

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซสด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท โดยตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส จากตัวเอง โดยเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส เพื่อความสวยงาม รองลงมาคือ เพื่อให้ผิวหน้ามีความชุ่มชื้น เพื่อป้องกันแสงแดด เพื่อลดเลือนริ้วรอยให้แลดูจางลง โดยคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรกในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส โดยแยกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส ไม่มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง โอเรียลทอล พรินเซส ในเขตกรุงเทพมหานคร

The objective of this research for study Consumer Behaviors Oriental Princess Consumer buying factors in Bangkok. The sample for this research consists of 400 consumers who used Oriental Princess Cosmetics and live in Bangkok.

The research results are as follows: Most of consumers who have used Oriental Princess Cosmetics in Bangkok are female, age 26-30 years, single, holding a bachelor's degree, company employee and having average income of 10,001-15,000 Baht per month.

Most of consumers made decision to buy Oriental Princess by themselves. The main reason of buying Oriental Princess Cosmetics is for their beauty. The other reasons are for healthy skin, UV protection and wrinkle reducing. Their concern about marketing mix is a major factor of making decision to buy Oriental Princess. Besides, this research found out that the decision to buy Oriental Princess Cosmetics will be categorized by demography such as sex, age, status, education, job and income which have significant in statistic.

The factors to marketing mix including product, price, place and promotion have no relation to buying decision Oriental Princess of metropolitan consumers.