

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยของสตรีในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดลพบุรี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ จำนวน 300 คน ได้มาจากสตรีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี และเคยซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและ (หรือ) ลดริ้วรอย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 สอบถามพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอย และตอนที่ 3 สอบถามระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม 6) ปัจจัยด้านความแตกต่างของตัวบุคคล และ 7) ปัจจัยด้านกระบวนการทางจิตวิทยา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปคำนวณ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีแอลเอสดี

ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความแตกต่างของตัวบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการทางจิตวิทยา ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวม

2.1 สตรีที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่อชิ้น แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 สตรีที่มีอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการเลือกซื้อชนิดผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ การซื้อเพราะเคยได้รับตัวอย่าง ทดลองใช้และชอบในคุณภาพผลิตภัณฑ์ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และความนิยมในการซื้อผลิตภัณฑ์แบบครบชุด แตกต่างกัน แต่มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The purpose of this thesis is to 1) study factors affecting buying decision on whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products for women in the Town Municipality of Lop Buri Province, and 2) compare factors affecting buying decision on whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products for women in the Town Municipality of Lop Buri Province classified by age, marital status, education, occupation, average income per month, and buying behavior on whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products. The samples for this study were 300 women from the age of 15 upward whose domiciles are in the Town Municipality of Lop Buri Province and who have bought whitening facial skin and (or) anti - wrinkle cosmetic products. Questionnaires were employed to collect data, comprising three parts: part one was questions about general data, part two was questions about their buying behavior on whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products, and part three was levels of factors affecting buying decision on whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products, namely: 1) product 2) price 3) place 4) promotion 5) environment 6) individual factors, and 7) psychological process. The data was analysed by Package Computer Program to calculate frequency, percentage, mean ( $\bar{X}$ ), standard deviation (S.D.), t - test, one - way ANOVA and pair different testing by least significant difference (LSD).

This research results were summarized as follows:

1. factors affecting buying decision for whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products for women in the Town Municipality of Lop Buri Province descending from the highest to the lowest respectively were product, individual factors,

2. As a whole, the comparison of factors affecting buying decision for whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products for women in the Town Municipality of Lop Buri Province were as follows:

2.1 women with different buying behavior dependant on price per unit had different factors affecting buying decision for whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products at a level of .05 statistical significance.

2.2 women of different age, marital status, education, occupation, average income per month, buying behavior when choosing types of product, brands, reasons for buying, frequency in buying, buying after receiving sample goods, testing and liking its quality, people being influenced in buying decision, and the popularity of buying products in terms of a set had no different factors affecting buying decision for whitening facial skin and anti - wrinkle cosmetic products at a level of .05 statistical significance.