

54602322 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด/การตัดสินใจซื้อ/เครื่องสำอาง

พัทชนันท์ รุ่งเจริญ:ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง
ของร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

ผศ.ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 120 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และ 2) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้านักที่เป็นสมาชิกร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 340 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของลูกค้าที่เป็นสมาชิกร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมส่วนใหญ่เป็นลูกค้าร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์ 1 – 2 ปี ใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน ไม่กำหนดวันแน่นอนในการใช้บริการ ใช้บริการช่วงเวลา 15.01 – 18.00 น. ใช้เวลาครั้งละ 15 – 30 นาที มีค่าใช้จ่ายในการซื้อระหว่าง 101 – 500 บาท มีการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่เข้าร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์ทุกครั้ง เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์เนื่องจากราคาสินค้าบางประเภทถูกกว่าร้านอื่น มีการแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์ ประเภทเครื่องสำอางที่เลือกซื้อ คือ เครื่องสำอางสำหรับใบหน้า และส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้วยตนเอง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางร้านสวีสวีดีไคเร็กซ์เซลส์มากที่สุด คือ ด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

54602322: MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS: MARKETING MIX FACTORS / DECISION TO PURCHASE / COSMETICS

PATTANAN RUNGCHAROEAN: MARKETING FACTORS THAT AFFECT THE CUSTOMER'S DECISION TO BY COSMETICS AT SAWASDEE DIRECTSALES NAKHONPARTHOM PROVINCE. ADVIROR: ASST. PROF.PHITAK SIRIWONG,Ph.D. 120 pp.

This research aims to study the marketing mix factors which affecting the customer decision to buy cosmetic from sawasdee direct sales shop at Muang Nakhornprathom province has the purposes of 1) studying the market factors influence the decision to purchase cosmetics. 2) studying consumer behavior of sawasdee shop at Muang Nakhornprathom province. 3) To study the relationship between personal behavior in purchasing cosmetics. 4) To study the relationship between personal factors and marketing mix factors affecting the decision to buy cosmetics. And 5) To study the relationship between personal factors and marketing mix factors affecting that the affect decision in buying cosmetics. The population that use in this study is member of sawasdee direct sales shop at Muang Nakhornprathom province branch 340 peoples and use questionnaire as a research tool.

The results of this research showed that buying behavior of customers, most of customer that come to get our service to be member 1-2 years over and come to get service from sawasdee direct sales shop at Muang Nakhornprathom province branch 2 times per month but do not fix the day that come to get service, period of time that come to get service 15.01-18.00 and takes 15-20 minutes at a time, cost of service around 101-500 Bath. The customer have a decision to buy cosmetics in every time they come to get services and reason that make customers decision to buy cosmetics from sawasdee direct sales shop at Muang Nakhornprathom province branch is some cosmetics cheaper than other shop. The kind of cosmetics that customer decision to buy is cosmetics that applied to use for face and mostly customers decision to buy by themselves. The marketing mix factors that influence with customer decision to buy cosmetic from sawasdee direct sales shop at Muang Nakhornprathom province is price. The different of marketing mix factors and personal factors have different buying habits significant of statistic at 0.05



Program of Entrepreneurship
Student's signature.....
Thesis Advisors' signature.....

Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2012

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของร้านสวัสดิ์ไคเร้คเซิลส์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” สามารถสำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตากรุณาจากผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ที่ให้คำปรึกษา แนะนำและส่งเสริมให้กับผู้วิจัยเป็นอย่างมาก คอยดูแลแก้ไขชี้แนะทางในการศึกษาวิจัย ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อแนะนำในการศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของสาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้ และคอยดูแลการดำเนินการในทุก ๆ เรื่อง ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนสำเร็จการศึกษา

ขอบคุณบรรดาเพื่อน ๆ ร่วมชั้นเรียนทุกคนในสาขาการประกอบการ ที่ให้การช่วยเหลือผู้วิจัยใน ทุก ๆ ด้าน และคอยให้กำลังใจตลอดจนเป็นที่ปรึกษาที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นกำลังใจ และแรงบันดาลใจกับทุกท่านที่นำไปศึกษา และเป็นเครื่องบูชาพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้อง บรรดา คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ

