

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเชิงสำรวจ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาคือ วัยรุ่นหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ยามาเน่ (Yamane) ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5 % โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการศึกษาใช้สถิติแบบพรรณนา โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 370 ชุด จำแนกผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาเป็นเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 32.20 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.30 และมีรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.80 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.00 อยากมีสีผิวตามธรรมชาติ รองลงมาคือ ร้อยละ 34.10 อยากมีสีผิวขาว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติรักษาผิวและบำรุงผิวใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 39.10 และ 32.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบเป็นสารอาหาร เช่น วิตามิน แร่ธาตุ คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 13.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางอันตรายที่มีคุณสมบัติช่วยรักษาผิว และช่วยทำให้หน้าขาว ลดฝ้า กระ จุดต่างดำอยู่ในระดับใกล้เคียงกันคือ คิดเป็นร้อยละ 27.10 และ 24.20 ตามลำดับ เฉลี่ยซื้อเครื่องสำอางอันตรายที่ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 80.00 โดยจ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องสำอางอันตรายต่อ

ครั้งที่ต่ำกว่า 200 บาทคิดเป็นร้อยละ 50.10 ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางอันตราย คิดเป็นร้อยละ 55.10 ถ้ามีอาการแพ้เครื่องสำอางอันตรายอาการผิดปกติที่พบคือ สีวขึ้น คิดเป็นร้อยละ 42.70 รองลงมาคือ เกิดผื่นแดงและมีอาการคัน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D.= 0.58) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D.= 0.63) และด้านที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.82) และเมื่อพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกในแต่ละด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D.= 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การที่ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายตามลักษณะการใช้งานของผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D.= 0.80) และมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์และการออกแบบสวยงาม ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D.= 0.84)

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D.= 0.90) และมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.99)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D.= 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีช่องทางการจัดจำหน่ายตามร้านค้า ร้านสะดวกซื้อห้างสรรพสินค้ามีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 (S.D.= 0.84) มีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบตัวแทน ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 (S.D.= 1.21)

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คำแนะนำจากคนใกล้ชิด คนที่มารีวิวบนสื่อทางการตลาด หรือจากตัวแทนจำหน่ายมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D.= 0.92) และมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ผู้นำเสนอสินค้าในโฆษณาเป็นดาราที่ชื่นชอบ ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 (S.D.= 1.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 (S.D.= 0.67) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการประเมินทางเลือก ซึ่งมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.71) และด้านที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านการรับรู้ความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 (S.D.= 0.93) และเมื่อพิจารณากระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกในแต่ละด้านพบว่า

ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 (S.D.= 0.93) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายเพราะดาราที่ห้อมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D.= 1.01) และมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ตัดสินใจใช้เพราะทำให้ผิวขาวใส ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 (S.D.= 1.19)

ด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 (S.D.= 0.88) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน คนใกล้ชิด หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 (S.D.= 0.99) และมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ได้รับข้อมูลจากพนักงาน หรือตัวแทนจำหน่าย ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 (S.D.= 1.10)

ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.71) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D.= 0.86) และมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ พิจารณาจากช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 (S.D.= 0.96)

ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.86) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตัดสินใจจากความพึงพอใจของตัวเองมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D.= 0.87) และมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ตัดสินใจจากการเชิญชวนทางการตลาด ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 (S.D.= 1.15)

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 (S.D.= 0.82) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยเป็นอันดับแรก ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D.= 0.92) และมีระดับความคิดเห็นว่าเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ จะแนะนำบอกต่อหรือให้ข้อมูลต่างๆกับบุคคลอื่น ซึ่งมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.48 (S.D.= 1.13)

วัยรุ่นหญิงที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 3,001-4,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายในด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัยรุ่นหญิงที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 2,001-3,000 บาท และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายในด้านการรับรู้ความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ผู้วิจัยทำการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐาน ซึ่งหมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก และหากส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นจะทำให้กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายเพิ่มขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นจากข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยวัยรุ่นหญิงจะให้ความสนใจกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากที่สุด กล่าวคือ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้มากมายตามคุณสมบัติหรือตามลักษณะการใช้งานในขณะนั้น โดยซื้อจากคำแนะนำจากการพูดปากต่อปาก คำแนะนำจากคนใกล้ชิด จากความคิดเห็นบนสื่อทางการตลาดหรือจาก

ตัวแทนจำหน่ายรวม รองลงมาผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ เมื่อจ่ายเงินซื้อสินค้าไปแล้วก็คาดหวังว่าจะเห็นผลจากการใช้เครื่องสำอางอันตรายอย่างชัดเจนสมราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเลิศชาย เลิศวุฒิ (2553) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาผิว ทาผ้า ทำให้หน้าขาว ของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนหญิงระดับ ปวช. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า วัยรุ่นหญิงจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ซึ่งจากการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทำให้ทราบจุดเด่นทางการตลาดของเครื่องสำอางอันตรายที่วัยรุ่นหญิงตัดสินใจใช้เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควบคุมดูแลผู้ประกอบการ รวมถึงมีมาตรการปราบปรามผู้ประกอบการที่ลักลอบผลิตเครื่องสำอางอันตรายออกมาจำหน่ายได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น และจากการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิงมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีกระบวนการเริ่มตั้งแต่การรับรู้ปัญหาของผิวหนังที่พบเจอ แล้วจึงค่อยเริ่มศึกษาค้นหาข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอันตรายจากบุคคลใกล้ชิด ทีวีบนสื่อออนไลน์ หรือจากการโฆษณาผ่านช่องทางต่างๆ จากนั้นจึงประเมินผลทางเลือกซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่วัยรุ่นหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดโดยจะประเมินทางเลือกจากผลิตภัณฑ์และความต้องการส่วนตัวเป็นหลัก ซึ่งกระบวนการตัดสินใจจะสิ้นสุดลงด้วยการซื้อหรือไม่ซื้อ และเมื่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามาแล้ว จึงจะทำการประเมินผลหลังการซื้อโดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐนิตา ตูจินดา (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นักศึกษามีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าประเทศกลุ่มอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก โดยตัวนักศึกษาเลือกซื้อเครื่องสำอางโดยคำนึงถึงคุณภาพ เลือกซื้อเครื่องสำอางเนื่องจากเคยได้รับสินค้าทดลองมาใช้และเกิดความชื่นชอบ เลือกซื้อเครื่องสำอางโดยคำนึงถึงรีวิวกการใช้สินค้า ซึ่งจากการศึกษานี้ทำให้ทราบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นหญิง อย่างเช่น องค์กรอาหารและยา สำนักงานพื้นที่เขตการศึกษา สถาบันการศึกษาต่างๆ ร่วมกันแก้ไขหาแนวทางในการลดกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายลง อาจเป็นการรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอย่างจริงจัง ปรับเปลี่ยนแนวคิด ค่านิยมของวัยรุ่น ปลุกฝังค่านิยมในเรื่องที่พึงงามทำให้วัยรุ่นทราบว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตไม่ใช่แค่เพียงความงามกับสีผิวแต่ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถควบคู่ไปกับงานพัฒนาศักยภาพที่ต้องเน้นสื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบเลียนแบบ สื่อที่น่าจะช่วยให้มากที่สุดคือสื่อออนไลน์และสื่อบุคคล เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์ข้อ 2 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 รองลงมาคือชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 2,001-3,000 บาท มีระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง ใช้เครื่องสำอางอันตรายที่มีคุณสมบัติรักษาผิวและทำให้หน้าขาวลดฝ้า กระ จุดต่างดํา มีการซื้อเครื่องสำอางอันตรายเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน บางส่วนเคยมีประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางอันตรายซึ่งอาการที่พบมากคือ สิวขึ้น เกิดผื่นแดง และมีอาการคัน แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกมีระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายไม่มากพอที่จะทราบถึงภัยอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้ จึงทำให้ไม่สามารถปฏิบัติเสถียรคุณสมบัติของเครื่องสำอางอันตรายที่สามารถทำให้ผิวหายและหน้าขาวใสได้อย่างรวดเร็วได้ เพราะพบว่ามี การเลือกซื้อเครื่องสำอางอันตรายเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน และจากการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วยระดับชั้น การศึกษา รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย ซึ่งน่าจะเกิดจากการที่ระดับชั้นการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้มีความใกล้เคียงกันมากเกินไป ไม่ได้อยู่ในระดับช่วงที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่น มัธยมศึกษา มหาวิทยาลัย เป็นต้น จึงทำให้ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตราย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐนิตา ตูจินดา (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า เพศ ระดับชั้นการศึกษา คณะที่ศึกษา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา และไม่สอดคล้องกับแนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคลของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ที่กล่าวว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เนื่องจากอายุและระดับชั้น การศึกษาในงานวิจัยนี้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และจากการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้มีผลต่อการบริโภคเครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐนิตา ตูจินดา (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากกลุ่มประเทศอาเซียน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิไลลักษณ์ ชื่นสุขศรี (2556) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์รองพื้นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า อายุและรายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์รองพื้นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีอิทธิพลในชีวิตของคนเราเป็นอย่างมาก สื่อ

โฆษณาสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายมากขึ้น การใช้สมาร์ทโฟน (Smartphone) กลายเป็นเรื่องธรรมดาที่ใครๆก็สามารถทำได้ แม้กระทั่งเด็ก ประกอบกับการตามกระแสนิยม ถ้าคนดังหรือไอดอลในโลกโซเชียล บอกว่าสิ่งไหนดี ผู้รับสื่ออื่นๆ ก็จะต้องสรรหาผลิตภัณฑ์มาให้ได้ ส่วนด้านสถานภาพ ไม่ว่าจะเป็นอย่างไรร ผู้หญิงทุกคนก็ต้องการให้ตนเองดูดี ต้องการความสวยงามทั้งนั้น และแม้ว่าจะไม่มีงบประมาณในการซื้อ บัตรเครดิตก็เป็นทางออกที่จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์มาใช้ก่อนแล้วจึงจ่ายทีหลัง ซึ่งกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาในสังคมสมัยนี้ไปแล้ว ดังนั้นไม่ว่าจะอายุเท่าไร สถานภาพอะไร รายได้เท่าไรก็ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์รองพื้น

จากวัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายได้ร้อยละ 47.50 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ (2558) ที่กล่าวว่า โดยปกติธุรกิจจะความพยายามเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจ และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง นักการตลาดต้องใช้ 4P's หรือส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) เข้ามาช่วยเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของฟิลิ ลักษณะน์ ชื่นสุขศรี (2556) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์รองพื้นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของธูนิดา ตูจันดา (2559) ที่ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านโปรโมชั่นมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง ซึ่งสามารถทำให้ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางอันตรายทราบถึงปัจจัยที่จะทำให้วัยรุ่นหญิงตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายได้ ยิ่งไปกว่านั้น อาจเพิ่มอิทธิพลที่เกี่ยวข้อง เช่น การเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ เพิ่มคุณภาพให้เห็นผลมากยิ่งขึ้น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถหาซื้อได้สะดวกกว่าเดิม หรือเพิ่มการโฆษณาไม่ว่าจะเป็นการรีวิวจากบุคคลที่เคยใช้แล้วเห็นผลมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มกระบวนการตัดสินใจใช้ในอนาคต ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและทันทีกับผู้กระทำผิดไม่ว่าจะเป็นการผลิตหรือการจัดจำหน่าย สร้างจิตสำนึกให้แก่ผู้ประกอบการ มีการให้กำลังใจและชื่นชมผู้ประกอบการที่ทำดี เพิ่มศักยภาพให้กับวัยรุ่นโดยเพิ่มความรู้และสร้าง

ความตระหนัก ควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่องเครื่องสำอางอันตรายให้มากขึ้นและเพียงพอด้วยรูปแบบที่น่าสนใจ เพิ่มเนื้อหาความรู้เรื่องเครื่องสำอางอันตรายสอดคล้องหลักสูตรการเรียนการสอน เพื่อเน้นให้นักเรียนทราบถึงอันตราย และปรับเปลี่ยนทัศนคติด้านค่านิยมของวัยรุ่นในเรื่องของค่านิยมความขาวเพื่อลดพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางอันตราย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย ของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับปานกลาง และมีอาการแพ้เครื่องสำอางอันตราย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรณรงค์การใช้เครื่องสำอางที่ถูกต้องรวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายแก่นักเรียนโดยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและมีความทันสมัย

2. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดนโยบายในการกำกับดูแล ควบคุมผู้ผลิตที่ผลิตเครื่องสำอางอันตรายให้เข้มงวด อาจมีการเพิ่มการตรวจสอบ หรือเพิ่มบทลงโทษให้มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น รวมทั้งกำกับดูแลในส่วนของการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อลดกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่วัยรุ่นเพศหญิงเท่านั้น ฉะนั้นผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะทำนอกเหนือจากวัยรุ่นเพศหญิงด้วย เพราะการใช้เครื่องสำอางอันตรายไม่ได้จำกัดแค่วัยรุ่นเพศหญิงเท่านั้น

2. ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยังมีประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ จึงควรศึกษาในเรื่องของค่านิยม ภาพลักษณ์ การรับรู้ ทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายด้วย

3. ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยโดยสำรวจพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดพิษณุโลก