการตลาด  
เป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ และมีกลุ่ม  
ผู้บริโภคหนาแน่น

### กลุ่มเป้าหมาย:

คนในวัยทำงาน ข้าราชการ  
พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ  
ตลอดจนลูกจ้างภาคเอกชน



## เครื่องสำอางสมุนไพร



## ความคาดหวังและการรับรู้ ของผู้บริโภคต่อสินค้า เครื่องสำอางจากสมุนไพร ที่ผลิตโดย SME ไทย

### Question#01 ความคาดหวัง (Expectation) ของผู้บริโภค

หาซื้อง่าย  
มีจำหน่ายทั่วไป

คุณภาพทัดเทียมกับ  
เครื่องสำอางจากเคมี  
หรือสารสังเคราะห์

คุ้มค่า คุ้มราคา

### Question#02 ภาพลักษณ์ ที่ผู้บริโภคนึกถึง (Perception)

สินค้านี้อาจมีหลากหลาย  
ตอบโจทย์ผู้ซื้อได้  
อย่างครบถ้วน

เพราะทำจากสมุนไพร  
จึงไม่เกิดอาการแพ้ /  
การระคายเคือง

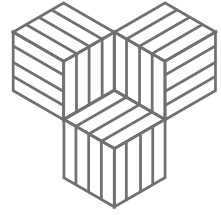
คุ้มค่า คุ้มราคา

### Question#03 จุดที่ต้องปรับปรุง/เสริม เพื่อสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน

มาตรฐานสินค้า

ความสวยงามดูดี  
ของบรรจุภัณฑ์

ช่องทางจำหน่าย  
หลากหลาย ง่าย  
มีขายทั่วไป



# SME Market Survey

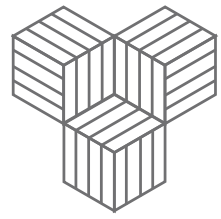
## เครื่องสำอางสมุนไพร

Survey#02

ความคาดหวังและการรับรู้  
ของผู้บริโภคต่อสินค้า  
เครื่องสำอางจากสมุนไพร  
ที่ผลิตโดย SME ไทย

### Consumers' Mind Set จำแนกตามช่วงอายุ

| <19                                     | 20-29   | 30-39 | 40-49                                   | 50-59 | >60   |
|---|---|-------|---|-------|---|
| ซื้อเพราะแบรนด์<br>แพ็คเกจสวยงาม        | สรรพคุณตรงตามโฆษณา + สินค้าหลากหลาย ตอบโจทย์ทุกความต้องการ + มาตรฐาน<br>ความปลอดภัย ไม่แพ้/ระคายเคือง |       |   |       | ราคาเป็นปัจจัยหลัก<br>ในการเลือกซื้อ  |
| สินค้าสะท้อนภาพ<br>ลักษณ์ที่ดีของผู้ใช้ |   |       | ซื้อเพราะแบรนด์<br>แพ็คเกจสวยงาม        |       | ซื้อเพราะแบรนด์<br>แพ็คเกจสวยงาม  |
| ราคาเป็นปัจจัยหลัก<br>ในการเลือกซื้อ    |   |       | สินค้าสะท้อนภาพ<br>ลักษณ์ที่ดีของผู้ใช้ |       | รับรู้ข้อมูลสินค้า<br>จากสื่อโฆษณาน้อย -<br>ไม่กล้าซื้อตัวเอง<br>เชื่อจากคำบอกต่อ |
| ซื้อเพราะเชื่อโฆษณา<br>/ บอกต่อๆ กันมา  |   |       |   |       |   |



# SME Market Survey

## เครื่องสำอางสมุนไพร

Survey#02

ความคาดหวังและการรับรู้  
ของผู้บริโภคต่อสินค้า  
เครื่องสำอางจากสมุนไพร  
ที่ผลิตโดย SME ไทย

### Consumers' Mind Set จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

#### เครื่องสำอางสมุนไพรที่ใช้กับผิวหน้า

กลุ่มช่วงอายุ 20-29 ปี คาดหวังสูงสุดและ  
กล้าทดลองใช้ เพื่อพิสูจน์ว่าเครื่องสำอาง  
สมุนไพรสำหรับผิวหน้าจะไม่ทำให้เกิดการแพ้  
/ ระคายเคือง

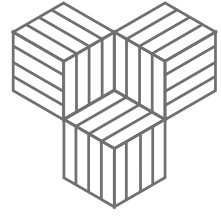
กลุ่มช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่กล้าทดลองใช้  
สินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับผิวหน้า  
เพราะกลัวแพ้ / ระคายเคือง



#### เครื่องสำอางสมุนไพรที่ใช้กับผิวกาย

กลุ่มช่วงอายุ 40-49 ปี คาดหวังสูงสุดว่า  
เครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับผิวกายจะไม่  
ทำให้เกิดการแพ้ / ระคายเคือง

กลุ่มช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่กล้าทดลองใช้  
สินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับผิวกาย  
เพราะกลัวแพ้ / ระคายเคือง



## SME Market Survey

# เครื่องสำอางสมุนไพร



### Question#04

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ  
การตัดสินใจเลือกซื้อ  
เครื่องสำอางสมุนไพร  
ของ SME



## Survey#02

ความคาดหวังและการรับรู้  
ของผู้บริโภคต่อสินค้า  
เครื่องสำอางจากสมุนไพร  
ที่ผลิตโดย SME ไทย

### เชื่อมั่นคุณสมบัติ/คุณภาพสินค้า

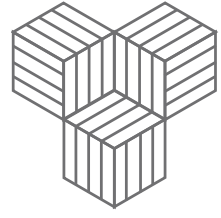
สรรพคุณตามที่โฆษณา / คุณภาพเทียบเท่า  
เครื่องสำอางจากเคมีหรือสารสังเคราะห์

ภาพลักษณ์สินค้า = ภาพลักษณ์ผู้ใช้

คุ้มค่า คุ้มราคา

### ทัศนคติด้านบวกต่อสินค้า

บอกกันปากต่อปาก / อ่านรีวิวออนไลน์ /  
ดารา-เซเลบก็ใช้แบรนด์นี้

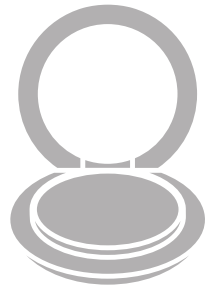


## SME Market Survey

### สรุปประเด็นสำคัญ

## Survey#02

ความคาดหวังและการรับรู้  
ของผู้บริโภคต่อสินค้า  
เครื่องสำอางจากสมุนไพร  
ที่ผลิตโดย SME ไทย



ได้รับรองมาตรฐาน  
ปลอดภัย ปัจจัยแรกที่ผู้ซื้อ  
ตัดสินใจเลือก..ต่อด้วย  
บรรจุภัณฑ์สวย ดูดี เพื่อ  
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ  
ผู้ใช้



ได้ประโยชน์ครบถ้วนตาม  
ที่โฆษณาแล้วอ้าง เพื่อ  
สร้างความเชื่อมั่นใน  
คุณภาพและแบรนด์สินค้า



ปากต่อปาก / รีวิวสินค้า /  
ดาราชะเลบก็ใช้แบรนด์นี้ -  
การตลาดต้นทุนต่ำ  
แต่ได้ผลสูงมาก



เพราะคู่แข่งเยอะ...กิจกรรม  
การตลาดจึงต้องเน้นให้  
ทดลองใช้ พร้อมลดแลก  
แจกแถม สร้างความมั่นใจ  
ว่าใช้แล้วไม่แพ้/ระคายเคือง  
และสร้างการจดจำแบรนด์  
ได้ดียิ่งขึ้น