







ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผลคะแนนการ  
ตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

ผู้วิจัยทำการทดสอบการเปรียบเทียบผลคะแนนการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของรายโดยวิธีแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

คือ รายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

คือ รายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

คือ รายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

คือ รายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

คือ รายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

คือ รายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

โดยที่ส่วนประกอบของรายอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อใจใคร่ของเจ้าของราย

วัยรุ่นหญิงที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ ต่ำกว่า 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 ซึ่งกระบวนการตัดสินใจจะสิ้นสุดลงด้วยที่การซื้อหรือไม่ซื้อ และเมื่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามาแล้ว จึงจะทำการประเมินผลหลังการซื้อโดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐนิตา ตูจินดา (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นักศึกษามีความเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าประเทศกลุ่มอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก โดยตัวนักศึกษาเลือกซื้อเครื่องสำอางโดยคำนึงถึงคุณภาพ เลือกซื้อเครื่องสำอางเนื่องจากเคยได้รับสินค้าทดลองมาใช้และเกิดความชื่นชอบ เลือกซื้อเครื่องสำอางโดยคำนึงถึงรีวิวกการใช้สินค้า ซึ่งจากการศึกษานี้ทำให้ทราบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นหญิง อย่างเช่น องค์การอาหารและยา สำนักงานพื้นที่เขตการศึกษา สถาบันการศึกษาต่างๆ ร่วมกันแก้ไขหาแนวทางในการลดกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายลง อาจเป็นการรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอย่างจริงจัง ปรับเปลี่ยนแนวคิด ค่านิยมของวัยรุ่น ปลุกฝังค่านิยมในเรื่องที่ดึงมาทำให้วัยรุ่นทราบว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตไม่ใช่แค่เพียงความงามกับสีผิวแต่ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถควบคู่ไปกับงานพัฒนาศักยภาพที่ต้องเน้นสื่อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ชอบเลียนแบบ สื่อที่น่าจะช่วยให้ได้มากที่สุดคือสื่อออนไลน์และสื่อบุคคล 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 อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน 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 ผู้รับสื่อต่างๆ ก็จะต้องสรรหาผลิตภัณฑ์มาให้ได้ ส่วนด้านสถานภาพ ไม่ว่าจะเป็นอย่างไรรู้ 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 และสอดคล้องกับงานวิจัยของฟิลลิปส์ ชินสุขศรี (2556) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์รองพื้นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของธูนิดา ตูจินดา (2559) ที่ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านโปรโมชั่นมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มวัยรุ่นหญิง ซึ่งสามารถทำให้ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางอันตรายทราบถึงปัจจัยที่จะทำให้วัยรุ่นหญิงตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายได้ ยิ่งไปกว่านั้นอาจเพิ่มอิทธิพลที่เกี่ยวข้อง 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 ฉะนั้นผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไป ควรที่จะทำนอกเหนือจากวัยรุ่นเพศหญิงด้วย เพราะการใช้เครื่องสำอางอันตรายไม่ได้จำกัดแค่วัยรุ่นเพศหญิงเท่านั้น

2. ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยังมีประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจ จึงควรศึกษาในเรื่องของค่านิยม ภาพลักษณ์ การรับรู้ ทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอางอันตรายด้วย

3. ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยโดยสำรวจพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดพิษณุโลก