

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซส ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิศด
ผู้จัดทำ	นางสาวชาริษา พรพิบูลย์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ. ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	สิงหาคม 2555
จำนวนหน้า	72 หน้า
คำสำคัญ	ผู้บริโภค เครื่องสำอาง โอเรียลทอลพรีนเซส พฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ฯลฯ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซสของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซสของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิศด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซส ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรดิศด จำนวน 250 คน

ผู้ตอบแบบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง อายุ 26-30 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และการศึกษาาระดับปริญญาตรี

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซส พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องสำอางกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผิวขาว รู้จักเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซสจากร้านโอเรียลทอลพรีนเซส โดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาทต่อครั้ง นิยมซื้อเครื่องสำอางจากห้างสรรพสินค้า เฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2-3 ชิ้น ซื้อเพื่อความสวยงาม ซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด ชำระค่าเครื่องสำอางด้วยเงินสด และจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซส

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ระดับสูงสุด ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้านราคาให้ความสำคัญ เรื่องความหลากหลาย

ของราคาตามประเภทและขนาดของเครื่องสำอาง คำนวณสถานที่ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาซื้อเครื่องสำอาง และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเรื่องมีระบบสมาชิกที่  
ให้ส่วนลดพิเศษแก่สมาชิก

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซส ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางโอเรียลทอลพรีนเซส ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ แตกต่างกันว่าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมีมาตรฐาน บริษัทควรรักษาชื่อเสียงตรายี่ห้อและควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน นอกจากนี้บริษัทจะต้องทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจประเภทเครื่องสำอางทั้งในประเทศและต่างประเทศมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง