

การศึกษาเรื่องความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอางใน  
เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาเรื่องความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอางในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่สามารถนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณท่านแรกที่ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณคือ ผศ.ดร.พัลลภา ปีติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและแนะนำด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน ให้ความช่วยเหลือในการตรวจทานแก้ไขเนื้อหา รวมถึงชี้แนะแนวทางการจัดทำ การศึกษาอิสระ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ออกมาอย่างสมบูรณ์ที่สุด

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญมาโดยตลอด ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ และพี่ๆ ที่ช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ช่วยประสานงานเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยเสมอมา และขอขอบคุณนักศึกษาเพศหญิงผู้เข้าร่วมงานวิจัยทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลอย่างเต็มใจ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต หรือเป็นแนวทางในการนำไปในการพัฒนาธุรกิจ หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

ณัฐกานต์ มหาตมวดี

การศึกษาเรื่องความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอางในเรื่องปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด

APPLYING FACTOR OF MARKETING MIX AFFECTING THE COSMETICS BRAND LOYALTY OF FEMALE STUDENTS.

ณัฐกานต์ มหาตมวดี 5850090

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ราชา มากันธา, Ph.D., สุพรรณณี วาทยากร, MSMC.

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผล ต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง จำนวน 30 คน ที่ซื้อ ในตราสินค้าเดิม 1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน และมีการซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และต้อง แนะนำหรือบอกต่อคนอื่น ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ใน มหาวิทยาลัยรัฐบาลมหาวิทยาลัยรัฐบาล (ภาคภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเอกชน และ มหาวิทยาลัยเอกชน (ภาคภาษาอังกฤษ) ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยเก็บข้อมูลจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แสดงการ เชื่อมโยงระหว่างข้อมูลดิบ ผ่านการให้รหัสแบบเปิด (open-coding) และการให้รหัสตามแนวคิดที่ สัมพันธ์กัน (axial-coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนักการ ตลาดและผู้ประกอบการเป็นแนวทางนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์กับธุรกิจของตนได้และเพื่อเพิ่ม ยอดขาย

คำสำคัญ: ความภักดีต่อตราสินค้า/ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด/สัมภาษณ์เชิงลึก/รหัสแบบเปิด/ รหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน

## สารบัญ

|  | หน้า      |
|--|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ  | ข         |
| บทคัดย่อ   | ค         |
| สารบัญตาราง  | ช         |
| <b>บทที่ 1</b>   | <b>1</b>  |
| <b>บทนำ</b>  |           |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญ                                      | 1         |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย                                | 2         |
| 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                              | 2         |
| 1.4 ขอบเขตของการศึกษา                                      | 2         |
| 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ                                      | 3         |
| <b>บทที่ 2</b>   | <b>4</b>  |
| <b>เอกสารงานวิจัย แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>      |           |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า      | 4         |
| 2.2 แนวคิดการวัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำ | 5         |
| 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาด        | 6         |
| 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย                                     | 8         |
| 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                  | 9         |
| <b>บทที่ 3</b>   | <b>11</b> |
| <b>วิธีดำเนินการวิจัย</b>                                  |           |
| 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย                                 | 11        |
| 3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง                      | 12        |
| 3.3 เครื่องมือหรือเทคนิคในการดำเนินงานวิจัย                | 12        |
| 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล                                | 12        |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล                                     | 13        |
| <b>บทที่ 4</b>   | <b>14</b> |
| <b>ผลวิจัย</b>   |           |
| 4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง    | 14        |
| 4.2 ผลจากการวิจัย  | 82        |

## สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า       |
|---|------------|
| <b>บทที่ 5</b>  |            |
| <b>สรุปผลงานวิจัย และข้อเสนอแนะ</b>   | <b>85</b>  |
| 5.1 ด้านผลิตภัณฑ์   | 85         |
| 5.2 ด้านราคา  | 86         |
| 5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  | 86         |
| 5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด  | 86         |
| 5.5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย   | 87         |
| 5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย  | 87         |
| <b>บรรณานุกรม</b>   | <b>89</b>  |
| <b>ภาคผนวก</b>  | <b>92</b>  |
| ภาคผนวก ก เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมงานวิจัย และหนังสือแสดง<br>เจตนายินยอมเข้าร่วมงานวิจัย | 93         |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถาม   | 97         |
| ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์  | 99         |
| <b>ประวัติผู้วิจัย</b>  | <b>111</b> |

## สารบัญตาราง

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 4.1   | แสดงตารางการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (มหาวิทยาลัยรัฐบาล,มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเตอร์, มหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยอินเตอร์) | 14   |
| 4.2   | แสดงตารางการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1   | 15   |
| 4.3   | แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน  | 16   |
| 4.4   | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 1   | 18   |
| 4.5   | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 2   | 18   |
| 4.6   | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 3   | 19   |
| 4.7   | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 4   | 20   |
| 4.8   | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 5   | 21   |
| 4.9   | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 6   | 22   |
| 4.10  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 7   | 22   |
| 4.11  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 8   | 23   |
| 4.12  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 9   | 24   |
| 4.13  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 10  | 25   |
| 4.14  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 11  | 26   |
| 4.15  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 12  | 26   |
| 4.16  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 13  | 27   |
| 4.17  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 14  | 28   |
| 4.18  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 15  | 28   |
| 4.19  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 16  | 29   |
| 4.20  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 17  | 30   |
| 4.21  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 18  | 31   |

## สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตาราง |  | หน้า |
|-------|--|------|
| 4.22  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 19   | 32   |
| 4.23  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 20   | 33   |
| 4.24  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 21   | 34   |
| 4.25  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 22   | 34   |
| 4.26  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 23   | 35   |
| 4.27  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 24   | 36   |
| 4.28  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 25   | 37   |
| 4.29  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 26   | 37   |
| 4.30  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 27   | 38   |
| 4.31  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 28   | 39   |
| 4.32  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 29   | 39   |
| 4.33  | รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 30   | 40   |
| 4.34  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 | 42   |
| 4.35  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2 | 43   |
| 4.36  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3 | 44   |
| 4.37  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 | 45   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 4.38  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5  | 47   |
| 4.39  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6  | 48   |
| 4.40  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7  | 49   |
| 4.41  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8  | 50   |
| 4.42  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9  | 51   |
| 4.43  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10 | 52   |
| 4.44  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11 | 53   |
| 4.45  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12 | 54   |



## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 4.46  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13 | 55   |
| 4.47  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14 | 56   |
| 4.48  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15 | 57   |
| 4.49  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16 | 58   |
| 4.50  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17 | 59   |
| 4.51  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18 | 60   |
| 4.52  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19 | 62   |
| 4.53  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20 | 63   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 4.54  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21 | 64   |
| 4.55  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22 | 65   |
| 4.56  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23 | 66   |
| 4.57  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 | 67   |
| 4.58  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25 | 68   |
| 4.59  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26 | 70   |
| 4.60  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27 | 71   |
| 4.61  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28 | 72   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 4.62  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวความคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 | 73   |
| 4.63  | แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวความคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30 | 74   |
| 4.64  | แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวความคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)   | 75   |



## สารบัญรูปภาพ

ภาพ

หน้า

2.4

แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

8





## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ตลาดเครื่องสำอางในปี 2557 ที่ผ่านมามีการเติบโตแบบก้าวกระโดดเฉลี่ย 10% จากปี 2556 โดยมีมูลค่าตลาดรวม 2.4 แสนล้านบาท แบ่งเป็นการจำหน่ายในประเทศ 1.4 แสนล้านบาท และส่งออก 1 แสนล้านบาท และตลาดเครื่องสำอางของประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งทางการตลาด 40% กลุ่มประเทศอาเซียน (Global Trade Atlas, 2015). ขณะที่ภายหลังจากการเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 ธุรกิจเครื่องสำอางมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น และในปี 2559 มูลค่าตลาดเครื่องสำอางจะสามารถขยายตัวได้กว่าร้อยละ 15 และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าในปี 2563 มูลค่าตลาดรวมจะเติบโตกว่าเท่าตัว โดยเฉพาะภาคการส่งออก (ข่าวสดรายวัน, 2558) จากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มสภาพของตลาดสินค้าประเภทเครื่องสำอางนั้นมีแนวโน้มที่ดี

เมื่อตลาดเครื่องสำอางเติบโตขึ้นทำให้มีแบรนด์ต่างๆจำนวนมากที่วางขายในตลาด (Euromonitor, 2559). โดย Global Trade Atlas. (2012) ได้มีการแบ่งตลาดเครื่องสำอางเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ตลาดระดับบน เป็นสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงไม่สามารถผลิตเองได้ภายในประเทศ มีวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป (ร้อยละ 31.6) ประเทศสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 20.3) เป็นต้น

ตลาดระดับกลางถึงระดับล่าง เป็นสินค้าที่มีการผลิตในประเทศ หรือประเทศใกล้เคียง เป็นส่วนใหญ่ มีวางจำหน่ายโดยการขายตรง จำหน่ายควบคู่กับการให้บริการความงามและมีการวางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายยา แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศจีน และประเทศเวียดนาม

จากประเด็นต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า ตลาดการแข่งขันของเครื่องสำอางมีศักยภาพในการแข่งขันที่สูง และมีหลายแบรนด์มากที่อยู่

ในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่มากในการเลือกซื้อ และเกิดการเปลี่ยนแบรนด์ได้ง่าย (Brand Switching) (Lidia, 2010). เพราะฉะนั้นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเครื่องสำอางอยู่รอดในภาวะตลาดที่แข่งขันกันสูง คือการทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง
2. เพื่อศึกษาความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง
2. เพื่อให้ผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ได้ทราบถึงความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง
3. เพื่อให้ผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้เป็นแนวทางนำไปใช้กับธุรกิจของตนได้เพื่อเพิ่มยอดขายและให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตราสินค้า

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1. การศึกษานี้มุ่งเน้นทำการศึกษากลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่ใช้เครื่องสำอางประเภท Make up ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรัฐบาล มหาวิทยาลัยรัฐบาล (ภาคภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยเอกชน (ภาคภาษาอังกฤษ) โดยต้องซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิม 1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน และมีการซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
2. เครื่องสำอางประเภท Make up ได้แก่
  - 2.1 สำหรับผิวหน้า เช่น รองพื้น คอนซีลเลอร์ แป้งทาหน้า บัดแก้ม
  - 2.2 สำหรับตา เช่น มาสคาร่า อายแชโดว์ เขียนขอบตา สำหรับคิ้ว
  - 2.3 สำหรับริมฝีปาก เช่น ลิปสติก ลิปกลอส

3. พื้นที่ในการทำการศึกษางานวิจัย อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเท่านั้น
4. ระยะเวลาในการศึกษา ดำเนินเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – เดือนตุลาคม 2559

### 1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ (Name), คำ (Term), สัญลักษณ์ (Symbol), การออกแบบ (Design) ที่จะบอกว่าเป็นสินค้าหรือบริการหนึ่งๆเป็นของใคร มีเอกลักษณ์และความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร (Kotler, 2000).

2. ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และหรือตรงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา (บุริม โอทกานนท์, 2552).

3. เครื่องสำอาง (Cosmetics) หมายถึง ผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงแต่งเพื่อใช้บนผิวหนัง หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย โดยใช้ทา ถู นวด ฟัน หรือโรย ส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม หรือเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ รวมทั้งเครื่องประพินผิวต่างๆ ด้วย (กรมอุตสาหกรรม, 2551).

4. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ เพื่อตอบสนองและความพึงพอใจแก่ลูกค้า และเพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler, 1997).

5. นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ทั้งมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนทั้งภาคไทยและภาคอินเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



## บทที่ 2

### เอกสารงานวิจัย แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำการศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเรื่องความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอางในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการศึกษาโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อประกอบในการทำงานและช่วยชี้นำทิศทางการศึกษา โดยมีประเด็นในการนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า
2. แนวคิดในการวัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
4. กรอบแนวคิดงานวิจัย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า

Aaker. (1991). ให้ความหมายของความภักดีต่อตราสินค้าว่า เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าโดยแสดงออกถึงความยึดมั่น เป็นองค์ประกอบคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ซึ่งถือว่ามีความสำคัญมาก และจะแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอื่นหรือไม่ เพราะถ้าหากผู้บริโภคไม่รับรู้หรือไม่เห็นถึงความแตกต่างในแต่ละตราสินค้า ก็จะเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปเลือกซื้อตราสินค้าอื่น และยังเป็นองค์ประกอบหลักที่ส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำ และซื้ออย่างต่อเนื่อง

Mowen & Minor. (1998). ให้ความหมายของความภักดีต่อตราสินค้าว่า เป็นทัศนคติในเชิงบวกที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า เนื่องจากตราสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพันไปกับตราสินค้า และก่อให้เกิดการซื้อซ้ำในตราสินค้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต

กิตติ สิริพัลลภ. (2542). กล่าวถึงความหมายของความภักดีต่อตราสินค้า คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ซึ่งเกิดจากการนึกถึง ความเชื่อมั่น หรือตรงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำในตราสินค้านั้นอย่างต่อเนื่องตลอดมา

จากบทความข้างต้นสามารถสรุปความหมายของความภักดีต่อตราสินค้าได้ดังนี้ ความภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า อันเนื่องมาจากตราสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพัน ยึดมั่น เชื่อถือต่อตราสินค้า ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำและการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง

## 2.2 แนวคิดการวัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

แนวทางการวัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำนั้น สามารถแบ่งออกเป็นสองแนวคิดย่อย คือ การวัดโดยการแบ่งสัดส่วนการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Proportion-of-Purchase Measure) และการวัดลำดับการซื้อสินค้า (Sequence-of-Purchase Measure)

ปิยะวรรณ พุ่มโพธิ. (2542). กล่าวว่า แนวคิดเรื่องการแบ่งสัดส่วนการซื้อ (Proportion-of-Purchase Measure) ได้มีนักการตลาดและนักวิชาการหลายท่านเสนอการวัดความภักดีต่อตราสินค้าโดยวิธีนี้ เช่น Cunningham. (1956). ได้ให้แนวคิดในการพิจารณาถึงจำนวนร้อยละของการซื้อทั้งหมดที่มีต่อการซื้อตราสินค้าเดียว โดยต้องมีพฤติกรรมการซื้อสินค้ามากกว่าร้อยละ 50 ของการซื้อสินค้าทั้งหมด Charlton and Ehrenberg (1978) ได้เสนอแนวคิด Two-Thirds Criterion คือ ผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อตราสินค้าจะซื้อสินค้าตราเดิม 4 ครั้งหรือมากกว่านั้นในระยะเวลา 6 สัปดาห์ โดยที่ไม่มีกิจกรรมทางการตลาดมาเกี่ยวข้องเลย และ Cunningham. (1956). ได้เสนอ Dual Brand Loyalty และ Triple Brand Loyalty ที่ใช้ในการวัดความภักดีต่อตราสินค้าโดยการดูจากเปอร์เซ็นต์ของการซื้อสินค้าทั้งหมดว่าตราสินค้าใดได้รับการซื้อบ่อยที่สุดสองและสามตราสินค้า

ในงานวิจัยเล่มนี้เลือกการวัดโดยลำดับของการซื้อ (Sequence-of-Purchase Measure) มาใช้วัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำ โดยต้องซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิม 1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน (ดวงขวัญ สาครชลธาร, 2554). และมีการซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นต้องมีความตั้งใจและยินดีที่จะการบอกต่อและแนะนำคนอื่น (Words of mouth) (Jones & Sasser, 1995).

## 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

Kotler. (1997). กล่าวว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งบริษัทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่บริษัทต้องการเสนอขายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีทั้งคุณค่าหรือประโยชน์ทางด้านกายภาพ (Functional benefits) หรือคุณค่าทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional benefits) และต้องมีมูลค่า (Values) ในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย

1.1 คุณภาพ (Quality) หมายถึง ระดับที่กำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รูปร่างลักษณะ และความเหมาะสมในการใช้งาน ตลอดจนถึงจุดดีของผลิตภัณฑ์

1.2 บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง สิ่งที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ สามารถดึงดูดและกระตุ้นผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า หากบรรจุภัณฑ์สินค้าไหนมีลักษณะโดดเด่นกว่าก็จะทำให้ผู้บริโภคสนใจ และกลายเป็นตัวเลือกในอันดับแรก (ปีทมา เลหาสินณรงค์, 2555).

1.3 แหล่งที่ผลิต (country of origin) หมายถึง ประเทศที่ผลิตหรือนำเข้าของสินค้า พบว่าประเทศที่ผลิตสินค้านั้นมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค (Sadrudin & Alain, 1995).

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาในรูปแบบเงิน หรืออาจหมายถึงจำนวนเงิน นักการตลาดต้องคำนึงถึงการตั้งราคา และการปรับปรุงราคาเพื่อให้มูลค่าของตัวสินค้านั้นมีค่ามากกว่าราคาของสินค้า ดังนั้นกลยุทธ์การกำหนดราคาจะต้องคำนึงถึงมูลค่าของสินค้าที่ผู้บริโภคยอมรับได้ โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539) ได้อธิบายถึงกลยุทธ์การกำหนดราคา ได้แก่

2.1 กลยุทธ์ราคาตามระดับราคาและคุณภาพ (Price-quality Pricing Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่ใช้สำหรับกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด กำหนดราคาโดยเปรียบเทียบระดับคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ของกิจการกับของคู่แข่ง

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด โดย Zeithaml, Parasuraman & Berry. (1990). ได้อธิบายการให้บริการผ่านช่องทาง การจัดจำหน่าย ดังต่อไปนี้

3.1 การให้บริการผ่านร้านค้า (Outlet) หมายถึง การเปิดร้านในชุมชนและขยายบริการออกไป เพื่อให้เกิดการบริการสูงสุด

3.2 การให้บริการถึงที่บ้านผู้บริโภคหรือสถานที่ที่ต้องการ หมายถึง มีพนักงานไปให้บริการถึงบ้านหรือสถานที่ที่ผู้บริโภคสะดวก

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน หมายถึง การขยายธุรกิจผ่านแฟรนไชส์ หรือตัวแทนจำหน่าย

3.4 การบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างพฤติกรรมการซื้อ และทัศนคติ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาดเพื่อบอกให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดและพยายามชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 4 ส่วน โดย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539). ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) หมายถึง การเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายจะต้องเข้าพบปะกับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้นับว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยไม่ได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

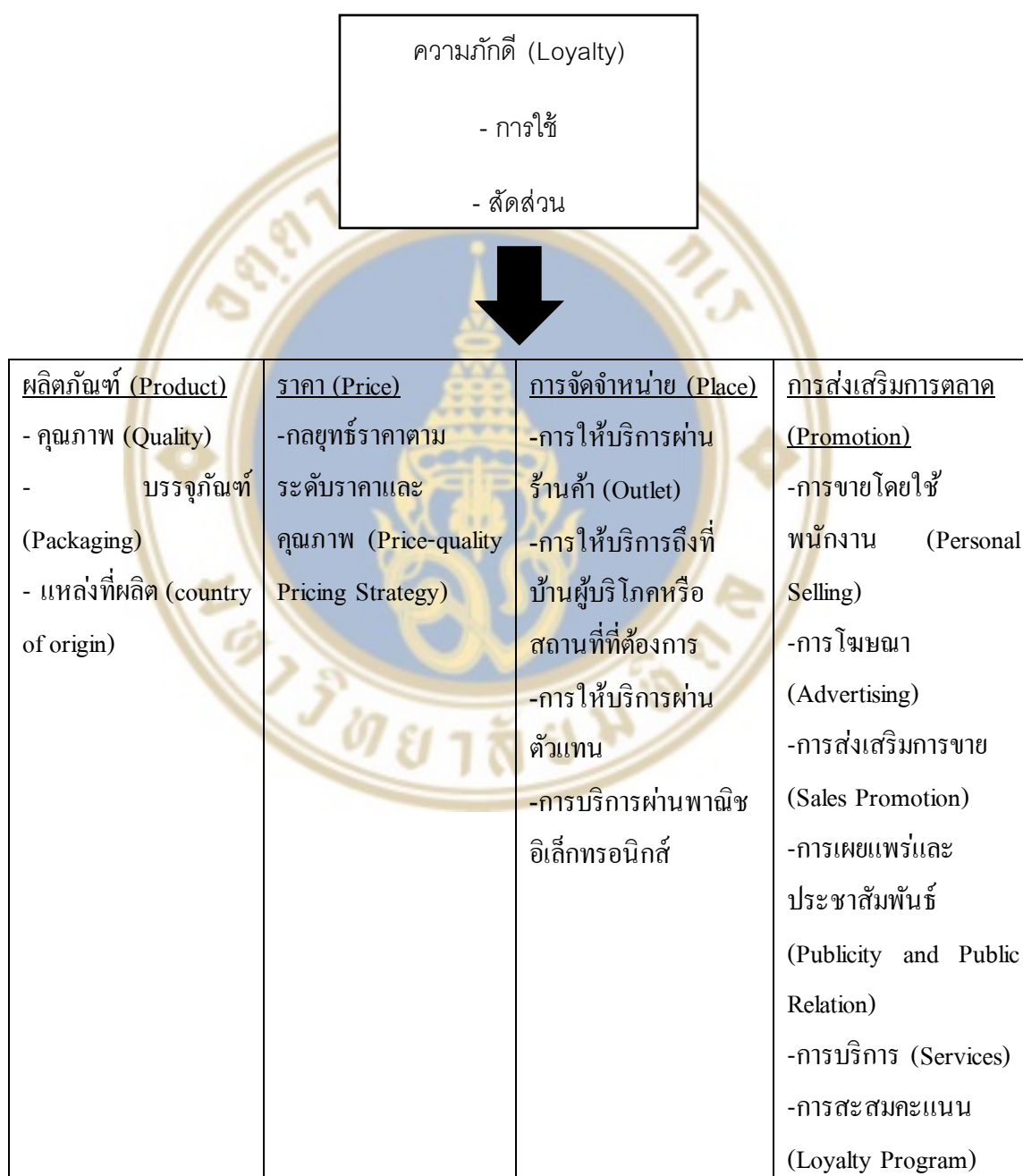
4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า เพื่อเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้านั้น การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคูปองของแถม การให้ส่วนลดเพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่างๆ และส่วนลดต่างๆ ฯลฯ

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของ กิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับ การยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม

4.5 การบริการ (Services) หมายถึง การให้บริการก่อนการขาย คือการอธิบายคุณลักษณะที่ดีและการใช้ของสินค้าเพื่อเป็นการเชื่อเชิญให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า การบริการขณะขาย คือการสาธิตให้ผู้บริโภคทดลองก่อนตัดสินใจซื้อ และการบริการหลังการขายสินค้าให้กับผู้บริโภค

4.6 การสะสมคะแนน (Loyalty Program) หมายถึง การเน้นความภักดีจากผู้บริโภคด้วยการให้สิทธิประโยชน์สะสมทุกครั้งที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

## 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 2.4 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรประภา สุกสวัสดิ์. (2555). ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ รวมทั้งเพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและผลกระทบของคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยสุ่มตัวอย่างจากประชากรเพศหญิงที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะเปลี่ยนตราสินค้าใหม่ เมื่อมีตราสินค้าออกใหม่ตามคุณสมบัติที่ต้องการ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อประเภทของผลิตภัณฑ์ (ความถี่) ในการตัดสินใจซื้อ และผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อความถี่ ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความถี่ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีในแต่ละตราสินค้าคุณค่าตราสินค้าด้านการรู้จักตราสินค้าของเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีมีผลต่อประเภทของผลิตภัณฑ์และผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี คุณค่าตราสินค้าด้านคุณภาพที่รับรู้ของเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีมีผลต่อความถี่ในการใช้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี และพบว่าคุณค่าตราสินค้าด้านความผูกพันกับตราสินค้าของเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีในแต่ละตราสินค้า และมีผลต่อความถี่ในการใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี

พรพิมล สุภชัยสมานพันธ์. (2547). ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคซ้่าไอศกรีมแตรี่ควีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่มีผลต่อแนวโน้มการบริโภคซ้่าไอศกรีมแตรี่ควีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคที่ซื้อหรือเคยซื้อไอศกรีมแตรี่ควีนจากสาขาหรือร้านไอศกรีมแตรี่ควีนที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ด้านความจงรักภักดีต่อตราสินค้าแตรี่ควีนของผู้บริโภคโดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในระดับปานกลาง ด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคด้าน

แนวโน้มการบริโภคข้าวไอศกรีมเค็มมีแนวโน้มบริโภคเพิ่มขึ้น ปัจจัยด้านสวนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการบริโภคข้าว ด้านความแน่นอนในอนาคตในการบริโภค

ณัฐธิดา โพธิ์ประเสริฐ. (2556). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อสตีกเกอร์ไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อ สตีกเกอร์ไลน์ และ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคที่ซื้อสตีกเกอร์ไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสตีกเกอร์ไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบ เจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในเอกลักษณ์ตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับคุณค่าตราสินค้า (ด้านการแสดงออก/ คุณค่าทางสังคม ด้านคุณค่าที่เป็นประโยชน์ใช้สอย ด้านคุณค่าทางอารมณ์ ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ) และความพึงพอใจในคุณค่าตราสินค้า (ด้านการแสดงออก/ คุณค่าทาง สังคม ด้านคุณค่าที่เป็นประโยชน์ใช้สอย ด้านคุณค่าทางอารมณ์ ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ) มีความสัมพันธ์ กับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งทำการศึกษาเรื่อง ความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอางในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ตัวต่อตัวกับนักศึกษาเพศหญิง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ โดยแบ่งขั้นตอนและขอบเขตการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย
2. ผู้ที่เข้าร่วมวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือหรือเทคนิคในการดำเนินงานวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงระดับปริญญาตรีที่ใช้เครื่องสำอางประเภท Make up จำนวน 30 คนที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล มหาวิทยาลัยรัฐบาล (ภาคภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยเอกชน (ภาคภาษาอังกฤษ) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมกรซื้อซ้ำ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ด้วยวิธี Content Analysis (การวิเคราะห์เนื้อหา) โดยวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้ตามข้อความที่ปรากฏ ไม่ใช่ข้อความหรือคำที่ผู้วิจัยตีความได้เอง (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) และนำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์มา ถอดรหัสแบบเปิด (Open Coding) หา รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) เพื่อค้นหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องสำอาง



### 3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้เป็นกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงระดับปริญญาตรีในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้เครื่องสำอางประเภท Make up ที่ซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิม 1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน และซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง (ดวงขวัญ ศาครชลธาร, 2554).

### 3.3 เครื่องมือหรือเทคนิคในการดำเนินงานวิจัย

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการสอบถามนักศึกษาเพศหญิงระดับปริญญาตรี โดยสอบถาม ข้อมูลดังนี้ พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางประเภท Make up ปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาดด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า รวมถึงข้อมูลส่วนตัวที่สามารถให้ได้

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากนักศึกษาเพศหญิงระดับปริญญาตรีมีคำถามหลักๆ ดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางประเภท Make up
  - ชื่อสินค้าเครื่องสำอางประเภท Make up บ่อยแค่ไหน
  - ชื่อสินค้าเครื่องสำอางประเภท Make up สำหรับส่วนไหนมากที่สุด เช่น ผิวหน้า

ตา रिमिफाक

- ปัจจุบันใช้หรือซื้อเครื่องสำอางประเภท Make up ยี่ห้ออะไร

2. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด

#### 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

- คุณภาพของผลิตภัณฑ์แบบไหนที่ทำให้อยากซื้อสินค้า
- บรรรยากาศของผลิตภัณฑ์ทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร
- ได้ศึกษาแหล่งที่ผลิตของสินค้าก่อดัดสินใจซื้อหรือไม่ อย่างไร

#### 2.2 ด้านราคา

- ราคาเฉลี่ยต่อชิ้นของสินค้าเครื่องสำอางที่สามารถซื้อได้
- มีการเปรียบเทียบราคาหรือไม่ก่อนซื้อสินค้า

#### 2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ชื่อสินค้ามาจากช่องทางการจัดจำหน่ายไหน

- เพราะเหตุใดถึงซื้อจากช่องทางจัดจำหน่ายนี้

#### 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การขายโดยใช้พนักงานทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร
- การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่างๆทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่

อย่างไร

- การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ของแถม ทำให้อยากซื้อสินค้า

หรือไม่ อย่างไร

- การสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการทำให้อยากซื้อสินค้า

หรือไม่ อย่างไร

#### 3. คำถามเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า

- ถ้าไม่มีสินค้านี้จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่นหรือไม่
- จะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าให้กับผู้อื่นหรือไม่

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดรหัสแบบเปิด (Open Coding) หาคีย์แนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) โดยต้องมีการอ่านและทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์ จากนั้นทำการจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้ด้วยวิธี Coding จากนั้นระบุรูปแบบ หาความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหรือแต่ละกลุ่ม สุดท้ายจึงตีความข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ โดยพิจารณาจาก ความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งเปรียบเทียบกับทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาอธิบายสิ่งที่ค้นพบ (มณีรัตน์ บุญมรรษะ และ วัลลภญกรณ์ ทวีรุจนะ, 2556)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

บทนี้เป็นการนำเสนอผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักศึกษาเพศหญิงทั้ง 30 คน และพบว่ามี่ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ทำให้เกิดความภักดีต่อสินค้าเครื่องสำอาง โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง

1. หลังจากสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คนเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงถอดเทปเป็นบทสนทนา และนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงในตารางบทสนทนาตามตารางที่ 4.1

**ตารางที่ 4.1** แสดงตารางการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (มหาวิทยาลัยรัฐบาล, มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเตอร์, มหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยอินเตอร์)

| ชื่อกลุ่มตัวอย่าง.....มหาวิทยาลัย ..... |                       |                           |
|---|-----------------------|---------------------------|
| ผู้สนทนา                                | บทสนทนาจากการตอบคำถาม | รหัสแบบเปิด (Open Coding) |
|   |                       |                           |

2. จากนั้นจึงอ่านบทสนทนาอย่างละเอียดเพื่อจับและแยกประเด็นต่างๆที่เป็นประเด็นสำคัญให้ครบถ้วน สามารถให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ได้ ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงตารางการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

| บทสัมภาษณ์ | รหัสแบบเปิด (Open Coding)  |
|------------|--|
|            | <p><b>ประเภทเครื่องสำอางที่ซื้อ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก</li> <li>- รองลงมาคือบลัชออน</li> <li>- อันดับสามคือแป้งพัฟ</li> </ul> <p><b>ความถี่ในการซื้อ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง</li> </ul> <p><b>ยี่ห้อที่ซื้อ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บลัชออนและอายแชร์โควใช้ของ Oriental Princess</li> <li>- ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind</li> </ul> <p><b>คุณภาพของผลิตภัณฑ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บลัชออน ต้องดีทน</li> <li>- เนื้อลิปสติกทาแล้วยังคงให้ความชุ่มชื้น</li> <li>- ลิปสติกทาแล้วต้องดีทน</li> </ul> <p><b>บรรจุภัณฑ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชอบแบบที่พกพาได้สะดวก</li> </ul> <p><b>แหล่งที่ผลิต</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตสินค้าก่อนซื้อ</li> </ul> <p><b>ราคา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาไม่เกิน 350 บาท</li> <li>- มีเปรียบเทียบราคาก่อน</li> <li>- ราคาเหมาะสม ไม่แพง</li> </ul> <p><b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อมาจาก eve and boy</li> </ul> |

ตารางที่ 4.2 แสดงตารางการจับประเด็นสำคัญจากการถอดเทปกลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 (ต่อ)

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เพราะมีครบ และมีให้เลือกหลายยี่ห้อ</li> <li>- ราคาไม่แพง ถูกกว่าร้านค้าข้างนอก</li> </ul> <p><b>การส่งเสริมการตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ้าพนักงานแนะนำเราก็ทำให้เราอยากซื้อสินค้า</li> <li>- เมื่อเห็นโฆษณาก็อยากลองสินค้า</li> <li>- ถ้าลองแล้วตรงตามความต้องการ ก็ซื้อเลย</li> <li>- มีโปรโมชั่นก็ทำให้อยากซื้อสินค้า</li> <li>- ไม่ค่อยสนใจบัตรสะสมคะแนน</li> </ul> <p><b>การแนะนำบอกต่อ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแนะนำบอกต่อกับเพื่อนๆ</li> <li>- อย่างลิปสติกของ Wet n Wind</li> <li>- บอกต่อว่าลิปสติกสีสวย ติดทน</li> </ul> <p><b>พฤติกรรมความภักดีของสินค้า</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ก็เปลี่ยนไปลองยี่ห้ออื่น</li> <li>- แต่ถ้ามีของกลับมาาก็กลับไปซื้อยี่ห้อเดิม</li> </ul> |
|--|--|

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ครบแล้ว จึงทำการจับกลุ่มรหัสแบบเปิด(Open Coding)ที่มีความคล้ายคลึงกันเพื่อความสะดวกในการเชื่อมโยงลำดับความคิด ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คนพบว่า มีจำนวนรหัสแบบเปิดตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

| ลำดับของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวนรหัสแบบเปิด (หน่วย:รหัส) |
|-----------------------|-------------------------------|
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1  | 28                            |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2  | 33                            |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3  | 32                            |

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนรหัสแบบเปิด (Open Coding) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (ต่อ)

|                       |    |
|-----------------------|----|
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4  | 26 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5  | 30 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6  | 30 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7  | 24 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8  | 25 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9  | 30 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10 | 34 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11 | 33 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12 | 29 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13 | 26 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14 | 23 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15 | 24 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16 | 34 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17 | 36 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18 | 29 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20 | 31 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21 | 27 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26 | 26 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30 | 29 |

เพื่อให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) ของแต่ละบทสัมภาษณ์ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยรัฐบาล

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.4 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

|  |  |
|--|--|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก                         | 15. อย่าง wet n wild ก็มีเปรียบกับยี่ห้ออื่น   |
| 2. รองลงมาคือบลัชออน                           | 16. ซื้อมาจาก eve and boy                      |
| 3. อันดับสามคือแป้งพัฟ                         | 17. เพราะมีครบ และมีให้เลือกหลายยี่ห้อ         |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                         | 18. ราคาไม่แพง ถูกกว่าร้านค้าข้างนอก           |
| 5. บลัชออนและอายแชร์โคไว้ของ Oriental Princess | 19. ถ้าพนักงานแนะนำเราก็ทำให้เราอยากซื้อสินค้า |
| 6. ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind                    | 20. เมื่อเห็นโฆษณาก็อยากลองสินค้า              |
| 7. บลัชออน ต้องคิดทน                           | 21. ถ้าลองแล้วตรงตามความต้องการก็ซื้อเลย       |
| 8. ราคาเหมาะสม                                 | 22. มีโปรโมชั่นก็ทำให้อยากซื้อสินค้า           |
| 9. เนื้อลิปสติกทาแล้วยังคงให้ความชุ่มชื้น      | 23. ไม่ค่อยสนใจบัตรสะสมคะแนน                   |
| 10. ทาแล้วต้องคิดทน                            | 24. มีแนะนำบอกต่อกับเพื่อนๆ                    |
| 11. ชอบแบบที่พกพาได้สะดวก                      | 25. อย่งลิปสติกของ Wet n Wind                  |
| 12. ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตสินค้าก่อนซื้อ     | 26. ก็บอกต่อว่าดีสวย คิดทน                     |
| 13. ราคาไม่เกิน 350 บาท                        | 27. ก็เปลี่ยนไปลองยี่ห้ออื่น                   |
| 14. มีเปรียบเทียบราคาก่อน                      | 28. แต่ถ้ามีของกลับมา ก็กลับไปซื้อยี่ห้อเดิม   |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 33 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.5 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 1. ที่ซื้อบ่อยก็แป้งพัฟ | 18. ไม่ได้เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น            |
| 2. รองมาก็บลัชออน       | 19. แต่ถ้าจะไปซื้อก็จะดูว่าที่ไหนลดมากกว่ากัน |

ตารางที่ 4.5 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 2 (ต่อ)

|   |  |
|---|--|
| 3. รองลงมาอีกก็ลิปสติก                    | 20. ส่วนใหญ่ซื้อที่ Eve & Boy ที่สยาม                    |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                    | 21. เพราะ sale บ่อย และราคาถูกกว่าข้างนอก                |
| 5. ใช้แป้งพัฟของ Revlon                   | 22. ถ้าพนักงานแนะนำดี และพูดดี ก็โอเค<br>อยากซื้อสินค้า  |
| 6. และ Maybelline                         | 23. แต่ต้องต้องไม่ขายของจนเกิน ไป                        |
| 7. ดินสอเขียนคิ้ว มาสคาร่า ไซ้ของ L'Oréal | 24. พอเห็นว่าคาราคณนี้ไซ้ก็อยากไซ้บาง                    |
| 8. ดินสอเขียนคิ้ว เขียนง่ายแล้วเส้นชัด    | 25. อย่างของชมพู่ที่ไปคานส์ ก็ไปดูลิปรีวิ<br>แล้วก็ไปลอง |
| 9. และต้องไม่ลอกหลุดระหว่างวัน            | 26. บางอย่างของหมดก็ไปซื้อ 1 แกรม 1 ไร่<br>ก่อน          |
| 10. มาสคาร่า ปิดแล้วต้องไม่เป็นก้อน       | 27. ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                           |
| 11. แป้งพัฟ ก็ต้องคิดทน และหน้าไม่มัน     | 28. ชอบที่เป็นส่วนลดมากกว่า                              |
| 12. ไม่เป็นคราบระหว่างวัน                 | 29. ก็มีว่าแบบตัวนี้ใช้คินะ ก็แนะนำให้เพื่อน             |
| 13. คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า             | 30. อย่างดินสอเขียนคิ้วก็แนะนำว่าไซ้ดี เขียน<br>ง่าย     |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหัสแบบเปิด  
(Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 32 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.6 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 3

|  |  |
|--|--|
| 1. อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก             | 17. ซื้อมาจาก Counter brand ในห้าง                 |
| 2. รองลงมาเป็นแป้งพัฟ                      | 18. เพราะได้ลองสินค้า และก็สะดวก                   |
| 3. อันดับสามคือมาสคาร่า                    | 19. ชำระเงินแล้วก็ได้ของเลย                        |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                     | 20. ถ้าอยากได้สินค้าตัวนี้อยู่แล้วก็จะซื้อ         |
| 5. ลิปสติกใช้แบรนด์ NYX                    | 21. ต่อให้พนักงานแนะนำหรือไม่แนะนำก็ซื้อ<br>อยู่ดี |
| 6. ส่วนแป้งพัฟและมาสคาร่าไซ้ Beauty Buffet | 22. ถ้าใช้ตัวนี้อยู่แล้ว และเห็นรีวิว่าไซ้ดี       |
| 7. ลิปสติกต้องคิดทนนาน                     | 23. ยิ่งทำให้เราไม่เปลี่ยนใจไปใช้ยี่ห้ออื่น        |



ตารางที่ 4.6 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 3 (ต่อ)

|   |   |
|---|---|
| 8. ชอบแบบเนื้อ Matte                    | 24. อย่างโฆษณาสินค้าออกใหม่ทางโทรทัศน์ ก็ทำให้อยากลองซื้อสินค้า |
| 9. มาสคาร่าปิดแล้วต้องถอนสวย            | 25. อย่างส่วนลดตอนช่วงวันเกิด จะได้ส่วนลดเยอะมาก                |
| 10. เวลาซื้อมาแล้วก็ต้องไม่หุค          | 26. ก็จะซื้อสินค้ามาหลายชิ้น มาดูนไว้                           |
| 11. เน้นที่คุณสมบัติของสินค้ามากกว่า    | 27. ไม่ใช่บัตรสะสมคะแนนอยู่แล้ว                                 |
| 12. เวลาซื้อไม่ค่อยไม่ได้ดูแล่งที่ผลิต  | 28. ซื้อแค่เฉพาะตัวที่อยากซื้อเหมือนเดิม                        |
| 13. แต่ถ้ารู้ว่ามาจากจีนก็กลัวอยู่      | 29. มีบอกกับเพื่อนและพี่  |
| 14. ไม่เกิน 500 บาท                     | 30. บอกว่าตัวนี้ดี คิดทนต์                                      |
| 15. แต่ถ้าเป็นลิปสติกก็ไม่เกิน 300 ก็ดี | 31. เพื่อนก็สนใจและเอาของหนูไปลอง ถ้าชอบก็ไปซื้อ                |
| 16. ก็มีเปรียบเทียบกับแบรนด์ทั่วไป      | 32. จะเปลี่ยนแบรนด์อื่น แต่พอมีสินค้าก็จะกลับมาใช้แบรนด์ เดิม   |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.7 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 4

|  |  |
|--|--|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก                   | 14. อย่างลิปสติกก็ไม่เกิน 500 บาท              |
| 2. อันดับสองเป็นแป้งพัฟ                  | 15. พวกรองพื้นไม่เกิน 1,000 บาท                |
| 3. อันดับสามคือครีมรองพื้น               | 16. ไปดูราคาที่ counter brand ก่อน             |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                   | 17. แล้วค่อยไปซื้อสินค้าที่ Eve & Boy          |
| 5. ซื้อครีมรองพื้นของ Etude              | 18. เพราะราคาถูกกว่าที่ counter brand          |
| 6. พวกแป้งพัฟและลิปสติกใช้ของ Maybelline | 19. พนักงานแนะนำดีๆก็อยากซื้อสินค้า            |
| 7. ครีมรองพื้นต้องคุมมัน ไม่อุดตัน       | 20. บางที่เห็นว่าเราเป็นเด็กก็ไม่ค่อยอยากแนะนำ |
| 8. ครีมรองพื้นมีเจดสีที่เหมาะสมกับผิวเรา | 21. ส่วนใหญ่จะดูรีวิวมากกว่า                   |
| 9. ลิปสติกติดทน                          | 22. สนใจตัวไหนก็ไปซื้อตามที่ดูรีวิว            |
| 10. มีหลายสีให้เลือกเยอะ                 | 23. ชอบโปรโมชันส่วนลดทันที                     |

ตารางที่ 4.7 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 4 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 11. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีลวดลายน่ารัก           | 24. ไม่ค่อยได้สนใจบัตรสะสมคะแนนเท่าไร         |
| 12. ไม่ค่อยดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต          | 25. มีแนะนำสินค้าที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อนๆ      |
| 13. บางทีดูแค่แบรนด์ก็รู้แล้วว่าผลิตมาจากไหน | 26. ถ้าสินค้าของหมดชั่วคราว ก็รอจนกว่าของจะมา |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหัตสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.8 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 5

|  |  |
|--|--|
| 1. ส่วนใหญ่จะซื้อเป็นลิปสติค           | 16. มีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ                                |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ                   | 17. อย่างลิปสติคก็มีเปรียบเทียบระหว่าง Maybelline กับ Revlon |
| 3. อันดับสามคือดินสอเขียนคิ้ว          | 18. ซื้อที่ counter brand ตามห้าง                            |
| 4. ซื้อเดือนละครั้ง                    | 19. เพราะอยู่ใกล้บ้าน ก็สะดวกดี                              |
| 5. ใช้ลิปสติคกับแป้งพัฟของ Maybelline  | 20. แล้วยังซื้อที่ Eve & Boy                                 |
| 6. ส่วนดินสอเขียนคิ้วใช้ของ Wet n Wind | 21. เพราะมีของให้เลือกเยอะ                                   |
| 7. แป้งพัฟ ต้องคุมมัน บางเบา           | 22. ได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                                     |
| 8. แป้งพัฟสีไม่ดรอประหว่างวัน          | 23. ถ้าจะซื้อสินค้าตัวไหนจะหาข้อมูลไว้ก่อนแล้ว               |
| 9. ลิปสติคมีให้เลือกหลายสี             | 24. แต่ถ้าพนักงานแนะนำดีก็จะรู้สึกประทับใจ                   |
| 10. ลิปสติคทาแล้วไม่ลอกไม่เป็นขลุ่ย    | 25. ส่วนใหญ่จะดูพวกรีวิวต่างๆ                                |
| 11. ชอบที่แบบเรียบๆ                    | 26. แต่ถ้าเห็นพวกโฆษณาสินค้าออกใหม่ก็สนใจอยากลอง             |
| 12. ไม่ค่อยเน้นความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ | 27. ชอบโปรโมชั่นแบบลดราคาทันที                               |
| 13. จะเน้นแบบพกพาง่าย                  | 28. ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                               |
| 14. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อสินค้า | 29. มีแนะนำบอกต่อสินค้าที่ชอบให้กับเพื่อน                    |
| 15. ราคาประมาณ 300 – 500 บาท           | 30. ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                                |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหุสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.9 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 6

|   |  |
|---|--|
| 1. อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก                | 16. มีเปรียบเทียบราคากับสินค้าอื่นก่อนซื้อ       |
| 2. รองลงมาคือบลัชออน                          | 17. ชื่อที่ Eve & Boy                            |
| 3. อันดับสามคืออายแชโดว                       | 18. เพราะมีสินค้าให้ลองก่อน                      |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                        | 19. มีหลายแบรนด์ให้เลือก                         |
| 5. ใช้อายแชโดวของ Etude                       | 20. สะดวกเพราะอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย                |
| 6. บลัชออนจะเป็นของ Maybelline                | 21. พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากลองสินค้า           |
| 7. ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind                   | 22. ถ้าถูกใจก็ซื้อเลย                            |
| 8. บลัชออนปิดแล้วสีชัด                        | 23. ไม่ค่อยได้ติดตามพวกโฆษณาต่างๆ                |
| 9. ไม่ชอบบลัชออนแบบ shimmer                   | 24. แต่จะอ่านรีวิวมากกว่าว่าสินค้ามีข้อดีอย่างไร |
| 10. ลิปสติกต้องติดทน ไม่แห้งจนเกินไป          | 25. ชอบตัวไหนก็จะไปซื้อมาลองใช้                  |
| 11. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ให้น่ารัก          | 26. ชอบแบบส่วนตัวทันที                           |
| 12. ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต            | 27. ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                   |
| 13. แต่ดูจากแบรนด์ก็รู้แล้วว่าผลิตมาจากที่ไหน | 28. มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อน               |
| 14. ราคาประมาณ 300 บาทขึ้นไป                  | 29. เพื่อนก็จะไปลองที่ Eve & Boy ชอบก็ซื้อเลย    |
| 15. แต่ไม่เกิน 1,000 บาท                      | 30. ชื่อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                    |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหุสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.10 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 7

|                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. ส่วนมากจะซื้อลิปสติก    | 13. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ       | 14. เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ |
| 3. อันดับสามคือครีมรองพื้น | 15. ชื่อที่ Counter Brand                |

**ตารางที่ 4.10** รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 7 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                     | 16. เพราะมีสินค้าให้ลอง สะดวกดี                       |
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                                       | 17. เวลาพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                |
| 6. ใช้แป้งพัฟของ Maybelline                                | 18. ดูรีวิวและคลิปวิดีโอแต่งหน้าใน YouTube            |
| 7. แล้วยังครีมรองพื้นของ Revlon                            | 19. ถ้าชอบตัวไหนก็จะไปลองที่ Counter                  |
| 8. ลิปสติกต้องสีสวย มีให้เลือกหลายสี                       | 20. ชอบแบบส่วนตัวคนที่                                |
| 9. แป้งพัฟกับครีมรองพื้นทาแล้วเนียน                        | 21. มีสะสมคะแนนของบัตร The 1 card                     |
| 10. และไม่อุดตันรูขุมขน                                    | 22. ก็แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนว่าใช้ดีอย่างไรบ้าง |
| 11. เน้นที่คุณสมบัติของสินค้ามากกว่ารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ | 23. ก็เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว                  |
| 12. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                           | 24. ถ้ามีของก็กลับมาซื้อเหมือนเดิม                    |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยรัฐบาลพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 25 รหัส ดังนี้

**ตารางที่ 4.11** รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 8

|  |  |
|--|--|
| 1. ที่ซื้อส่วนใหญ่คือลิปสติก           | 14. ซื้อมาจาก Eve & Boy                                  |
| 2. รองลงมาคือบลัชออน                   | 15. เพราะมีสินค้าหลากหลายแบรนด์                          |
| 3. แล้วยังเป็นแป้งพัฟ                  | 16. มีจัดโปรโมชั่นบ่อย                                   |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                 | 17. ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                    |
| 5. ลิปสติกจะใช้ของ Wet n Wind          | 18. อยากให้ช่วยเหลือสินค้า                               |
| 6. บลัชออนจะเป็นของ Maybelline         | 19. ถ้าบริการไม่ดีก็จะไปซื้อสาขาอื่นแทน                  |
| 7. แป้งพัฟใช้ของ Laura Mercier         | 20. ดูรีวิวผ่าน blogger ทำให้อยากลองสินค้า               |
| 8. ลิปสติกกับบลัชออน ต้องสีสวย ดัดทน   | 21. ชอบแบบส่วนตัวคนที่                                   |
| 9. คุณภาพสินค้าต้องดีก่อนเป็นอันดับแรก | 22. ไม่ค่อยมีบัตรสะสมแต้ม                                |
| 10. บรรจุภัณฑ์รองลงมา                  | 23. แนะนำเพื่อนว่าสินค้าตัวนี้ใช้ดี                      |
| 11. ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต           | 24. เพื่อนก็จะไปซื้อตาม                                  |
| 12. ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท         | 25. เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น กลับมาใช้แบรนด์เดิมเมื่อมีของ |

ตารางที่ 4.11 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 8 (ต่อ)

|  |  |
|--|--|
| 13. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคา ชอบก็ซื้อเลย |  |
|--|--|

กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเตอร์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเตอร์พรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.12 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 9

|  |  |
|--|--|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปติก                        | 16. ไม่ค่อยเปรียบเทียบราคาสินค้า                         |
| 2. รองลงมาคือบล์ชออน                         | 17. ถ้าชอบก็ซื้อเลย                                      |
| 3. อันดับสามคือแป้งพัฟ                       | 18. ซื้อที่ counter brand ตามห้างเลย                     |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                       | 19. ได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                                 |
| 5. ใช้บล์ชออนของ Chanel                      | 20. มีบัตรลดถ้าซื้อที่ counter ก็จะได้ลดสินค้าไปด้วย     |
| 6. ใช้แป้งพัฟของเกาหลีแบรนด์ Sulwhasoo       | 21. ถ้าพนักงานให้บริการดี ก็ทำให้อยากซื้อ                |
| 7. แป้งพัฟ ต้องไม่เหนอะนะ                    | 22. ถ้าให้บริการไม่ดีหรือคำแนะนำไม่ดีก็ไม่ซื้อเลย        |
| 8. และคุมมัน                                 | 23. ถ้าคนที่เราติดตามโฆษณาสินค้าก็อยากลองใช้             |
| 9. บล์ชออน ต้องสีสวย                         | 24. ชอบโปรโมชั่นแบบซื้อ 1 แถม 1                          |
| 10. และติดทน                                 | 25. รู้สึกเฉยๆกับบัตรสะสมคะแนน                           |
| 11. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่แบบเรียบๆ                | 26. ที่มีบัตรสะสมคะแนนก็มีของทั่วไป เช่น บัตร The 1 card |
| 12. ไม่เลอะง่าย                              | 27. แนะนำบล์ชออนและครีมที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อนๆ           |
| 13. และมีกระจกในตัว                          | 28. เพื่อนก็จะไปลองถ้าชอบก็ซื้อเลย                       |
| 14. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ ดูแค่แบรนด์ | 29. เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นบ้าง                           |
| 15. ราคาไม่เกิน 3,000 บาท                    | 30. แต่ถ้ามีของก็กลับมาใช้แบรนด์เดิม                     |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเทอร์พอร์ท  
แบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 34 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.13 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 10

|   |   |
|---|---|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อดินสอเขียนคิ้ว                         | 18. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคา                 |
| 2. รองลงมาลิปสติก                                     | 19. ส่วนใหญ่ถ้าชอบแล้วก็ซื้อเลย               |
| 3. แล้วยกยี่ห้อ                                       | 20. ซื้อมาจาก counter ในห้างเลย               |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                | 21. เพราะมันใจในสินค้าของแท้แน่นอน            |
| 5. ดินสอเขียนคิ้วและอายแชโดว์ใช้ของ Maybelline        | 22. และใช้บัตรเครดิตได้                       |
| 6. ลิปสติกใช้ของยี่ห้อ NYX                            | 23. ถ้าพนักงานต้อนรับดี แนะนำก็อยากซื้อสินค้า |
| 7. อายแชโดว์จะเลือกซื้อสีที่ใช้ได้ตลอด ใช้ได้ในทุกวัน | 24. แต่ต้องไม่พยายามขายมากเกินไป              |
| 8. และต้องมีทั้งสี basic และ shimmer                  | 25. ส่วนใหญ่ก็จะดูรีวิวก่อนทาง Blogger ต่างๆ  |
| 9. ลิปสติกต้องสีสวย ติดทน                             | 26. สินค้าไหนน่าสนใจก็จะไปลองก่อน             |
| 10. และยังคงความชุ่มชื้นอยู่                          | 27. ชอบส่วนลดมากกว่าของแถม                    |
| 11. ถ้ามีกระจกในบรรจุภัณฑ์ก็ดี                        | 28. เพราะบางอย่างที่แถมมาก็ไม่ได้ใช้          |
| 12. เพราะบางที่เราต้องส่องกระจกแต่งหน้าข้างนอก        | 29. ถ้าสินค้าที่สนใจมีบัตรสะสมคะแนน           |
| 13. ก็ทำให้สะดวก                                      | 30. ก็อยากซื้อสินค้าเพิ่ม                     |
| 14. มีกระจกในตัว                                      | 31. มีแนะนำให้เพื่อนซื้อ อย่างลิปสติก         |
| 15. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                      | 32. ก็แนะนำว่าใช้ดี สีติดทน                   |
| 16. คู่ที่ราคามากกว่า                                 | 33. เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว            |
| 17. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                             | 34. ถ้ามีของก็กลับมาใช้แบรนด์เดิม             |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเทอร์พอร์ท  
แบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 33 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.14 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 11

|  |  |
|--|--|
| 1. ส่วนใหญ่จะซื้อแป้งพัฟ                     | 18. ถ้ามีดีกว่าถูกกว่าก็จะซื้อที่ถูกว่า                  |
| 2. รองลงมาคือดินสอเขียนคิ้ว                  | 19. คุณภาพก็โอเคและราคาก็ไม่แพงจนเกินไป                  |
| 3. อันดับสามคือลิปสติก                       | 20. ซื้อสินค้าผ่านทาง online                             |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                       | 21. เพราะสินค้าถูกว่า                                    |
| 5. ใช้แป้งพัฟของ Nars                        | 22. พนักงานไม่ค่อยมีผล                                   |
| 6. ส่วนลิปสติกใช้ของ Wet n Wind              | 23. ปกติซื้อสินค้าแบรนด์เดิมๆไม่ค่อยได้<br>เปลี่ยนเท่าไร |
| 7. แป้งพัฟ ต้องติดทน ใช้แล้วหน้าไม่มัน       | 24. ส่วนใหญ่จะดูรีวิวมากกว่า                             |
| 8. แป้งพัฟไม่อุดตันเพราะหน้าเป็นสิวง่าย      | 25. ก็ทำให้อยากลองสินค้า                                 |
| 9. ลิปสติกต้องติดทนนาน                       | 26. ชอบแบบลดราคาไปเลย                                    |
| 10. แล้วยังมีสีให้เลือกเยอะ                  | 27. เฉยๆกับบัตรสะสมคะแนน                                 |
| 11. คุณที่คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์      | 28. เพราะก็ไม่ค่อยได้ซื้อเครื่องสำอางบ่อยอยู่<br>แล้ว    |
| 12. ไม่ได้คำนึงถึงแหล่งที่ผลิต               | 29. มีบอกต่อกับเพื่อน                                    |
| 13. เน้นที่คุณภาพใช้แล้วไม่แพ้               | 30. อย่างแป้งพัฟก็มีบอกว่าใช้ดี ใช้แล้วคุมมัน            |
| 14. ถ้าเป็นแป้งพัฟหรือรองพื้นก็ไม่เน้นแพงมาก | 31. เพื่อนก็สนใจ   |
| 15. ประมาณ 500 บาทขึ้นไป                     | 32. ก็เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว                     |
| 16. ไม่เกิน 1,000 บาท                        | 33. แต่ถ้ามีของก็กลับมาใช้แบรนด์เดิมต่อ                  |
| 17. เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น             |  |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเทอร์พอร์ท  
แบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 29 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.15 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 12

|                        |                                     |
|------------------------|-------------------------------------|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก | 16. ชื่อที่ Eve & Boy               |
| 2. รองมาก็อายไลเนอร์   | 17. มีหลายแบบให้ หลายยี่ห้อให้เลือก |

ตารางที่ 4.15 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 12 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 3. รองมาก็บลัชออน                          | 18. ไปซื้อได้สะดวก                            |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                     | 19. ถ้าพนักงานแนะนำดีๆก็อยากซื้อสินค้า        |
| 5. ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind และ Maybelline | 20. อย่าง Maybelline โฆษณาผ่าน The Face       |
| 6. บลัชออนก็ใช้ของ Maybelline              | 21. พอได้แล้วก็สนใจสินค้าก็จะไปลอง            |
| 7. ลิปสติกมีเฉดสีให้เลือกเยอะ              | 22. ชอบแบบส่วนลดมากกว่า                       |
| 8. โทนสีลิปสติกไม่หลุดฉาด ทาได้ทุกวัน      | 23. บางทีของแถมได้มาก็ไม่ได้ใช้               |
| 9. สีลิปสติกติดทน                          | 24. ไม่ค่อยใช้บัตรสะสมคะแนน                   |
| 10. ส่วนใหญ่ดูสินค้ามากกว่าว่าถูกใจไหม     | 25. เพราะใช้เวลานานในการสะสม                  |
| 11. ดูแหล่งที่ผลิตนิดหน่อย                 | 26. แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อน           |
| 12. ถ้าเป็นของจีนก็จะไม่ค่อยไว้วางใจ       | 27. เพื่อนก็ลองสินค้าของเรา ถ้าชอบก็ไปซื้อเลย |
| 13. ลิปสติกประมาณ 300-500 บาท              | 28. มีที่เคยใช้ของ Wet n Wind ของหมด          |
| 14. เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น               | 29. ก็ซื้อรุ่นอื่นแทนแต่แบรนด์เดิม            |
| 15. คุณภาพดีราคาจับได้ก็จะซื้อ             |   |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์บุรีรัมย์  
แบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.16 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 13

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก                | 14. มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นในร้านเดียวกัน |
| 2. แล้วก็รองมาเป็นแป้งพัฟ             | 15. ซื้อที่ Sephora                              |
| 3. สุดท้ายเป็นบลัชออน                 | 16. เพราะมีแบรนด์นำเข้าที่หลากหลายกว่า           |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                | 17. แล้วก็ซื้อที่ Eve & Boy                      |
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                  | 18. เพราะราคาถูกกว่า Counter Brand               |
| 6. ส่วนแป้งพัฟกับบลัชออนใช้ของ Tarte  | 19. เวลาพนักงานแนะนำสินค้าออกใหม่                |
| 7. แป้งพัฟใช้แล้วไม่แพ้               | 20. ก็จะรู้สึกสนใจ                               |
| 8. และคูนมัน ไม่อุดตัน                | 21. ส่วนใหญ่ดูรีวิวกจาก YouTube กับ Blogger      |
| 9. ลิปสติกไม่แห้งไปคงความชุ่มชื้นอยู่ | 22. มีบัตรสะสมคะแนนของ Sephora                   |



ตารางที่ 4.16 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 13 (ต่อ)

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 10. ลิปสติกมีเม็ดสีให้เลือกเยอะ      | 23. แต่ถ้าเป็นแบบส่วนลดไปแล้วจะดีกว่า  |
| 11. คุณเรื่องคุณภาพมากกว่าบรรจุภัณฑ์ | 24. มีแนะนำลิปสติกให้เพื่อน            |
| 12. ไม่ค่อยได้ดูแลแหล่งที่ผลิต       | 25. เพื่อนก็จะขอลองถ้าชอบก็ไปซื้อตาม   |
| 13. ราคาประมาณ 500 ไม่เกิน 1,500     | 26. เปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเตอร์พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.17 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 14

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 1. อันดับหนึ่งจะซื้อลิปสติก           | 13. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ                         |
| 2. อันดับสองคืออายแชโดว               | 14. ชื่อที่ Counter Brand ตามห้างเลย                          |
| 3. อันดับสามจะซื้อแป้งพัฟ             | 15. เพราะมีสินค้าให้ทดลองก่อนซื้อ                             |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                | 16. จะได้ว่าตัวไหนเหมาะกับเรา                                 |
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                  | 17. พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                            |
| 6. ส่วนแป้งพัฟใช้ของ Laura Mercier    | 18. ส่วนใหญ่จะดูพวกรีวิว                                      |
| 7. ลิปสติกต้องมีสีให้เลือกเยอะ ติดทน  | 19. ชอบตัวไหนก็จะไปซื้อตาม                                    |
| 8. และคงความชุ่มชื้น ไม่แห้งจนเกินไป  | 20. ชอบโปรโมชั่นแบบส่วนลดทันที                                |
| 9. แป้งพัฟควบคุมความมัน               | 21. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน                                       |
| 10. คุณที่คุณภาพสินค้ามากกว่า         | 22. มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อนๆ                        |
| 11. ไม่ได้ดูรายละเอียดถึงแหล่งที่ผลิต | 23. เปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น แต่กลับมาซื้อแบรนด์เดิมเมื่อมีของ |
| 12. ราคาไม่เกิน 1,500 บาท             |   |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรัฐบาลอินเตอร์พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 24 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.18 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 15

|  |   |
|--|---|
| 1. ส่วนใหญ่จะซื้อลิปสติก                     | 13. เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ        |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ                         | 14. ชื่อที่ Eve & Boy                       |
| 3. รองมาอีกคือบลัชออน                        | 15. เพราะมีให้สินค้าให้เลือกหลากหลาย        |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                       | 16. แล้วก็ราคาถูก                           |
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                         | 17. พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า     |
| 6. ส่วนแป้งพัฟกับบลัชออนใช้ของ Maybelline    | 18. ชอบดูพวกคลิปสอนแต่งหน้า                 |
| 7. ลิปสติกต้องติดทน ทาแล้วปากไม่ลอกเป็นขลุ่ย | 19. เห็นสินค้าไหนน่าสนใจก็จะไปหาลอง         |
| 8. แป้งพัฟควบคุมความมัน หน้าเนียน            | 20. ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดทันที               |
| 9. บลัชออนสีสวย ติดทน                        | 21. ไม่ค่อยใช้บัตรสะสมคะแนน                 |
| 10. จะเน้นดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า           | 22. ก็มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อน     |
| 11. ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต           | 23. เพื่อนก็จะไปลองซื้อมาใช้บ้าง            |
| 12. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                    | 24. ลองเปลี่ยนไปใช้รุ่นอื่นดู แต่แบรนด์เดิม |

กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชน

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 34 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.19 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 16

|  |   |
|--|---|
| 1. อันดับหนึ่งจะซื้อลิปสติก                                | 18. อยู่ในราคาไม่เกิน 1,000 บาท                   |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ                                       | 19. อย่าง Maybelline มีcounter ตั้งคู่กับ L'Oréal |
| 3. แล้วก็ป็นอายแชโดว์                                      | 20. แต่ช่วงนั้น Maybelline จัดโปรโมชันก็เลยซื้อ   |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                     | 21. ซื้อมาจาก Counter Brand                       |
| 5. ใช้ Shiseido เพราะใช้ตามแม่                             | 22. เพราะได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                     |
| 6. ใช้ทุกอย่างเลขอะ แป้ง ลิปสติก รองพื้น บลัชออน อายแชโดว์ | 23. ไม่ซื้อของตาม online                          |

ตารางที่ 4.19 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 16 (ต่อ)

|   |   |
|---|---|
| 7. แม่ซื้อให้หมดเลย                               | 24. เพราะกลัวว่าเป็นของปลอม                             |
| 8. ที่มีเลือกเองคือลิปสติก ของ Maybelline         | 25. ถึงแม่พนักงานบริการเราแย่ แต่ถ้าอยากได้ก็ซื้ออยู่ดี |
| 9. ลิปสติกต้องทาแล้วไม่แพ้                        | 26. ไม่ได้อยู่ที่ตัวพนักงาน อยู่ที่สินค้าและราคา        |
| 10. และทาแล้วยังคงความชุ่มชื้น                    | 27. เห็นชมพูที่มีโฆษณาผ่าน Facebook ที่ไปเมืองคานส์     |
| 11. แป้งพัฟไฟ้แล้วหน้าเนียน ไม่มัน                | 28. ก็ทำให้อยากลอง แต่ไม่ได้ซื้อ แต่ไปศึกษาดู           |
| 12. บลัชออน สีต้องสวย                             | 29. สนใจที่ส่วนลดมากกว่าของแถม                          |
| 13. และติดทน                                      | 30. เพราะถ้าแถมของแถมที่เราไม่ได้ใช้ก็รู้สึกไม่โอเค     |
| 14. ส่วนใหญ่ดูที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า        | 31. ไม่ได้สนใจบัตรสะสมคะแนน                             |
| 15. บรรจุภัณฑ์คือยังงี้ก็ได้ไม่สำคัญ              | 32. มีแนะนำลิปสติก ของ Maybelline ให้เพื่อนๆ            |
| 16. ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต                      | 33. ก็แนะนำว่าลิปสติกสีสวย                              |
| 17. อย่าง Shiseido ก็รู้อยู่แล้วว่า Made in Japan | 34. ของหมดก็ใช้แบรนด์เดิม แต่จะเปลี่ยนเป็นรุ่นอื่น      |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนพบรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 36 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.20 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 17

|                            |   |
|----------------------------|---|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก     | 19. เพราะได้ลองสินค้าก่อน บางทีเห็นจากเว็บ เป็นสีหนึ่งพอลองแล้วเป็นอีกสีหนึ่ง |
| 2. รองลงมาซื้ออายแชโดว     | 20. ที่ Eve and boy ก็เพราะมีให้เลือกหลายยี่ห้อ                               |
| 3. รองมาเป็นดินสอเขียนคิ้ว | 21. และได้ทดลองด้วยเหมือนกัน  |

ตารางที่ 4.20 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 17 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | 22. ถ้าพนักงานให้คำแนะนำดีบริการดีก็ทำให้<br>อยากซื้อสินค้า               |
| 5. ใช้แป้งพัฟและรองพื้น Revlon   | 23. ส่วนใหญ่จะดูผ่าน Internet เช่น ทีวี                                   |
| 6. ส่วนลิปสติกใช้ของ NYX   | 24. หรือโฆษณาผ่านโทรทัศน์   |
| 7. ลิปสติกสีต้องติดทน  | 25. เวลาสินค้าออกใหม่แล้วดาราที่ชอบ เป็น<br>presenter                     |
| 8. และไม่แห้งกรังยังมีความชุ่มชื้นอยู่                                   | 26. เราก็จะไปลองใช้ แต่ก็ไม่ได้ซื้อ                                       |
| 9. มีสีลิปสติกให้เลือกเยอะ   | 27. ถ้าเป็นของที่เรารู้แล้วๆมีส่วนลด ก็ดี<br>เพราะใช้แล้ว                 |
| 10. รองพื้นก็ต้องมีโทนสีให้เลือกเยอะ                                     | 28. ชอบโปรโมชั่นแบบซื้อชิ้นต่อไปถูกกว่า                                   |
| 11. และมีเนื้อสีที่เหมาะสมกับเรา และต้องติดทน                            | 29. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไรเพราะ<br>นานๆซื้อที                          |
| 12. ถ้าเห็นว่าบรรจุภัณฑ์น่ารักก็จะซื้อเก็บไว้                            | 30. ที่มีจะเป็น The 1 card  |
| 13. เวลาซื้อไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต                                     | 31. มีบอกต่อกับเพื่อน บางอย่างที่เราใช้แล้ว<br>แพ็คเกจบอก                 |
| 14. 200 บาทขึ้นไป ไม่เกิน 1,000 บาท                                      | 32. อย่างรองพื้นตัวไหนดีก็จะบอกต่อ  |
| 15. เปรียบเทียบลิปสติกของ NYX ที่สีเดียวกับ<br>ของ Mac                   | 33. เพื่อนที่ซื้อมาใช้ด้วย เพราะเรารับแถมหน้า<br>ด้วย เพื่อนก็เลยเชื่อถือ |
| 16. ก็จะซื้อของที่ถูกลง แต่ถ้าซื้อเป็นของฝากก็<br>ค่อยเลือกอันที่แพงกว่า | 34. อย่างรองพื้นของ Revlon ที่มีช่วงหนึ่งหยุด<br>ผลิตไป                   |
| 17. ซื้อที่ counter brand ให้ห่างเลย                                     | 35. ก็หันไปใช้ของแบรนด์อื่นก่อน   |
| 18. หรือที่ Eve and boy  | 36. พอออกมาใหม่ ก็กลับมาซื้อต่อ   |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนพรหัสแบบเปิด  
(Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 29 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.21 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 18

|                       |                                 |
|-----------------------|---------------------------------|
| 1. ชื่อครีมรองพื้น    | 16. มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น  |
| 2. รองลงมาคืออายแชโดว | 17. ถ้าคุณภาพดีแต่ราคาแพงก็โอเค |

ตารางที่ 4.21 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 18 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 3. อันดับสามคือลิปสติก                       | 18. ชื่อที่ Eve & Boy                           |
| 4. ชื่อเดือนละครั้ง                          | 19. ได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                        |
| 5. ครีมรองพื้นกับลิปสติกใช้ของ Revlon        | 20. และมีโปรโมชันเยอะ                           |
| 6. และชื่อลิปสติกของ NYX ด้วย                | 21. พนักงานก็มีส่วนทำให้อยากซื้อสินค้า          |
| 7. ครีมรองพื้นมีให้เลือกหลายเฉดที่เข้ากับผิว | 22. อย่างการบริการ การให้คำแนะนำ                |
| 8. เข้ากับผิวมัน ดีคทน                       | 23. ส่วนใหญ่จะอ่านรีวิวกจาก page blogger pantip |
| 9. ลิปสติกมีหลายสี ดีคทน                     | 24. ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แถม 1                  |
| 10. และกลิ่นหอม                              | 25. และส่วนลดทันที                              |
| 11. เน้นการใช้งานของบรรจุภัณฑ์               | 26. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนผ่านบัตร                 |
| 12. เช่น พกพาง่าย                            | 27. แนะนำลิปสติกให้เพื่อนได้ลองใช้              |
| 13. ไม่ค่อยดูแหล่งที่ผลิต                    | 28. เพื่อนก็จะไปลองถ้าชอบก็ซื้อเลย              |
| 14. ถ้วยรองพื้นราคา 500-1,500 บาท            | 29. ก็ลองซื้อรุ่นอื่นดู แต่แบรนด์เดิม           |
| 15. ลิปสติกราคา 300-500 บาท                  |   |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.22 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 19

|                                     |                                       |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. ส่วนใหญ่จะซื้อดินสอเขียนคิ้ว     | 15. ชื่อที่ counter brand             |
| 2. อันดับสองคือลิปสติก              | 16. และ Eve & Boy                     |
| 3. อันดับสามคือบลัชออน              | 17. เพราะส่วนใหญ่เดินห้างบ่อย         |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง              | 18. และมั่นใจในสินค้าว่าของแท้แน่นอน  |
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                | 19. ส่วน Eve & Boy เพราะลดเยอะ        |
| 6. ดินสอเขียนคิ้วใช้ของ L'Oréal     | 20. ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า |
| 7. ลิปสติกเนื้อสีต้องดี ล้างออกง่าย | 21. ดูรีวิวกตาม Instagram             |
| 8. และไม่แห้งจนเกินไป               | 22. สนใจตัวไหนก็ไปลองที่ counter      |
| 9. ดินสอเขียนคิ้วสีสวย              | 23. ชอบแบบลดราคาสินค้าไปเลยทันที      |
| 10. และเขียนง่าย                    | 24. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน               |

ตารางที่ 4.22 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 19 (ต่อ)

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 11. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย       | 25. เพราะไม่ค่อยได้ซื้อบ่อยอยู่แล้ว     |
| 12. คุณภาพสินค้ามากกว่าแหล่งที่ผลิต | 26. มีแนะนำบอกต่อกับเพื่อนว่าใช้ดี      |
| 13. ราคาต่อชิ้นประมาณ 300-500 บาท   | 27. ชื่อของแบรนด์อื่นแทน ไปก่อนชั่วคราว |
| 14. มีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ       | 28. แล้วค่อยกลับมาซื้อเมื่อมีของ        |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 31 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.23 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 20

|  |  |
|--|--|
| 1. ที่ซื้อบ่อยก็เป็นแป้งพัฟ                | 18. ชื่อที่ Counter Brand                      |
| 2. รองลงมาเป็นบลัชออน                      | 19. แล้วก็ชื่อที่ Eve & Boy                    |
| 3. แล้วก็มาสคาร่า                          | 20. เพราะน่าจะเชื่อถือได้ลองสินค้าก่อนด้วย     |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                     | 21. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ                     |
| 5. ใช้แป้งพัฟของ Laura Mercier             | 22. แล้วก็ชื่อที่ Eve & Boy                    |
| 6. ส่วนบลัชออนกับมาสคาร่าใช้ของ Maybelline | 23. เพราะจัดโปร โมชั่นบ่อย                     |
| 7. แป้งพัฟต้องควบคุมความมัน                | 24. พนักงานแนะนำดี ให้บริการดี                 |
| 8. และทาแล้วไม่หนาไป บางเบา                | 25. ก็ทำให้อยากเข้าไปเลือกซื้อ                 |
| 9. มาสคาร่าปิดแล้วขนตาดูองสวย              | 26. ส่วนใหญ่ดูรีวิวจาก Blogger                 |
| 10. ขยี้แล้วมาสคาร่าไม่เลอะง่าย            | 27. ชอบแบบส่วนลดไปเลย                          |
| 11. คุณเรื่องคุณภาพมากกว่าบรรจุภัณฑ์       | 28. หรือแบบซื้อ 1 แถม 1                        |
| 12. ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต               | 29. ไม่ค่อยสนใจพวกบัตร สะสมคะแนน               |
| 13. เพราะเน้นดูเรื่องคุณภาพสินค้ามากกว่า   | 30. ก็มีแนะนำได้เพื่อนได้ลองใช้                |
| 14. อย่างแป้งพัฟก็ไม่เกิน 1,200 บาท        | 31. พอเพื่อนลองถ้าชอบก็จะไปซื้อมาใช้บ้าง       |
| 15. อย่างบลัชออนก็ไม่เกิน 500 บาท          | 32. ถ้าของหมด ก็รอจนกว่าของจะมา                |
| 16. ไม่ค่อยเปรียบเทียบราคา                 | 33. ถ้าไม่มีจริงๆก็ลองใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม |
| 17. เพราะสินค้าแต่ละตัวมีข้อดีแตกต่างกัน   |  |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนพรหัตสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 27 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.24 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 21

|  |  |
|--|--|
| 1. ส่วนใหญ่ที่ซื้อจะซื้อแป้งพัฟ            | 15. มีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อจากทางเว็บไซต์  |
| 2. รองลงมาคือลิปสติก                       | 16. ซื้อจาก Counter Brand                    |
| 3. แล้วก็ไปบิลซออน                         | 17. และจาก Eve & Boy                         |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                     | 18. เพราะมีโปรโมชั่นเยอะ                     |
| 5. แป้งพัฟกับครีมรองพื้นใช้ของ Revlon      | 19. และมีของให้เลือกเยอะ                     |
| 6. ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind และ Maybelline | 20. พนักงานขายจำเป็นเวลาต้องการคำแนะนำต่างๆ  |
| 7. ครีมรองพื้นใช้แล้วไม่แพ้                | 21. แต่บางครั้งก็อยากเดินดูสินค้าเฉยๆ        |
| 8. และคุมมันไม่อุดตันรูขุมขน               | 22. ก็จะดูรีวิวตาม Facebook Instagram        |
| 9. ลิปสติกติดทน มีเฉดสีให้เลือกเยอะ        | 23. ชอบแบบส่วนลด                             |
| 10. บรรจุกิจกรรมเน้นการใช้ง่าย             | 24. หรือแบบซื้อ 1 แถม 1 ไปเลย                |
| 11. พกพาสะดวก กระจัด                       | 25. ยังไม่ได้ลองแบบสะสมคะแนนแลกของ           |
| 12. ตกแล้วไม่แตกง่าย                       | 26. ก็มีลองแนะนำเพื่อนๆก็จะไปลองสินค้าดูก่อน |
| 13. จะไม่เลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน | 27. ลองใช้รุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม            |
| 14. ราคาไม่เกิน 300 – 500 บาท              |  |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยเอกชนพรหัตสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.25 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 22

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก  | 16. ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ    | 17. ราคาประมาณ 300 – 500 บาท           |
| 3. อันดับสามคือมาสคาร่า | 18. มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น     |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง  | 19. ส่วนใหญ่ซื้อที่ Eve & Boy          |

ตารางที่ 4.25 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 22 (ต่อ)

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                | 20. เพราะมีให้เลือกหลายแบรนด์              |
| 6. ส่วนมาศคาร่าใช้ของ Maybelline    | 21. มีสินค้าให้ลองก่อนซื้อ                 |
| 7. แป้งพัฟใช้ของ Skin Food          | 22. ถ้าพนักงานให้คำแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า |
| 8. แป้งพัฟจะต้องคุมมัน              | 23. ส่วนใหญ่จะอินรีวิวตามอินเทอร์เน็ต      |
| 9. หน้าไม่หมองระหว่างวัน            | 24. ถ้าสนใจสินค้าไหนก็จะไปลองใช้           |
| 10. มาศคาร่าปิดแล้วขนตาต้องงอน      | 25. ชอบแบบส่วนลดทันที                      |
| 11. บางยี่ห้อปิดแล้วไม่งอน          | 26. ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน             |
| 12. ลิปสติกสีสวย ติดทน              | 27. มีแนะนำสินค้าที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อน    |
| 13. ทาแล้วไม่แห้งจนเกินไป           | 28. ก็แนะนำว่าใช้ดียังไง                   |
| 14. เวลาซื้อไม่ได้ดูที่บรรจุภัณฑ์   | 29. เปลี่ยนไปลองใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม   |
| 15. ดูที่คุณภาพของสินค้านั้นมากกว่า |  |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยเอกชนพรรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.26 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 23

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| 1. ส่วนใหญ่เลยจะซื้อลิปสติก           | 15. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่น |
| 2. อันดับสองคือแป้งพัฟ                | 16. ซื้อที่ Counter Brand                  |
| 3. อันดับสามเป็นบลัชออน               | 17. เพราะปกติก็เดินห้างอยู่แล้ว สะดวกดี    |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                | 18. แล้วก็ซื้อที่ Eve & Boy                |
| 5. ใช้ลิปสติกของ Mac และ NYX          | 19. เพราะมีสินค้าและแบรนด์ให้เลือกหลากหลาย |
| 6. ใช้แป้งพัฟและบลัชออนของ Revlon     | 20. พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า         |
| 7. ลิปสติกชอบใช้แบบเนื้อ Matte        | 21. เพราะบางทีก็อยากสอบถามสินค้าเพิ่มเติม  |
| 8. แต่ทาแล้วเนื้อลิปสติกต้องไม่แห้งไป | 22. เห็นโฆษณาตามโทรทัศน์ก็จะอยากลองสินค้า  |
| 9. ลิปสติกติดทนนาน                    | 23. ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แถม 1             |
| 10. แป้งพัฟทาแล้วควบคุมความมัน        | 24. จะได้เป็นการซื้อสินค้านั้นมาดูไว้      |



ตารางที่ 4.26 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 23 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 11. คุณที่คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์          | 25. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร                                 |
| 12. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                 | 26. มีแนะนำสินค้าให้เพื่อน                                    |
| 13. แต่ถ้ารู้ว่าเป็นสินค้าที่มาจากจีน ก็จะไม่ใช่ | 27. ว่าสินค้าตัวนี้ใช้ได้อย่างไรบ้าง                          |
| 14. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                        | 28. เปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น แต่กลับมาซื้อแบรนด์เดิมเมื่อมีของ |

กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พรหัท  
แบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.27 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 24

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1. อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก       | 15. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                           |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ                 | 16. มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นในร้านที่ไปซื้อ   |
| 3. อันดับสามคือบลัชออน               | 17. ซื้อที่ counter brand                           |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง               | 18. แล้วก็ซื้อที่ Eve & Boy                         |
| 5. ใช้ลิปสติกของ Wet n Wind          | 19. เพราะมีโปรโมชันลดเยอะ                           |
| 6. ใช้แป้งพัฟของ Maybelline          | 20. และมีหลายแบรนด์ดี                               |
| 7. ส่วนบลัชออนใช้ของ Mac             | 21. พนักงานแนะนำดีก็จะดี บางทีสงสัยอะไรจะ ได้ถามได้ |
| 8. ลิปสติกต้องติดทน                  | 22. อย่างพวกโฆษณาตามโทรทัศน์ก็จะรู้สึกสนใจในสินค้า  |
| 9. ลิปสติกชัด ทาแล้วไม่ลอกเป็นขุย    | 23. พอมีโอกาสไปเดินที่ Eve & Boy ก็จะไปลอง          |
| 10. แป้งพัฟทาแล้วเนียน               | 24. ชอบโปรโมชันแบบลดไปเลย เช่น ลด 20%               |
| 11. และไม่เหนอะหนะ ควบคุมความมัน     | 25. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร                       |
| 12. ส่วนบลัชออนสีต้องสวยเช่นเดียวกัน | 26. ก็มีแนะนำบอกต่อเพื่อนๆหรือคนที่รู้จัก           |

ตารางที่ 4.27 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 24 (ต่อ)

|   |  |
|---|--|
| 13. บรรจุกิจกรรมที่ต้องแข็งแรง ตกแล้วไม่แตกง่าย | 27. เขาก็จะสนใจแล้วไปหาลองบ้าง                               |
| 14. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตสนใจแค่แบรนด์           | 28. เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น แล้วกลับมาใช้แบรนด์เดิมเมื่อมีของ |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.28 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 25

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อแป้งพัฟ             | 15. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                     |
| 2. รองลงมาคือลิปสติก               | 16. เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น              |
| 3. อันดับสามคือมาสคาร่า            | 17. ชื่อที่ Watson                            |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง             | 18. แต่ส่วนใหญ่จะซื้อที่ Eve & Boy มากกว่า    |
| 5. แป้งพัฟใช้ของ Revlon            | 19. เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย             |
| 6. ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind        | 20. พนักงานขายแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า       |
| 7. มาสคาร่าใช้ของ Maybelline       | 21. จะดูรีวิวของพวก Blogger ที่ดัง            |
| 8. แป้งพัฟต้องคุมมัน ทาแล้วเนียน   | 22. ถ้าชอบสินค้าตัวไหนก็จะไปซื้อตาม           |
| 9. ลิปสติกมีเฉดสีให้เลือกเยอะ      | 23. ชอบแบบส่วนลดไปเลยบางที                    |
| 10. และติดทนนาน                    | 24. บางทีแถมของแถมมาก็ไม่ได้ใช้               |
| 11. มาสคาร่าปิดแล้วขนตาองงาม       | 25. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนทำอะไร                 |
| 12. และกันเหงื่อ กันน้ำได้         | 26. มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนๆ ได้ลองใช้ |
| 13. ดูเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่า | 27. ลองเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น                 |
| 14. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ   | 28. แต่ถ้ามีของเมื่อไรก็กลับมาซื้อแบรนด์เดิม  |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 26 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.29 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 26

|                        |   |
|------------------------|---|
| 1. ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก | 14. เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ  |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ   | 15. อย่าง Maybelline ก็มีเทียบกับ L'Oréal |

ตารางที่ 4.29 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 26 (ต่อ)

|  |   |
|--|---|
| 3. อันดับสามคือบลัชออน                 | 16. ชื่อมาจาก Eve & Boy                     |
| 4. ชื่อเดือนละครั้ง                    | 17. เพราะมีโปร โมชั่นเยอะ                   |
| 5. ใช้ลิปสติกของ NYX                   | 18. มีของให้เลือกหลากหลาย                   |
| 6. แล้วก็มีบลัชออนของ Maybelline       | 19. พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า     |
| 7. ลิปสติกเนื้อสีต้องดี ติดทน          | 20. ก็ดูพวกรีวิวของ Blogger ค้างๆ           |
| 8. ทาลิปสติกแล้วปากไม่ลอกเป็นขลุ่ย     | 21. ก็อยากลองซื้อมาใช้บ้าง                  |
| 9. บลัชออน สีสวย ติดทน                 | 22. ชอบโปร โมชั่นแบบลดราคาทันที             |
| 10. จะเน้นดูที่คุณภาพของสินค้ามากกว่า  | 23. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร               |
| 11. บรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องรอง            | 24. ก็มีแนะนำลิปสติกของ NYX ให้เพื่อน       |
| 12. ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต | 25. ว่าใช้ดีสีลิปสติกสวย                    |
| 13. ราคาประมาณ 300 – 500 บาท           | 26. ของหมดก็จะลองใช้รุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.30 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 27

|   |   |
|---|---|
| 1. อันดับหนึ่งเลยที่ชื่อคือลิปสติก        | 15. ราคาประมาณ 500 บาท ไม่เกิน 1,000 บาท            |
| 2. รองลงมาคือดินสอเขียนคิ้ว               | 16. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบ เพราะไม่เปลี่ยนแบรนด์บ่อย |
| 3. อันดับสามคือแป้งพัฟ                    | 17. ชื่อที่ Eve & Boy                               |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                    | 18. เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                   |
| 5. ใช้ลิปสติกของ Wet n Wind               | 19. และไปซื้อสะดวก                                  |
| 6. ดินสอเขียนคิ้วและแป้งพัฟของ Maybelline | 20. บางทีอยากดูข้อมูลเพิ่มเติมก็สอบถามพนักงาน       |
| 7. ลิปสติกทาแล้วยังคงความชุ่มชื้น         | 21. ถ้าพนักงานให้คำแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อ           |
| 8. มีลิปสติกให้เลือกหลายเฉดสี             | 22. เห็นโฆษณาตามโทรทัศน์ก็อยากลองสินค้า             |
| 9. ดินสอเขียนคิ้วเขียนง่าย เส้นชัด        | 23. ชอบโปร โมชั่นแบบซื้อ 1 แถม 1                    |
| 10. แป้งพัฟทาแล้วหน้าเนียน                | 24. หรือไม่กี่ลดราคาไปเลย                           |

ตารางที่ 4.30 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 27 (ต่อ)

|  |  |
|--|--|
| 11. และคุ่มมัน                         | 25. ไม่ค่อยสะสมคะแนน                     |
| 12. ชอบบรรจุภัณฑ์ที่พกพาสะดวก          | 26. ก็มีแนะนำของที่ใช้อยู่ให้เพื่อน      |
| 13. และกระแทครัด                       | 27. เพื่อนก็สนใจอยากลอง                  |
| 14. ไม่ได้หาข้อมูลแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ | 28. สินค้าหมดก็ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.31 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 28

|  |  |
|--|--|
| 1. อันดับหนึ่งเลยจะซื้อบิลชอน            | 15. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                                |
| 2. รองลงมาคือลิปสติก                     | 16. ก็มีเปรียบเทียบราคาสินค้ากับยี่ห้ออื่น               |
| 3. อันดับสามคือแป้งพัฟ                   | 17. ชื่อที่ counter brand                                |
| 4. 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                   | 18. เพราะมีสินค้าให้ลองก่อนซื้อ                          |
| 5. ใช้น้ำลิปชอนของ Maybelline และ Mac    | 19. มันใจได้ว่าเป็นของแท้แน่นอน                          |
| 6. ส่วนลิปสติกใช้ของ NYX                 | 20. แล้วยี่ห้อที่ Eve & Boy                              |
| 7. แป้งพัฟก็ของ Maybelline               | 21. มีโปรโมชันลดเยอะ                                     |
| 8. บิลชอนต้องสีสวย                       | 22. พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                       |
| 9. ติดทน                                 | 23. ดูพวกรีวิวจาก Blogger                                |
| 10. ลิปสติกมีให้เลือกหลายสี              | 24. ถ้าสินค้าไหนน่าสนใจก็จะไปลองซื้อมาใช้                |
| 11. เนื้อลิปสติกไม่แห้งไป คงความชุ่มชื้น | 25. ชอบแบบส่วนลดไปเลยทันที                               |
| 12. แป้งพัฟทาแล้วเนียน คุ่มมัน           | 26. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน เพราะนานว่าจะได้ส่วนลดหรือแลกของ |
| 13. คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์        | 27. ก็มีแนะนำลิปสติกที่ใช้อยู่ให้เพื่อน                  |
| 14. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ         | 28. ลองเปลี่ยนไปใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                 |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พพรหัสแบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 28 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.32 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 29

|   |   |
|---|---|
| 1. ส่วนใหญ่เลยจะซื้อลิปสติก                                 | 15. ก็มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น                            |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ  | 16. ชื่อที่ Eve & Boy                                       |
| 3. อันดับสามคือดินสอเขียนคิ้ว                               | 17. เพราะมีให้เลือกหลายหลาย                                 |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                      | 18. ไปที่เดียวได้ครบหมดเลย                                  |
| 5. ใช้ลิปสติกของ Wet n Wind                                 | 19. เวลาอยากรู้อะไรเพิ่มเติมก็จะถามพนักงาน                  |
| 6. ดินสอเขียนคิ้วใช้ของ L'Oréal                             | 20. ถ้าแนะนำดีก็รู้สึกพอใจ อยากซื้อสินค้า                   |
| 7. แป้งพัฟใช้ของ Revlon                                     | 21. ก็เห็นโฆษณาผ่านโทรทัศน์ หรือดูพวก<br>คลิปสอนการแต่งหน้า |
| 8. ลิปสติกที่ต้องสวย ติดทน                                  | 22. เห็นสินค้าไหนน่าสนใจก็ไปหาซื้อมาใช้<br>บ้าง             |
| 9. มีให้เลือกหลากหลาย เช่นเนื้อแมท                          | 23. ชอบแบบส่วนลดไปเลย                                       |
| 10. ดินสอเขียนคิ้วง่ายเขียน                                 | 24. แล้วยังซื้อ 1 แกรม 1                                    |
| 11. ชอบดินสอเขียนคิ้วที่มีเปรง ดินสอ แบบฝุ่น<br>ในแท่งเดียว | 25. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน                                     |
| 12. ส่วนใหญ่จะดูที่คุณภาพมากกว่าบรรจุภัณฑ์                  | 26. ถ้าตัวไหนดีก็แนะนำบอกต่อให้เพื่อนๆ                      |
| 13. ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตแบบละเอียดก่อนซื้อ                  | 27. จะลองเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นดู                           |
| 14. ราคาประมาณ 500 ไม่เกิน 1,000 บาท                        | 28. แต่ถ้ามีของก็กลับมาซื้อแบรนด์เดิม                       |

กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30 นักศึกษาเพศหญิงชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนอินเตอร์พรหัส  
แบบเปิด (Open Coding) จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 29 รหัส ดังนี้

ตารางที่ 4.33 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 30

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก | 16. ชื่อที่ Eve & Boy                            |
| 2. รองลงมาคือแป้งพัฟ           | 17. เพราะสินค้าให้ทดลองก่อนซื้อ                  |
| 3. สุดท้ายจะเป็นบลัชออน        | 18. แล้วยังมีให้เลือกหลากหลาย                    |
| 4. 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง         | 19. แต่ถ้า Skin Food จะซื้อตามเว็บไซต์<br>Online |
| 5. ใช้ลิปสติกของ Wet n Wind    | 20. เพราะราคาถูกกว่าตาม Counter                  |

ตารางที่ 4.33 รหัสแบบเปิด ของกลุ่มตัวอย่างที่ 30 (ต่อ)

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 6. ใช้แป้งพัฟของ Skin Food           | 21. ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า           |
| 7. ส่วนบลัชออนใช้ของ Maybelline      | 22. คู่ชีวิตว่าสินค้าตัวไหนน่าสนใจ                |
| 8. ลิปสติคสีเนื้อสีต้องดี ติดทน      | 23. แล้วก็ไปลองซื้อมาใช้ตาม                       |
| 9. แป้งพัฟทาแล้วเนียน คุมมัน         | 24. ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดไปเลยทันที                |
| 10. และไม่อุดตันรูขุมขน              | 25. ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน                           |
| 11. บรรจุภัณฑ์เน้นที่พกพาสะดวก       | 26. มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อน                |
| 12. และกะทัดรัด                      | 27. แนะนำลิปสติคของ Wet n Wind ว่าสินนี้<br>สวย   |
| 13. ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ | 28. เพื่อนก็จะลองทาลิปสติคดู ชอบก็จะไปซื้อ<br>ตาม |
| 14. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท            | 29. เปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม            |
| 15. ก็มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น     |   |

ตารางที่ 4.34 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 1

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                   | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก  | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | บลัชออน  |                                  |
| 3                            | แป้งพัฟ  |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง  | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 2,5                          | Oriental Princess  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 1,6                          | Wet n Wind   |                                  |
| 2,7,10                       | ต้องติดทน  | คุณภาพของ                        |
| 1,9                          | ทาแล้วยังคงให้ความชุ่มชื้น                                   | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11                           | ชอบแบบที่พกพาได้สะดวก  | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตสินค้าก่อนซื้อ                       | แหล่งที่ผลิต                     |
| 13                           | ไม่เกิน 350 บาท  | ราคา                             |
| 14,15                        | เปรียบราคากับยี่ห้ออื่น                                      |                                  |
| 8,18                         | ราคาเหมาะสม ไม่แพง   |                                  |
| 16,17                        | Eve and Boy มีสินค้าให้เลือกครบและมีหลายแบรนด์               | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 19                           | พนักงานแนะนำก็ทำให้อยากซื้อสินค้า                            | การส่งเสริม                      |
| 20,21                        | โฆษณาทำให้อยากลองสินค้า ถ้าลองแล้วตรงตามความต้องการก็ซื้อเลย | การตลาด                          |
| 22                           | โปรโมชั่นทำให้อยากซื้อสินค้า                                 |                                  |
| 23                           | ไม่ค่อยสนใจบัตรสะสมคะแนน                                     |                                  |
| 1,6,24,25,26                 | แนะนำบอกต่อคุณสมบัติสินค้าให้กับเพื่อน                       | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 27,28                        | เปลี่ยนใช้แบรนด์อื่น แต่กลับมาเมื่อมีของ                     | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.35 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                                    | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |                  |
|------------------------------|---|----------------------------------|------------------|
| 1                            | แป้งพัฟ   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |                  |
| 2                            | บลัชออน   |                                  |                  |
| 3                            | ลิปสติก   |                                  |                  |
| 7                            | ดินสอเขียนคิ้ว  |                                  |                  |
| 7                            | มาสคาร่า  |                                  |                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   |                                  | ความถี่ในการซื้อ |
| 1,5                          | Revlon  |                                  | ยี่ห้อที่ซื้อ    |
| 1,6                          | Maybelline  |                                  |                  |
| 7                            | L'Oréal   |                                  |                  |
| 7,9                          | เขียนง่ายแล้วเส้นชัด และต้องไม่ลอกหลุดระหว่าง                                 | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |                  |
| 7,10                         | วัน   |                                  |                  |
| 1,11,12                      | ปิดแล้วต้องไม่เป็นก้อน<br>ก็ต้องติดทน และหน้าไม่มัน ไม่เป็นคราบระหว่าง<br>วัน |                                  |                  |
| 13,14                        | ดูที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า  |                                  |                  |
| 15                           | ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต  | แหล่งที่ผลิต                     |                  |
| 16,17                        | ไม่เกิน 1,000 บาท ลิปสติกก็ 300-500 บาท                                       | ราคา                             |                  |
| 18                           | ไม่ได้เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น  |                                  |                  |
| 20,21                        | Eve & Boy เพราะลดราคาบ่อย และราคาถูกว่าข้าง<br>นอก                            | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |                  |
| 22,23                        | พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า แต่ต้องไม่ขาย<br>ของจนเกินไป                   | การส่งเสริม<br>การตลาด           |                  |
| 24,25                        | เห็นดารามีโฆษณาก็อยากลองสินค้า  |                                  |                  |



ตารางที่ 4.35 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 2 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                     | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 19,26,28                     | โปรโมชัน ชื่อ 1 แกรม 1 และส่วนลด<br>ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน |                                  |
| 7,29,30,31                   | แนะนำบอกต่อคุณสมบัติสินค้าให้กับเพื่อน                         | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 32,33                        | ใช้แบรนด์อื่น แต่กลับมาเมื่อมีของ                              | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.36 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก                                    | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ                                    |                                  |
| 3                            | มาสคาร่า                                   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                        | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,3,6                        | Beauty Buffet                              |                                  |
| 1,7,8                        | ต้องติดทนนาน เนื้อ Matte                   | คุณภาพของ                        |
| 2,9,10                       | ปิดแล้วต้องนอนสวย ขยี้แล้วไม่หลุด          | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11                           | เน้นที่คุณสมบัติของสินค้านั้นมากกว่า       | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | เวลาซื้อไม่ค่อยไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิต        | แหล่งที่ผลิต                     |
| 1,14,15                      | ไม่เกิน 300-500 บาท                        | ราคา                             |
| 16                           | เปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่น               |                                  |

ตารางที่ 4.36 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                 | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 17,18,19                     | Counter brand เพราะได้ลองสินค้า และก็สะดวกได้<br>ของเลข    | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 20,21                        | ไม่ได้ขึ้นอยู่กับพนักงาน ถ้าอยากได้สินค้าก็ซื้อ            | การส่งเสริม                      |
| 22,23                        | เห็นรีวิวสินค้าที่ใช้อยู่ ก็จะมั่นใจไม่เปลี่ยนไปใช้แบ      | การตลาด                          |
| 24                           | รณต์อื่น   |                                  |
| 25,26                        | โฆษณาผ่านโทรทัศน์ทำให้อยากลองสินค้า                        |                                  |
| 27,28                        | ชอบส่วนลด<br>ไม่ใช้บัตรสะสมคะแนน                           |                                  |
| 29,30,31                     | แนะนำบอกต่อคุณสมบัติสินค้าให้กับเพื่อน                     | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 32                           | เปลี่ยนแบรนด์อื่น แต่พอมีสินค้าก็จะกลับมาใช้<br>แบรนด์เดิม | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.37 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก                                    | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ                                    |                                  |
| 3                            | ครีมรองพื้น                                |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                        | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 3,5                          | Etude                                      | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 1,2,6                        | Maybelline                                 |                                  |

ตารางที่ 4.37 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)        | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 3,7,8                        | คุ้มมัน ไม่อุดตัน มีเจดสีที่เหมาะสมกับผิว         | คุณภาพของ                        |
| 1,9,10                       | ติดทน มีหลายสีให้เลือกเยอะ                        | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11                           | ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีลวดลายน่ารัก                    | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12,13                        | ไม่ค่อยดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต ดูจากแบรนด์เอา    | แหล่งที่ผลิต                     |
| 1,14                         | ลิปสติกราคาไม่เกิน 500 บาท                        | ราคา                             |
| 3,15                         | รองพื้นราคาไม่เกิน 1,000 บาท                      |                                  |
| 16,17                        | เปรียบเทียบราคาระหว่าง Counter brand กับEve & Boy |                                  |
| 17,18                        | Eve & Boy เพราะราคาถูกกว่าที่อื่น                 | ช่องทางการจัดจำหน่าย             |
| 19,20                        | พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                    | การส่งเสริม                      |
| 21,22                        | ส่วนใหญ่จะดูรีวิวกว่า สนใจก็จะไปซื้อ              | การตลาด                          |
| 23                           | ชอบโปรโมชันส่วนลดทันที                            |                                  |
| 24                           | ไม่ค่อยได้สนใจบัตรสะสมคะแนน                       |                                  |
| 25                           | แนะนำสินค้าที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อนๆ                | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 26                           | สินค้าของหมดชั่วคราว ก็รองจนกว่าของจะมา           | พฤติกรรมความภักดีของสินค้า       |

ตารางที่ 4.38 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 5

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)            | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 3                            | ดินสอเขียนคิ้ว  |                                  |
| 4                            | ซื้อเดือนละครั้ง                                      | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,2,5                        | Maybelline  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Wet n Wind  |                                  |
| 2,7,8                        | ต้องคุ้มมัน บางเบา สีไม่ครอประหว่างวัน                | คุณภาพของ                        |
| 1,9,10                       | มีหลายสี ทาแล้วไม่ลอกไม่เป็นขลุ่ย                     | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11,12,13                     | ไม่เน้นความสวยงาม เน้นการใช้งาน                       | บรรจุภัณฑ์                       |
| 14                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อสินค้า                    | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15                           | ราคาประมาณ 300 – 500 บาท                              | ราคา                             |
| 5,17                         | มีเปรียบเทียบสินค้าก่อนซื้อ                           |                                  |
| 18,19                        | Counter Brand เพราะอยู่ใกล้บ้าน ก็สะดวกดี             | ช่องทางการจัด                    |
| 20,21,22                     | Eve & Boy เพราะมีของให้เลือกเยอะ ได้ลองสินค้าก่อนซื้อ | จำหน่าย                          |
| 24                           | พนักงานแนะนำดีก็จะรู้สึกประทับใจ                      | การส่งเสริม                      |
| 23,25                        | พกรีวิวต่างๆ หาข้อมูลไว้ก่อนซื้อสินค้า                | การตลาด                          |
| 26                           | เห็นพวกโฆษณาสินค้าออกใหม่ก็สนใจอยากลอง                |                                  |
| 27                           | ชอบโปรโมชันแบบลดราคาทันที                             |                                  |
| 28                           | ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                            |                                  |
| 29                           | มีแนะนำบอกต่อสินค้าที่ชอบให้กับเพื่อน                 | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 30                           | ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                             | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.39 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 6

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                      | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | บลัชออน   |                                  |
| 3                            | อายแชโดว  |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 3,5                          | Etude   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Maybelline  |                                  |
| 1,7                          | Wet n Wind  |                                  |
| 3,8,9                        | ปิดแล้วสีชัด ไม่มี shimmer                                      | คุณภาพของ                        |
| 1,10                         | ติดทน ไม่แห้งจนเกินไป   | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11                           | สวย ใช้น่ารัก   | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12,13                        | ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต เพราะดูจากแบรนด์ก็<br>จะรู้      | แหล่งที่ผลิต                     |
| 14,15                        | ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท                                      | ราคา                             |
| 16                           | มีเปรียบเทียบราคากับสินค้าอื่นก่อนซื้อ                          |                                  |
| 17,18,19,20                  | Eve & Boy เพราะมีสินค้าให้ลองก่อน มีหลายแบ<br>รด์ให้เลือก สะดวก | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 21,22                        | พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากลองสินค้า                              | การส่งเสริม                      |
| 23,24,25                     | อ่านรีวิวก่อนสินค้านั้นมีข้อดีอะไร ชอบขึ้นไหนก็ไปซื้อ           | การตลาด                          |
| 26                           | ชอบแบบส่วนตัวคนที่  |                                  |
| 27                           | ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                                      |                                  |
| 17,28,29                     | มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนๆก็จะไปลอง ชอบก็<br>ซื้อ          | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 30                           | ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                                       | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.40 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 7

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                         | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก  | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ  |                                  |
| 3                            | ครีมรองพื้น  |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง  | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,6                          | Maybelline   |                                  |
| 3,7                          | Revlon   |                                  |
| 1,8                          | ต้องสีสวย มีให้เลือกหลายสี   | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,3,9,10                     | ทาแล้วเนียน ไม่อุดตันรูขุมขน                                       |                                  |
| 11                           | เน้นที่คุณสมบัติของสินค้ามากกว่ารูปลักษณ์                          | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                                       | แหล่งที่ผลิต                     |
| 13                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท  | ราคา                             |
| 14                           | เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ                               |                                  |
| 15,16                        | Counter Brand เพราะมีสินค้าให้ลอง สะดวกดี                          | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 17                           | เวลาพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                                 | การส่งเสริม                      |
| 18,19                        | ดูรีวิวแล้วก็คลิปวิดีโอแต่งหน้าใน YouTube ชอบก็<br>จะไปลอง         | การตลาด                          |
| 20                           | ชอบแบบส่วนตัวคนที่   |                                  |
| 21                           | . มีสะสมคะแนนของบัตร The 1 card                                    | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 22                           | . แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนว่าใช้ดีอย่างไร                      |                                  |
| 23,24                        | เปลี่ยน ไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว ถ้ามีของก็กลับมา<br>ซื้อเหมือนเดิม | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.41 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 8

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)               | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก  | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | บลัชออน  | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | แป้งพัฟ  |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                      | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Wet n Wind   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,6                          | Maybelline   |                                  |
| 3,7                          | Laura Mercier  |                                  |
| 1,2,8                        | สีสวย ติดทน  | คุณภาพของผลิตภัณฑ์               |
| 9,10                         | ดูเรื่องคุณภาพสินค้ามาก่อน                               | บรรจุภัณฑ์                       |
| 11                           | ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต                                 | แหล่งที่ผลิต                     |
| 12                           | ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท                               | ราคา                             |
| 13                           | ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคา ชอบก็ซื้อเลย                   |                                  |
| 14,15,16                     | Eve & Boy เพราะมีสินค้าหลากหลายแบรนด์ มีจัดโปรโมชั่นบ่อย | ช่องทางการจัดจำหน่าย             |
| 17,18                        | ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                        | การส่งเสริม                      |
| 19                           | ถ้าบริการไม่ดีก็จะไปซื้อสาขาอื่นแทน                      | การตลาด                          |
| 20                           | ดูรีวิวผ่าน blogger ทำให้อยากลองสินค้า                   |                                  |
| 21                           | ชอบแบบส่วนตัวทันที                                       |                                  |
| 22                           | ไม่ค่อยมีบัตรสะสมแต้ม                                    |                                  |
| 23,24                        | แนะนำเพื่อนว่าสินค้าตัวนี้ใช้ดี เพื่อนก็จะไปซื้อตาม      | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 25                           | เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น กลับมาใช้แบรนด์เดิมเมื่อมีของ     | พฤติกรรมความภักดีของสินค้า       |

ตารางที่ 4.42 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 9

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                    | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | บลัชออน   |                                  |
| 3                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 2,5                          | Chanel  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Sulwhasoo   |                                  |
| 3,7,8                        | คุณภาพ ไม่เหนอะหนะ  | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,9,10                       | สีสวยและติดทน   |                                  |
| 11                           | เรียบๆ - ลวดลาย   | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | ไม่เลอะง่าย   |                                  |
| 13                           | มีกระจกในตัว  |                                  |
| 14                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ ดูแค่แบรนด์                      | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15                           | ไม่เกิน 3,000 บาท   | ราคา                             |
| 16,17                        | ไม่ค่อยเปรียบเทียบราคาสินค้า ถ้าชอบก็ซื้อเลย                  |                                  |
| 18,19                        | Counter brand ตามห้างสรรพสินค้า เพราะได้ลอง<br>สินค้าก่อนซื้อ | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 18,20                        | มีบัตรลดถ้าซื้อที่ counter ก็จะได้ลดสินค้าไปด้วย              |                                  |
| 21,22                        | พนักงานให้บริการดี ก็ทำให้อยากซื้อ                            | การส่งเสริม                      |
| 23                           | คนที่ติดตามโฆษณาสินค้าก็อยากลองใช้                            | การตลาด                          |
| 24                           | ชอบโปรโมชั่นแบบซื้อ 1 แถม 1                                   |                                  |
| 25,26                        | รู้สึกเฉยๆกับบัตรสะสมคะแนน                                    |                                  |
| 2,27,28                      | แนะนำให้กับเพื่อน ถ้าเพื่อนชอบก็จะไปลอง                       | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 29,30                        | เปลี่ยนใช้แบรนด์อื่น แต่กลับมาเมื่อมีของ<br>ของสินค้า         | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |



ตารางที่ 4.43 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 10

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                          | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ดินสอเขียนคิ้ว  | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | ลิปสติก   |                                  |
| 3                            | บลัชออน   |                                  |
| 5                            | อายแชโดว  |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Maybelline  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,6                          | NYX   |                                  |
| 5,7,8                        | มีทั้งสี basic และ shimmer ใช้ได้ตลอดและทุกวัน                      | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,9,10                       | สีสวย ติดทน คงความชุ่มชื้น  |                                  |
| 11,12,13                     | มีกระจกในบรรจุภัณฑ์ที่ดี - เน้นการใช้งาน                            | บรรจุภัณฑ์                       |
| 15                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ  | แหล่งที่ผลิต                     |
| 17                           | ไม่เกิน 1,000 บาท   | ราคา                             |
| 18,19                        | ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคา ชอบก็ซื้อเลย                              |                                  |
| 20,21,22                     | Counter brand เพราะมั่นใจว่าของแท้ ใช้บัตรเครดิต<br>ได้             | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 23,24                        | พนักงานให้คำแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า                            | การส่งเสริม                      |
| 25,26                        | รีวิวผ่านทาง Blogger ทำให้อยากลองสินค้า                             | การตลาด                          |
| 27,28                        | ชอบส่วนลดมากกว่าของแถม บางทีของแถมก็ไม่ได้<br>ใช้                   |                                  |
| 29,30                        | บัตรสะสมคะแนน ทำให้อยากซื้อสินค้าเพิ่ม                              |                                  |
| 2,31,32                      | แนะนำบอกต่อคุณสมบัติของสินค้าให้กับเพื่อน                           | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 33,34                        | เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว และกลับมาใช้<br>แบรนด์เดิมเมื่อมีของ | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.44 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 11

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)             | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | แป้งพัพ  | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | ดินสอเขียนคิ้ว   | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | ลิปสติก  |                                  |
| 14                           | รองพื้น  |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                    | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Nars   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Wet n Wind   |                                  |
| 1,7,8                        | ต้องติดทน ใ้แล้วหน้าไม่มัน ไม่อุดตัน                   | คุณภาพของ                        |
| 3,9,10                       | ต้องติดทนนาน มีสีให้เลือกเยอะ                          | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11                           | . คุณที่คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์                  | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12,13                        | ไม่ได้คำนึงถึงแหล่งที่ผลิต เน้นที่คุณภาพสินค้า         | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15,16                        | 500 บาทขึ้นไปไม่เกิน 1,000 บาท                         | ราคา                             |
| 17,18                        | เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น ซื้อที่ดีกว่าถูกกว่า      |                                  |
| 1,14,19                      | ราคาก็ไม่แพงจนเกินไป                                   |                                  |
| 20,21                        | ซื้อ Online เพราะราคาถูกกว่า                           | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 22,23                        | พนักงานไม่ค่อยมีผล เพราะใช้แต่แบรนด์เดิมๆ              | การส่งเสริม                      |
| 24,25                        | รีวิว ทำให้อยากลองสินค้า                               | การตลาด                          |
| 26                           | ชอบแบบลดราคาไปเลย                                      |                                  |
| 27,28                        | เฉยๆกับบัตรสะสมคะแนน เพราะไม่ค่อยได้ซื้อบ่อย           |                                  |
| 1,29,30,31                   | บอกต่อกับเพื่อนเรื่องข้อดีของสินค้า                    | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 32,33                        | เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว และกลับมาเมื่อมี<br>ของ | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.45 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 12

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)              | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | อายไลเนอร์  | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | บลัชออน   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                     | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Wet n Wind  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,5,6                        | Maybelline  |                                  |
| 1,7,8,9                      | มีเฉดสีให้เลือกเยอะ สีไม่จืดจาง ทาได้ทุกวัน ติดทน       | คุณภาพของผลิตภัณฑ์               |
| 10                           | . ส่วนใหญ่ดูสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์                     | บรรจุภัณฑ์                       |
| 11,12                        | ดูแหล่งที่ผลิตนิดหน่อย มาจากจีนก็จะไม่ไว้ใจ             | แหล่งที่ผลิต                     |
| 1,13                         | ประมาณ 300-500 บาท                                      | ราคา                             |
| 14,15                        | เปรียบเทียบคุณภาพและราคากับยี่ห้ออื่น                   |                                  |
| 16,17,18                     | Eve & Boy มีให้เลือกหลายแบรนด์ สะดวก                    | ช่องทางการจัดจำหน่าย             |
| 19                           | พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                          | การส่งเสริม                      |
| 20,21                        | โฆษณาผ่านสื่อทำให้อยากลองสินค้า                         | การตลาด                          |
| 22,23                        | ชอบแบบส่วนลดมากกว่า เพราะของแถมไม่ค่อยได้               |                                  |
| 24,25                        | ใช้<br>ไม่ค่อยใช้บัตรสะสมคะแนน เพราะใช้เวลานานในการสะสม |                                  |
| 26                           | แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อน                         | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 27                           | เพื่อนลองของเราก่อน ถ้าใช้ดีก็จะไปซื้อ                  |                                  |
| 5,28,29                      | เปลี่ยนไปใช้รุ่นอื่น แต่แบรนด์เดิม                      | พฤติกรรมความภักดีของสินค้า       |

ตารางที่ 4.46 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 13

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)      | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | แป้งพัฟ   | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | บลัชออน   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                             | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,3,6                        | Tarte   |                                  |
| 2,7,8                        | ไม่แพ้ ไม่อุดตัน คุมมัน                         | คุณภาพของ                        |
| 1,9,10                       | ไม่แห้งไปคงความชุ่มชื้นอยู่ มีเจดสีให้เลือกเยอะ | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11                           | ดูเรื่องคุณภาพมากกว่า                           | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต                        | แหล่งที่ผลิต                     |
| 13                           | ราคาประมาณ 500 บาท ไม่เกิน 1,500 บาท            | ราคา                             |
| 14                           | มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นในร้านเดียวกัน    |                                  |
| 15,16                        | Sephora เพราะมีแบรนด์นำเข้าที่หลากหลายกว่า      | ช่องทางการจัด                    |
| 17,18                        | Eve & Boy เพราะราคาถูกกว่า                      | จำหน่าย                          |
| 19,20                        | พนักงานแนะนำสินค้าใหม่ก็รู้สึกสนใจ              | การส่งเสริม                      |
| 21                           | ดูรีวิวกจาก YouTube กับ Blogger                 | การตลาด                          |
| 15,22                        | บัตรสะสมคะแนน                                   |                                  |
| 23                           | แต่ชอบแบบส่วนลดไปเลยมากกว่า                     |                                  |
| 1,24,25                      | มีแนะนำลิปสติกให้เพื่อนๆลองแล้วชอบก็จะไปซื้อตาม | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 26                           | เปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม              | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.47 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 14

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                    | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | อายแชโดว  |                                  |
| 3                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Laura Mercier   |                                  |
| 1,7,8                        | สีให้เลือกเยอะ คิดทน คงความชุ่มชื้น ไม่แห้ง                   | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 3,9                          | จนเกิน ไป<br>ควบคุมความมัน                                    |                                  |
| 10                           | ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า                                      | บรรจุภัณฑ์                       |
| 11                           | ไม่ได้ดูรายละเอียดถึงแหล่งที่ผลิต                             | แหล่งที่ผลิต                     |
| 12                           | ราคาไม่เกิน 1,500 บาท   | ราคา                             |
| 13                           | ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ                             |                                  |
| 14,15,16                     | Counter Brand เพราะมีสินค้าให้ทดลองก่อนซื้อ                   | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 17                           | พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                                | การส่งเสริม                      |
| 18,19                        | ส่วนใหญ่จะดูพวกกริวิว ชอบตัวไหนก็จะไปซื้อตาม                  | การตลาด                          |
| 20                           | ชอบโปรโมชั่นแบบส่วนลดทันที                                    |                                  |
| 21                           | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน   |                                  |
| 22                           | มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อนๆ                            | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 23                           | เปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น แต่กลับมาซื้อแบรนด์เดิม<br>เมื่อมีของ | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.48 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 15

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                  | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 3                            | บลัชออน   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,3,6                        | Maybelline  |                                  |
| 1,7                          | ติดทน ทาแล้วปากไม่ลอกเป็นขลุ่ย                              | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,8                          | ควบคุมความมัน หน้าเนียน                                     |                                  |
| 3,9                          | สีสวย ติดทน   |                                  |
| 10                           | จะเน้นดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า                              | บรรจุภัณฑ์                       |
| 11                           | ไม่ได้ดูจะลึกลงถึงแหล่งที่ผลิต                              |                                  |
| 12                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                                       | ราคา                             |
| 13                           | เปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นก่อนซื้อ                            |                                  |
| 14,15,16                     | Eve & Boy เพราะมีให้สินค้าให้เลือกหลากหลาย<br>แล้วก็ราคาถูก | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 17                           | พนักงานแนะนำดีทำให้อยากซื้อสินค้า                           | การส่งเสริม<br>การตลาด           |
| 18,19                        | ดูคลิปสอนแต่งหน้า ชอบตัวไหนก็จะไปซื้อ                       |                                  |
| 20                           | ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดทันที                                   | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 21                           | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน   |                                  |
| 22,23                        | มีแนะนำให้กับเพื่อนๆ ก็จะไปลองซื้อมาใช้                     | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |
| 24                           | ลองเปลี่ยนไปใช้รุ่นอื่นดู แต่แบรนด์เดิม                     |                                  |

ตารางที่ 4.49 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                              | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 3                            | อายแชโดว์   |                                  |
| 12                           | บลัชออน   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,2,3,5,6,7                  | Shiseido  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 1,8                          | Maybelline  |                                  |
| 1,9,10                       | ต้องทาแล้วไม่แพ้ และทาแล้วยังคงให้ความชุ่มชื้น                          | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,11                         | ใช้แล้วหน้าเนียน ไม่นัน   |                                  |
| 12                           | สีต้องสวย   |                                  |
| 14,15                        | ดูที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าบรรจุภัณฑ์                                | บรรจุภัณฑ์                       |
| 16,17                        | ไม่ค่อยได้ดูแลของที่ผลิตเพราะดูจากแบรนด์ก็จะรู้ว่า<br>แล้วว่าผลิตที่ไหน | แหล่งที่ผลิต                     |
| 18                           | ไม่เกิน 1,000 บาท   | ราคา                             |
| 19,20                        | เปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่น  |                                  |
| 21,22                        | Counter Brand เพราะได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                                 | ช่องทางการจัด                    |
| 23,24                        | ไม่ซื้อของ Online เพราะกลัวว่าเป็นของปลอม                               | จำหน่าย                          |
| 24,25,26                     | ไม่ได้ขึ้นอยู่กับพนักงาน อยู่ที่สินค้าและราคา                           | การส่งเสริม                      |
| 27,28,29                     | โฆษณาผ่านสื่อทำให้อยากลองสินค้า   | การตลาด                          |
| 29,30                        | สนใจที่ส่วนลดมากกว่าของแถม เพราะของแถมบาง<br>ที่ก็ไม่ได้ใช้             |                                  |
| 31                           | ไม่ได้สนใจบัตรสะสมคะแนน   |                                  |
| 1,8,32,33                    | แนะนำบอกต่อคุณสมบัติสินค้าให้กับเพื่อน                                  | การแนะนำบอกต่อ                   |

ตารางที่ 4.49 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 16 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 34                           | ใช้แบรนด์เดิม แต่จะเปลี่ยนเป็นรุ่นอื่น     | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.50 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)        | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | อายแชโดว  |                                  |
| 3                            | ดินสอเขียนคิ้ว                                    |                                  |
| 5                            | แป้งพัฟ   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 5                            | รองพื้น   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                               | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 5                            | Revlon  | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 1,6                          | NYX   |                                  |
| 1,5,7,8,9,10,11              | คิดทบทวน ความชุ่มชื้น มีสีให้เลือกเยอะ            | บรรจุกุภัณฑ์                     |
| 12                           | ลายน่ารักก็จะซื้อเก็บไว้                          |                                  |
| 13                           | เวลาซื้อไม่ค่อยได้ดูแลของที่ผลิต                  | แหล่งที่ผลิต                     |
| 14                           | 200 บาทขึ้นไป ไม่เกิน 1,000 บาท                   | ราคา                             |
| 6,15,16                      | เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น ซื้อที่ราคาถูกลงกว่า |                                  |



ตารางที่ 4.50 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 17 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)   | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 17,19                        | Counter brand เพราะได้ลองสินค้าก่อน<br>Eve and boy เพราะมีให้เลือกหลายแบรนด์และได้ | ช่องทางการจัดจำหน่าย             |
| 18,20                        | ลองสินค้าก่อนซื้อ  |                                  |
| 22                           | พนักงานให้คำแนะนำดีทำให้อยากซื้อสินค้า   | การส่งเสริม                      |
| 23,24,25,26                  | โฆษณาทำให้อยากลองสินค้า  | การตลาด                          |
| 27,28                        | ชอบโปรโมชันส่วนลด และซื้อชิ้นต่อไปถูกกว่า  |                                  |
| 29,30                        | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน  |                                  |
| 31,32,33                     | แนะนำบอกต่อข้อดีของสินค้าให้กับเพื่อน  | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 5,34,35,36                   | เปลี่ยนแบรนด์อื่น แต่พอมีสินค้าก็จะกลับมาใช้แบรนด์เดิม                             | พฤติกรรมความภักดีของสินค้า       |

ตารางที่ 4.51 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ครีมรองพื้น                                | ประเภทเครื่องสำอางที่ซื้อ        |
| 2                            | อายแชโดว                                   |                                  |
| 3                            | ลิปสติก                                    |                                  |
| 4                            | เดือนละครั้ง                               | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,3,5                        | Revlon                                     | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | NYX  |                                  |

ตารางที่ 4.51 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 18 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)            | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1,7,8                        | ให้เลือกหลายเฉดที่เข้ากับผิว ดิตทน                    | คุณภาพของ                        |
| 3,9,10                       | มีหลายสี ดิตทน กลิ่นหอม                               | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11,12                        | เน้นการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ พกพาง่าย                   | บรรจุภัณฑ์                       |
| 13                           | ไม่ค่อยดูแลของที่ผลิต                                 | แหล่งที่ผลิต                     |
| 1,14                         | รองพื้นราคา 500-1,500 บาท                             | ราคา                             |
| 3,15                         | ลิปสติกราคา 300-500 บาท                               |                                  |
| 16,17                        | เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น คุณภาพดีแต่ราคาแพงก็<br>ซื้อ |                                  |
| 18,19                        | Eve & Boy เพราะได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                   | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 21,22                        | การบริการมีส่วนทำให้อยากซื้อสินค้า                    | การส่งเสริม                      |
| 23                           | อ่านรีวิจจาก page blogger pantip                      | การตลาด                          |
| 24,25                        | ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แถม 1 และส่วนลดทันที             |                                  |
| 26                           | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนผ่านบัตร                           |                                  |
| 3,27,28                      | แนะนำสินค้าให้เพื่อได้ลองใช้                          | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 29                           | ลองซื้อรุ่นอื่นดู แต่แบรนด์เดิม                       | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.52 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 19

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)             | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding)   |
|------------------------------|--|------------------------------------|
| 1                            | ดินสอเขียนคิ้ว   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ      |
| 2                            | ลิปสติก  |                                    |
| 3                            | บลัชออน  |                                    |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                    | ความถี่ในการซื้อ                   |
| 2,5                          | NYX  | ยี่ห้อที่ซื้อ                      |
| 1,6                          | L'Oréal  |                                    |
| 2,7,8                        | เนื้อสีต้องดี ส้างออกง่าย ไม่แห้งจนเกินไป              | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์             |
| 1,9,10                       | สีสวย เขียนง่าย  |                                    |
| 11                           | ชอบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย                              | บรรจุภัณฑ์                         |
| 12                           | ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า                               | แหล่งที่ผลิต                       |
| 13                           | ประมาณ 300-500 บาท                                     | ราคา                               |
| 14                           | มีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ                              |                                    |
| 15,17,18                     | Counter Brand มั่นใจในสินค้าว่าของแท้แน่นอน            | ช่องทางการจัด                      |
| 16,19                        | Eve & Boy เพราะลดเยอะ                                  | จำหน่าย                            |
| 20                           | ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                      | การส่งเสริม<br>การตลาด             |
| 15,21,22                     | ดูรีวิวสนใจตัวไหนก็ไปลอง                               |                                    |
| 23                           | ชอบแบบลดราคาสินค้าไปเลยทันที                           | การแนะนำบอกต่อ                     |
| 24,25                        | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน เพราะไม่ได้ซื้อบ่อย                |                                    |
| 26                           | มีแนะนำบอกต่อกับเพื่อนว่าใช้ดี                         | พฤติกรรมความภักดี<br>ของ<br>สินค้า |
| 27,28                        | เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว และกลับมาเมื่อมี<br>ของ |                                    |

ตารางที่ 4.53 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 20

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                   | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | แป้งพัฟ  | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | บลัชออน  |                                  |
| 3                            | มาสคาร่า   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง  | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 2,5                          | Laura Mercier  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,3,6                        | Maybelline   |                                  |
| 1,7,8                        | ควบคุมความมัน ไม่หนาไป บางเบา                                | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 3,9,10                       | ปิดแล้วขนตาดูอนสวย ขยี้แล้วไม่เลอะง่าย                       |                                  |
| 11,13                        | ดูเรื่องคุณภาพมากกว่า  | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต                                     | แหล่งที่ผลิต                     |
| 1,14                         | แป้งพัฟก็ไม่เกิน 1,200 บาท                                   | ราคา                             |
| 2,15                         | บลัชออนก็ไม่เกิน 500 บาท                                     |                                  |
| 16,17                        | ไม่ค่อยเปรียบเทียบราคา เพราะแต่ละสินค้ามีข้อดี<br>ต่างกัน    |                                  |
| 18,20                        | Counter Brand น่าเชื่อถือ ได้ลองสินค้าก่อนด้วย               | ช่องทางการจัด                    |
| 22,23                        | Eve & Boy เพราะจัดโปรโมชั่นบ่อย                              | จำหน่าย                          |
| 21,24,25                     | พนักงานแนะนำดี ให้บริการดีก็อยากเข้าไปซื้อ                   | การส่งเสริม                      |
| 26                           | ดูรีวิวจาก Blogger   | การตลาด                          |
| 27,28                        | ชอบแบบส่วนลดไปเลย และแบบซื้อ 1 แกรม 1                        |                                  |
| 29                           | ไม่ค่อยสนใจพวกบัตรสะสมคะแนน                                  |                                  |
| 30,31                        | มีแนะนำได้เพื่อน ได้ลองใช้ เพื่อนลองแล้วชอบก็จะ<br>ไปซื้อตาม | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 32                           | รองนกว่าของจะมา  | พฤติกรรมความภักดี                |
| 33                           | ถ้าไม่มีจริงๆก็ลองใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                   | ของสินค้า                        |

ตารางที่ 4.54 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 21

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)    | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | แป้งพัฟ                                       | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | ลิปสติก                                       |                                  |
| 3                            | บลัชออน                                       |                                  |
| 5                            | ครีมรองพื้น                                   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                           |                                  |
| 1,5                          | Revlon  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,6                          | Maybelline                                    |                                  |
| 2,6                          | Wet n Wind                                    |                                  |
| 5,7,8                        | ใช้แล้วไม่แพ้ คมมัน ไม่อุดตันรูขุมขน          | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,9                          | ดีทน มีเนคส์ให้เลือกเยอะ                      |                                  |
| 10,11,12                     | เน้นการใช้ง่าย พกพาสะดวก กระจัดรีด            | บรรจุภัณฑ์                       |
| 13                           | ไม่เลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน          | แหล่งที่ผลิต                     |
| 14                           | ราคาไม่เกิน 300 – 500 บาท                     | ราคา                             |
| 15                           | มีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อจากทางเว็บไซต์       |                                  |
| 16                           | Counter Brand                                 | ช่องทางการจัด                    |
| 17,18,19                     | Eve & Boy เพราะมีโปรโมชันและมีของให้เลือกเยอะ | จำหน่าย                          |
| 20,21                        | จำเป็นเวลาต้องการคำแนะนำต่างๆ                 | การส่งเสริม                      |
| 22                           | ดูรีวิวตาม Facebook Instagram                 | การตลาด                          |
| 23,24                        | ชอบแบบส่วนลด หรือแบบซื้อ 1 แถม 1              |                                  |
| 25                           | ยังไม่ได้ลองแบบสะสมคะแนน                      |                                  |
| 26                           | แนะนำเพื่อนๆก็จะไปลองสินค้าดูก่อน             | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 27                           | ลองใช้รุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม                 | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.55 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 22

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                 | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก  | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | แป้งพัฟ  | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | มาสคาร่า   |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง  | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Maybelline   |                                  |
| 2,7                          | Skin Food  |                                  |
| 2,8,9                        | ต้องคุมมัน หน้าไม่หมองระหว่างวัน                           | คุณภาพของ                        |
| 3,10,11                      | ปิดแล้วขนตาต้องงอน   | ผลิตภัณฑ์                        |
| 1,12,13                      | สีสวย ดิคทน ทาแล้วไม่แห้งจนเกินไป                          |                                  |
| 14,15                        | ดูที่คุณภาพของสินค้ามากกว่า                                | บรรจุภัณฑ์                       |
| 16                           | ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต                         | แหล่งที่ผลิต                     |
| 17                           | ราคาไม่เกิน 300 – 500 บาท                                  | ราคา                             |
| 18                           | มีเปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่น                             |                                  |
| 19,20,21                     | Eve & Boy เพราะมีให้เลือกหลายแบรนด์ มีสินค้าให้ลองก่อนซื้อ | ช่องทางการจัดจำหน่าย             |
| 22                           | พนักงานให้คำแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                        | การส่งเสริม                      |
| 23,24                        | ส่วนใหญ่จะดูรีวิวตามอินเทอร์เน็ต สนใจสินค้าไหนก็จะไปลองใช้ | การตลาด                          |
| 25                           | ชอบแบบส่วนตัวคนที่   |                                  |
| 26                           | ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                                 |                                  |
| 27,28                        | แนะนำสินค้าที่ใช้อยู่แล้วดีให้กับเพื่อน                    | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 29                           | เปลี่ยนไปลองใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                       | พฤติกรรมความภักดีของสินค้า       |

ตารางที่ 4.56 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                      | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 3                            | บลัชออน   |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Mac   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 1,5                          | NYX   |                                  |
| 2,3,6                        | Revlon  |                                  |
| 1,7,9,10                     | ทาแล้วต้องไม่แห้งไป สีติดทนนาน                                  | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 11                           | ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า  | บรรทัดฐาน                        |
| 12,13                        | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ แต่ถ้าเป็นสินค้าจากจีนก็<br>ไม่ใช่ | แหล่งที่ผลิต                     |
| 14                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท   | ราคา                             |
| 15                           | ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น                          |                                  |
| 16,17                        | Counter Brand เพราะปกติก็เดินห้างอยู่แล้ว สะดวก                 | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 18,19                        | ดี<br>Eve & Boy เพราะมีสินค้าและแบรนด์ให้เลือก<br>หลากหลาย      |                                  |
| 20,21                        | พนักงานแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า                                | การส่งเสริม                      |
| 22                           | เห็นโฆษณาตามโทรทัศน์ก็จะอยากลองสินค้า                           | การตลาด                          |
| 23,24                        | ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แถม 1 จะได้ซื้อสินค้ามา                    |                                  |
| 25                           | คุณไว้<br>ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน                                   |                                  |
| 26,27                        | มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อน                                  | การแนะนำบอกต่อ                   |

ตารางที่ 4.56 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 23 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                    | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 28                           | เปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น แต่กลับมาซื้อแบรนด์เดิม<br>เมื่อมีของ | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.57 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก                                    | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ                                    |                                  |
| 3                            | บลัชออน                                    |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                        | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Wet n Wind                                 | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,6                          | Maybelline                                 |                                  |
| 3,7                          | Mac  |                                  |
| 1,8,9                        | ติดทน สีชัด ทาแล้วไม่ลอกเป็นขุย            | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,10,11                      | ทาแล้วเนียน ไม่เหนอะหนะ ควบคุมความมัน      |                                  |
| 3,12                         | สีต้องสวย                                  |                                  |
| 13                           | บรรจุภัณฑ์ต้องแข็งแรง ตกแล้วไม่แตกง่าย     | บรรจุภัณฑ์                       |
| 14                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตสนใจแค่แบรนด์          | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                      | ราคา                             |
| 16                           | มีเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อ                 |                                  |



ตารางที่ 4.57 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 24 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                        | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 17                           | Counter Brand   | ช่องทางการจัด                    |
| 18,19,20                     | Eve & Boy เพราะมีโปรโมชั่นลดเยอะ และมีหลาย<br>ยี่ห้อดี            | จำหน่าย                          |
| 21                           | พนักงานแนะนำดีก็จะดี บางทีสงสัยก็จะถาม                            | การส่งเสริม                      |
| 18,22,23                     | โฆษณาตามโทรทัศน์ก็จะรู้สึกสนใจในสินค้า ก็จะ                       | การตลาด                          |
| 24                           | ไปลอง   |                                  |
| 25                           | ชอบโปรโมชั่นแบบลดไปเลย<br>ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน                     |                                  |
| 26,27                        | มีแนะนำบอกต่อเพื่อนๆหรือคนที่รู้จัก ก็จะสนใจ<br>แล้วไปหาลองสินค้า | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 28                           | เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น แล้วกลับมาใช้แบรนด์เดิม<br>เมื่อมีของ      | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.58 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | แข่งแพ้                                    | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | ลิปสติก                                    | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | มาศคาร่า                                   |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                        | ความถี่ในการซื้อ                 |

ตารางที่ 4.58 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 25 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)               | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1,5                          | Revlon   | ยี่ห้อที่ชอบ                     |
| 2,6                          | Wet n Wind   |                                  |
| 3,7                          | Maybelline   |                                  |
| 1,8                          | ต้องคุมมัน ทาแล้วเนียน                                   | คุณภาพของ                        |
| 2,9,10                       | มีเจดสีให้เลือกเยอะ คิดทนนาน                             | ผลิตภัณฑ์                        |
| 3,11,12                      | ปิดแล้วขนตาองงาม กันเหงื่อ กันน้ำได้                     |                                  |
| 13                           | ดูเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่า                           | บรรจุภัณฑ์                       |
| 14                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                             | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท                                    | ราคา                             |
| 16                           | เปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่น                             |                                  |
| 17                           | Watson   | ช่องทางการจัด                    |
| 18,19                        | Eve & Boy เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                  | จำหน่าย                          |
| 20                           | พนักงานขายแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า                      | การส่งเสริม                      |
| 21,22                        | คูรีวีวของพวกเขา Blogger ถ้าชอบสินค้าตัวไหนก็จะไปซื้อตาม | การตลาด                          |
| 23,24                        | ชอบแบบส่วนลดไปเลยบางที พวกของแถมไม่ได้ใช้                |                                  |
| 25                           | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร                                |                                  |
| 26                           | มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนๆ ได้ลองใช้                | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 27,28                        | เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น แต่ถ้ามีของก็กลับมาซื้อแบรนด์เดิม | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.59 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 26

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)              | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 3                            | บลัชออน   |                                  |
| 4                            | ซื้อเดือนละครั้ง  | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | NYX   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 3,6                          | Maybelline  |                                  |
| 1,7,8                        | เนื้อสีต้องดี ติดทน ปากไม่ลอกเป็นขุย                    | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 3,9                          | สีสวย ติดทน   |                                  |
| 10,11                        | เน้นดูที่คุณภาพของสินค้ามากกว่า                         | บรรจุภัณฑ์                       |
| 12                           | ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต                      |                                  |
| 13                           | ราคาประมาณ 300 – 500 บาท                                | ราคา                             |
| 6,14,15                      | เปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่นก่อนซื้อ                    |                                  |
| 16,17,18                     | Eve & Boy เพราะมีโปรโมชันเยอะ มีของให้เลือก<br>หลากหลาย | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 19                           | พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า                     |                                  |
| 20,21                        | ดูพรีวิวของ Blogger ดังๆ ก็อยากลองซื้อมาใช้             | การตลาด                          |
| 22                           | บ้าง  |                                  |
| 23                           | ชอบโปรโมชันแบบลดราคาทันที<br>ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร  |                                  |
| 1,5,24,25                    | แนะนำลิปสติกของ NYX ให้เพื่อนว่าใช้ดีสีสวย              | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 26                           | ของหมดก็จะลองใช้รุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม                 | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.60 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 27

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)             | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก  | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | ดินสอเขียนคิ้ว   | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | แป้งพัฟ  |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                                    | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Wet n Wind   | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,3,6                        | Maybelline   |                                  |
| 1,7,8                        | ทาแล้วยังคงความชุ่มชื้น มีให้เลือกหลายเฉดสี            | คุณภาพของ                        |
| 2,9                          | เขียนง่าย เส้นชัด                                      | ผลิตภัณฑ์                        |
| 3,10,11                      | ทาแล้วหน้าเนียน คุมมัน                                 |                                  |
| 12,13                        | ชอบที่พกพาสะดวก กระทัดรัด                              | บรรจุภัณฑ์                       |
| 14                           | ไม่ได้หาข้อมูลแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                     | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15                           | ราคาประมาณ 500 บาท ไม่เกิน 1,000 บาท                   | ราคา                             |
| 16                           | ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบ เพราะไม่เปลี่ยนยี่ห้อบ่อย        |                                  |
| 17,18,19                     | Eve & Boy เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และไปซื้อสะดวก | ช่องทางการจัดจำหน่าย             |
| 20,21                        | พนักงานให้คำแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อ                     | การส่งเสริม                      |
| 22                           | เห็นโฆษณาตามโทรทัศน์ก็อยากลองสินค้า                    | การตลาด                          |
| 23,24                        | ชอบโปรโมชั่นแบบซื้อ 1 แถม 1 หรือไม่กี่ลดราคา           |                                  |
| 25                           | ไปเลย<br>ไม่ค่อยสะสมคะแนน                              |                                  |
| 26,27                        | แนะนำของที่ใ้ช้ยูให้เพื่อน เพื่อนก็สนใจอยากลอง         | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 26                           | สินค้าหมดก็ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                   | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.61 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                    | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | บลัชออน   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ซื้อ    |
| 2                            | ลิปสติก   |                                  |
| 3                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 4                            | 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง   | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,3,5                        | Maybelline  | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 1,5                          | Mac   |                                  |
| 2,6                          | NYX   |                                  |
| 1,8,9                        | สีสวย ติดทน   | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 2,10,11                      | มีให้เลือกหลายสี เนื้อลิปสติกไม่แห้งไป ชุ่มชื้น               |                                  |
| 3,12                         | ทาแล้วเนียน คมมัน   |                                  |
| 13                           | ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า                                      | บรรจุภัณฑ์                       |
| 14                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                                  | แหล่งที่ผลิต                     |
| 15                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท   | ราคา                             |
| 16                           | เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ                          |                                  |
| 17,18,19                     | Counter Brand เพราะมีสินค้าให้ลองก่อนซื้อ มั่นใจ<br>ว่าของแท้ | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 20,21                        | Eve & Boy มีโปรโมชันลดเยอะ                                    |                                  |
| 22                           | พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                                | การส่งเสริม                      |
| 23,24                        | ดูพรีวิวจาก Blogger สินค้าไหนน่าสนใจก็จะไป<br>ลองซื้อมาใช้    | การตลาด                          |
| 25                           | ชอบแบบส่วนตัวทันที  |                                  |
| 26                           | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน เพราะนานว่าจะได้ส่วนลด<br>หรือแลกของ      |                                  |

ตารางที่ 4.61 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 28 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 2,27                         | . มีแนะนำลิปสติกที่ใซ้ยู่ให้เพื่อน         | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 28                           | ลองเปลี่ยนไปใซ้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม       | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.62 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)      | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|---|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก   | ประเภทเครื่องสำอาง<br>ที่ใซ้     |
| 2                            | แป้งพัฟ   |                                  |
| 3                            | ดินสอเขียนคิ้ว                                  |                                  |
| 4                            | 2 เดือนใซ้ 1 ครั้ง                              | ความถี่ในการใซ้                  |
| 1,5                          | Wet n Wind                                      | ยี่ห้อที่ใซ้                     |
| 3,6                          | L'Oréal   |                                  |
| 2,7                          | Revlon  |                                  |
| 1,8,9                        | สีต้องสวย ติดทน มีให้เลือกหลากหลาย              | คุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์           |
| 3,10,11                      | ง่ายเขียน ชอบที่มีแปรง ดินสอ แบบฝุ่นในแท่งเดียว |                                  |
| 12                           | ส่วนใหญ่จะดูที่คุณภาพมากกว่า                    | บรรจุภัณฑ์                       |
| 13                           | ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตแบบละเอียดก่อนใซ้           | แหล่งที่ผลิต                     |
| 14                           | ราคาประมาณ 500 ไม่เกิน 1,000 บาท                | ราคา                             |
| 15                           | มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น                      |                                  |

ตารางที่ 4.62 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 29 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                     | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 16,17,18                     | Eve & Boy เพราะมีให้เลือกหลายหลาย ไปที่เดียวได้<br>ครบหมดเลย   | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 19,20                        | พนักงานแนะนำดีก็รู้สึกพอใจ อยากซื้อสินค้า                      | การส่งเสริม                      |
| 21,22                        | โฆษณาผ่านโทรทัศน์ กับคลิปแต่งหน้า ทำให้อยาก<br>ลองใช้สินค้า    | การตลาด                          |
| 23,24                        | ชอบแบบส่วนตัวไปเลย และซื้อ 1 แกม 1                             |                                  |
| 25                           | ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน  |                                  |
| 26                           | ถ้าตัวไหนดีก็แนะนำบอกต่อให้เพื่อนๆ                             | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 27,28                        | ลองเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นดู กลับมาซื้อแบรนด์เดิม<br>เมื่อมีของ | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.63 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding) | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1                            | ลิปสติก                                    | ประเภทเครื่องสำอาง               |
| 2                            | แป้งพัฟ                                    | ที่ซื้อ                          |
| 3                            | บลัชออน                                    |                                  |
| 4                            | 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง                        | ความถี่ในการซื้อ                 |
| 1,5                          | Wet n Wind                                 | ยี่ห้อที่ซื้อ                    |
| 2,6                          | Skin Food                                  |                                  |
| 3,7                          | Maybelline                                 |                                  |

ตารางที่ 4.63 แสดงตารางการแบ่งกลุ่มรหัสแบบเปิด (Open Coding) ที่สัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นรหัสแนวคิดสัมพันธ์ (Axial Coding) และรหัสคัดสรร (Selective Coding) จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนที่ 30 (ต่อ)

| รหัสแบบเปิด<br>(Open Coding) | รหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน<br>(Axial Coding)                   | รหัสคัดสรร<br>(Selective Coding) |
|------------------------------|--|----------------------------------|
| 1,8                          | เนื้อสีต้องดี ติดทน  | คุณภาพของ                        |
| 2,9,10                       | ทาแล้วเนียน คุมมัน ไม่อุดตันรูขุมขน                          | ผลิตภัณฑ์                        |
| 11,12                        | เน้นที่พกพาสะดวก กะทัดรัด                                    | บรรจุภัณฑ์                       |
| 13                           | ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ                             | แหล่งที่ผลิต                     |
| 14                           | ราคาไม่เกิน 1,000 บาท  | ราคา                             |
| 15                           | ก็มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น                                 |                                  |
| 16,17,18                     | Eve & Boy เพราะสินค้าให้ทดลองก่อนซื้อ มีให้<br>เลือกหลากหลาย | ช่องทางการจัด<br>จำหน่าย         |
| 6,19,20                      | Online เพราะราคาถูกกว่าตาม Counter                           |                                  |
| 21                           | พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า                               | การส่งเสริม                      |
| 22,23                        | ดูรีวิวว่าสินค้าตัวไหนน่าสนใจ แล้วก็ไปลองซื้อมา<br>ใช้ตาม    | การตลาด                          |
| 24                           |  |                                  |
| 25                           | ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดไปเลยทันที<br>ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน        |                                  |
| 1,5,26,27,28                 | แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนๆก็จะลองแล้วซื้อตาม              | การแนะนำบอกต่อ                   |
| 29                           | เปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม                           | พฤติกรรมความภักดี<br>ของสินค้า   |

ตารางที่ 4.64 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding)

| หัวข้อหลัก                   | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|------------------------------|--------------------|
| 1. ประเภทเครื่องสำอางที่ซื้อ |                    |
| 1.1 ลิปสติก                  | 29                 |



ตารางที่ 4.64 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก                 | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|----------------------------|--------------------|
| 1.2 บลัชออน                | 18                 |
| 1.3 แป้งพัฟ                | 25                 |
| 1.4 ดินสอเขียนคิ้ว         | 7                  |
| 1.5 มาสคาร่า               | 5                  |
| 1.6 ครีมรองพื้น            | 6                  |
| 1.7 อายแชโดว               | 6                  |
| 1.8 อายไลเนอร์             | 1                  |
| <b>2. ความถี่ในการซื้อ</b> |                    |
| 2.1 ซื้อเดือนละครั้ง       | 3                  |
| 2.2 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง    | 18                 |
| 2.3 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง    | 9                  |
| <b>3. ยี่ห้อที่ซื้อ</b>    |                    |
| 3.1 Oriental Princess      | 1                  |
| 3.2 Nars                   | 1                  |
| 3.3 Wet n Wind             | 12                 |
| 3.4 Revlon                 | 8                  |
| 3.5 Maybelline             | 19                 |
| 3.6 L'Oréal                | 3                  |
| 3.7 NYX                    | 12                 |
| 3.8 Beauty Buffet          | 2                  |
| 3.9 Etude                  | 2                  |
| 3.10 Laura Mercier         | 3                  |
| 3.11 Chanel                | 1                  |
| 3.12 Sulwhasoo             | 1                  |
| 3.13 Tarte                 | 1                  |
| 3.14 Shiseido              | 1                  |
| 3.15 Skin Food             | 2                  |

ตารางที่ 4.64 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก                                | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|---|--------------------|
| 3.16 Mac                                  | 3                  |
| <b>4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์</b>              |                    |
| 4.1 ปิดแล้วสีชัด - บลัชออน                | 1                  |
| 4.2 ไม่มี shimmer - บลัชออน               | 1                  |
| 4.3 ต้องติดทน - บลัชออน                   | 6                  |
| 4.4 สีสวย - บลัชออน                       | 6                  |
| 4.5 สีสวย - ลิปสติก                       | 5                  |
| 4.6 ต้องติดทน - ลิปสติก                   | 18                 |
| 4.7 สีชัด - ลิปสติก                       | 1                  |
| 4.8 เนื้อ Matte - ลิปสติก                 | 1                  |
| 4.9 ทาแล้วยังคงให้ความชุ่มชื้น - ลิปสติก  | 12                 |
| 4.10 มีเฉดสีให้เลือกเยอะ - ลิปสติก        | 14                 |
| 4.11 ทาแล้วไม่ลอกไม่เป็นขุย - ลิปสติก     | 4                  |
| 4.12 สีไม่ฉูดฉาด ทาได้ทุกวัน - ลิปสติก    | 1                  |
| 4.13 ทาแล้วไม่แพ้ - ลิปสติก               | 1                  |
| 4.14 กลิ่นหอม - ลิปสติก                   | 1                  |
| 4.15 เนื้อลิปสติกดี - ลิปสติก             | 3                  |
| 4.16 ล้างออกง่าย - ลิปสติก                | 1                  |
| 4.17 เขียนง่ายแล้วเส้นชัด - มาสคาร่า      | 1                  |
| 4.18 ปิดแล้วไม่เป็นก้อน สวยงาม - มาสคาร่า | 5                  |
| 4.19 กันเหงื่อ กันน้ำ - มาสคาร่า          | 1                  |
| 4.20 ขยี้แล้วไม่หลุด - มาสคาร่า           | 3                  |
| 4.21 ติดทน - แป้งพัฟ                      | 2                  |
| 4.22 ไม่เป็นคราบระหว่างวัน - แป้งพัฟ      | 1                  |
| 4.23 คุมมัน - แป้งพัฟ                     | 15                 |
| 4.24 ไม่อุดตันรูขุมขน - แป้งพัฟ           | 3                  |
| 4.25 ไม่แพ้ - แป้งพัฟ                     | 1                  |

ตารางที่ 4.64 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก                                  | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|---|--------------------|
| 4.26 ไม่เห็นอะหนะ - แป้งพัพ                 | 2                  |
| 4.27 ทาแล้วเนียน - แป้งพัพ                  | 7                  |
| 4.28 บางเบา - แป้งพัพ                       | 2                  |
| 4.29 สีไม่ครอประหว่างวัน - แป้งพัพ          | 2                  |
| 4.31 ไม่หนาไป - แป้งพัพ                     | 1                  |
| 4.32 คุมมัน - ครีมนรองพื้น                  | 2                  |
| 4.33 ติดทน - ครีมนรองพื้น                   | 1                  |
| 4.34 มีเจดสีที่เหมาะสมกับผิว - ครีมนรองพื้น | 2                  |
| 4.35 ไม่อุดตันรูขุมขน - ครีมนรองพื้น        | 3                  |
| 4.36 ทาแล้วเนียน - ครีมนรองพื้น             | 1                  |
| 4.37 ใซ้แล้วไม่แพ้ - ครีมนรองพื้น           | 1                  |
| 4.38 มีทั้งสี basic และ shimmer - อายแชโดว  | 1                  |
| 4.39 มีสีใซ้ได้ตลอดและทุกวัน - อายแชโดว     | 1                  |
| 4.40 สีสวย - ดินสอเขียนคิ้ว                 | 1                  |
| 4.41 เขียนง่าย - ดินสอเขียนคิ้ว             | 3                  |
| 4.42 เส้นชัด - ดินสอเขียนคิ้ว               | 1                  |
| <b>5. บรรรจุกณ์ท์</b>                       |                    |
| 5.1 ชอบแบบที่พกพาได้สะดวก                   | 5                  |
| 5.2 ดูที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า          | 16                 |
| 5.3 เน้นการใช้งานของบรรรจุกณ์ท์             | 2                  |
| 5.4 ลวดลายสวยงามน่ารัก                      | 3                  |
| 5.5 เรียบๆ                                  | 2                  |
| 5.6 ไม่เลอะง่าย                             | 1                  |
| 5.7 มีกระจกในตัว                            | 2                  |
| 5.8 แข็งแรง ตกแล้วไม่แตกง่าย                | 1                  |

**ตารางที่ 4.64** แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก                                 | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|--|--------------------|
| <b>6. แหล่งที่ผลิต</b>                     |                    |
| 6.1 ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตสินค้าก่อนซื้อ | 19                 |
| 6.2 ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต         | 7                  |
| 6.3 ไม่ได้คำนึงถึงแหล่งที่ผลิต             | 1                  |
| 6.4 ดูแหล่งที่ผลิตนิดหน่อยมาจากจะไม่ไว้ใจ  | 1                  |
| 6.5 ไม่เลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน   | 2                  |
| 6.6 ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า               | 1                  |
| <b>7. ราคา</b>                             |                    |
| 7.1 ไม่เกิน 350 บาท                        | 1                  |
| 7.2 ไม่เกิน 500 บาท                        | 2                  |
| 7.3 ไม่เกิน 1,000 บาท                      | 15                 |
| 7.4 ไม่เกิน 1,200 บาท                      | 1                  |
| 7.5 ไม่เกิน 1,500 บาท                      | 2                  |
| 7.6 ไม่เกิน 3,000 บาท                      | 1                  |
| 7.7 ราคาประมาณ 300-500 บาท                 | 9                  |
| 7.8 ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท             | 2                  |
| 7.9 ราคาประมาณ ราคา 500-1,500 บาท          | 1                  |
| <b>8. การเปรียบเทียบราคา</b>               |                    |
| 8.1 เปรียบราคากับแบรนด์อื่น                | 21                 |
| 8.2 ราคาเหมาะสม ไม่แพง                     | 1                  |
| 8.3 ไม่ได้เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น     | 8                  |
| <b>9. ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>             |                    |
| 9.1 Eve & Boy                              | 21                 |
| 9.2 Counter brand                          | 14                 |
| 9.3 Online                                 | 2                  |
| 9.4 Sephora                                | 1                  |

ตารางที่ 4.64 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก  | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|---|--------------------|
| 9.5 Watson  | 1                  |
| 10. เหตุผลในการซื้อ                                   |                    |
| 10.1 ได้ลองสินค้าก่อนซื้อ                             | 13                 |
| 10.2 สะดวกได้ของเลย                                   | 3                  |
| 10.3 ลดราคาเยอะและบ่อย                                | 4                  |
| 10.4 ราคาถูกกว่าที่อื่น                               | 6                  |
| 10.5 มีสินค้าและแบรนด์ให้เลือกหลากหลาย                | 17                 |
| 10.6 อยู่ใกล้ สะดวกในการซื้อ                          | 8                  |
| 10.7 มั่นใจว่าของแท้                                  | 3                  |
| 10.8 มีจัดโปรโมชั่นบ่อย                               | 4                  |
| 10.9 น่าเชื่อถือ                                      | 1                  |
| 10.10 ไปที่เดียวได้ครบหมดเลย                          | 1                  |
| 11. การส่งเสริมการตลาด                                |                    |
| 11.1 พนักงานแนะนำก็ทำให้อยากซื้อสินค้า                | 23                 |
| 11.2 พนักงานแนะนำดีก็จะมีรู้สึกประทับใจ               | 1                  |
| 11.3 พนักงานแนะนำสินค้าใหม่ก็รู้สึกสนใจ               | 1                  |
| 11.4 ต้องไม่ขายของจนเกินไป                            | 1                  |
| 11.5 ไม่ได้ขึ้นอยู่กับพนักงาน อยากได้สินค้าที่ซื้อ    | 1                  |
| 11.6 พนักงานไม่ค่อยมีผล<br>เพราะใช้แต่ยี่ห้อเดิมๆ     | 1                  |
| 11.7 ไม่ได้ขึ้นอยู่กับพนักงาน<br>อยู่ที่สินค้าและราคา | 1                  |
| 11.8 พนักงานจำเป็นเวลา<br>ต้องการคำแนะนำต่างๆ         | 1                  |
| 11.9 พนักงานแนะนำดีก็จะดี<br>บางทีสงสัยก็จะถาม        | 1                  |

ตารางที่ 4.64 แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก   | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|--|--------------------|
| 11.10 โฆษณาผ่านสื่อทำให้ออยากลองสินค้า                                 | 13                 |
| 11.11 เห็นรีวิวสินค้าที่ใช้อยู่<br>ก็จะมั่นใจไม่เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น | 1                  |
| 11.12 คูรีวิว สนใจก็จะไปซื้อ   | 6                  |
| 11.13 คูรีวิว เพื่อหาข้อมูลต่างๆก่อนซื้อ                               | 1                  |
| 11.14 อ่านรีวิวว่าสินค้านั้นมีข้อดีอะไร<br>ชอบชิ้นไหนก็จะไปซื้อ        | 1                  |
| 11.15 คูรีวิวผ่าน blogger<br>ทำให้ออยากลองสินค้า                       | 6                  |
| 11.16 คูรีวิวจาก YouTube กับ Blogger                                   | 3                  |
| 11.17 คูรีวิวตาม Facebook Instagram                                    | 1                  |
| 11.18 คูรีวิว สนใจก็จะไปลองใช้   | 1                  |
| 11.19 โปรมอชั่นทำให้ออยากซื้อสินค้า                                    | 1                  |
| 11.20 ซื้อ 1 แกรม 1  | 8                  |
| 11.21 ส่วนลดทันที  | 28                 |
| 11.22 ซื้อชิ้นต่อไปในราคาที่ถูก  | 1                  |
| 11.23 ไม่ค่อยสนใจบัตรสะสมคะแนน   | 4                  |
| 11.24 ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน                                       | 19                 |
| 11.25 มีสะสมคะแนนของบัตร The 1 card                                    | 1                  |
| 11.26 รู้สึกเฉยๆกับบัตรสะสมคะแนน                                       | 2                  |
| 11.27 บัตรสะสมคะแนน<br>ทำให้ออยากซื้อสินค้าเพิ่ม                       | 1                  |
| 11.28 ยังไม่ได้ลองใช้บัตรสะสมคะแนน                                     | 1                  |
| <b>12.การแนะนำบอกต่อ</b>   |                    |
| 12.1 แนะนำคุณสมบัติสินค้าให้กับเพื่อน                                  | 10                 |
| 12.2 แนะนำสินค้าที่ใ้ดีให้เพื่อนๆ                                      | 17                 |
| 13.3 แนะนำได้เพื่อนได้ลองใช้   | 2                  |

**ตารางที่ 4.64** แสดงการแจกแจงความถี่เพื่ออธิบายลำดับการให้ความสำคัญแต่ละรหัสแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) (ต่อ)

| หัวข้อหลัก   | จำนวนคนที่กล่าวถึง |
|--|--------------------|
| เพื่อนลองแล้วชอบก็จะไปซื้อตาม                            |                    |
| 13. พฤติกรรมความภักดีของสินค้า                           |                    |
| 13.1 เปลี่ยนใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว<br>แต่กลับมาเมื่อมีของ | 14                 |
| 13.2 สินค้าของหมดชั่วคราว<br>ก็รอจนกว่าของจะมา           | 2                  |
| 13.3 เปลี่ยนไปใช้รุ่นอื่น แต่แบรนด์เดิม                  | 14                 |

**ประเภทเครื่องสำอางที่ซื้อ**

ประเภทเครื่องสำอางที่นักศึกษาเพศหญิงเลือกจากตารางแจกแจงความถี่ด้านบน พบว่า 3 อันดับแรกของประเภทเครื่องสำอางที่นักศึกษาเพศหญิงทั้งหมด 30 คน คือ

อันดับ 1 ลิปสติก  
อันดับ 2 แป้งพัฟ  
อันดับ 3 บลัชออน

**ความถี่ในการซื้อ**

จากตารางแจกแจงความถี่จำนวนนักศึกษาเพศหญิง 18 คน จากทั้งหมด 30 คน มีความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง และจำนวนนักศึกษาเพศหญิง 9 คน จากทั้งหมด 30 คน มีความถี่ในการซื้อเครื่องสำอาง 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง

**ยี่ห้อเครื่องสำอางที่ซื้อ**

อันดับ 1 Maybelline  
อันดับ 2 Wet n Wind  
อันดับ 3 NYX

### ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บลัชออนสีต้องสวย และติดทน ส่วนลิปสติกเนื้อลิปสติกต้องดี ไม่แห้งจนเกินไป และยังคงให้ความชุ่มชื้น แล้วที่สำคัญทาแล้วต้องติดทน มีเจดสีให้เลือกเยอะ มาสคาร่า ปิดแล้วไม่เป็นก้อน สว Yong เวลาขยี้ตาแล้วต้องไม่หลุดง่าย รองพื้น ต้องควบคุมความมัน ไม่อุดตันรูขุมขน มีให้เลือกหลายเจดสีที่เหมาะสมกับผิว ดินสอเขียนคิ้วต้องเขียนง่าย เส้นคมชัด

### ด้านบรรจุภัณฑ์และแหล่งที่ผลิต

สำหรับบรรจุภัณฑ์นักศึกษาเพศหญิงจำนวน 16 คนจาก 30 คน คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าบรรจุภัณฑ์ รองลงคือ ชอบแบบที่พกพาได้สะดวก ส่วนในเรื่องแหล่งที่ผลิตสำหรับบรรจุภัณฑ์นักศึกษาเพศหญิงจำนวน 19 คนจาก 30 คน ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตสินค้าก่อนซื้อสินค้า รองลงมาคือไม่ได้ดูเจาะลึกหรือดูรายละเอียดถึงแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ

### ด้านราคา

ถ้าเป็นลิปสติก บลัชออน แป้งพัฟ และดินสอเขียนคิ้ว ราคาเฉลี่ยต่อชิ้นที่สามารถซื้อได้อยู่ที่ราคาประมาณ 300 – 500 บาท แต่ถ้าเป็นครีมรองพื้นหรือครีมบีบิราคาไม่เกิน 1,000 บาท และนักศึกษาเพศหญิงจำนวน 21 คนจาก 30 คน มีการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับยี่ห้ออื่นก่อนตัดสินใจซื้อ

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักศึกษาเพศหญิงจำนวน 21 คนจาก 30 คน เลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางจากร้าน Eve & Boy และนักศึกษาเพศหญิงจำนวน 14 คนจาก 30 คนเลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางที่ Counter Brand ตามห้างสรรพสินค้า เหตุผลในการเลือกซื้อจากทั้ง 2 ที่คือ มีสินค้าและยี่ห้อให้เลือกหลากหลาย มีสินค้าให้ลองก่อนการตัดสินใจซื้อ และอยู่ใกล้สะดวกในการซื้อ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนใหญ่ักศึกษาเพศหญิงบอกว่าการพนักงานให้คำแนะนำและบริการดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า ส่วนการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทำให้รู้สึกอยากลองสินค้า และการหาข้อมูลของนักศึกษาเพศหญิงคือการดูวีว blogger จาก YouTube หรือตามช่องทางต่างทำให้อยากลองสินค้า ถ้าสนใจสินค้าชิ้นไหนก็จะไปซื้อ ส่วนโปรโมชั่นที่นักศึกษาเพศหญิงชอบคือส่วนลดทันที รองลงมาคือโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 และส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน



### การแนะนำบอกต่อ

สำหรับการแนะนำบอกต่อนักศึกษาเพศหญิงจำนวน 17 คนจาก 30 คน แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อน ส่วนนักศึกษาเพศหญิงจำนวน 10 คนจาก 30 คน แนะนำบอกต่อถึงคุณสมบัติสินค้าให้กับเพื่อน

### พฤติกรรมความภักดีของสินค้า

ในกรณีที่สินค้าที่นักศึกษาเพศหญิงใช้อยู่สินค้าหมดชั่วคราว นักศึกษาเพศหญิงเลือกที่จะเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว และกลับมาซื้อแบรนด์เดิมเมื่อมีของ และเปลี่ยนไปใช้รุ่นอื่น แต่แบรนด์เดิม



## บทที่ 5

### สรุปผลงานวิจัย และข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยที่ได้จากบทที่ 4 รวมถึงข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่ออาจนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้ ซึ่งจากการทำวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้นักศึกษาเพศหญิงเกิดความภักดีต่อตราสินค้า โดยวิธีที่ใช้ในงานวิจัยเป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีการสัมภาษณ์กับกลุ่มนักศึกษาเพศหญิง โดยตรงซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือในงานวิจัยนี้ โดยสามารถสรุปและวิเคราะห์ผล ได้ดังนี้

#### 5.1 ด้านผลิตภัณฑ์

##### 1. คุณภาพ

พบว่านักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักศึกษาเพศหญิงซื้อซ้ำ ใช้อย่างต่อเนื่อง และเกิดการแนะนำหรือบอกต่อให้กับเพื่อนหรือคนรู้จัก โดยคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องดี สีสวย ดัดทน ควบคุมความมัน ไม่อุดตันรูขุมขน ไม่ก่อให้เกิดการแพ้

##### 2. บรรจุภัณฑ์

พบว่าบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องรองที่นักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญ เพราะอย่างที่กล่าวมาข้างต้นคือนักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญกับคุณภาพมาเป็นอันดับแรก ส่วนบรรจุภัณฑ์เน้นในเรื่องการใช้ง่าย กะทัดรัด พกพาสะดวก มีกระจกในตัวเพื่อสำหรับเอาไว้แต่งหน้าออกสถานที่ ส่วนขวดลายนารักถือว่าเป็นประเด็นรองในการเลือกซื้อ

##### 3. แหล่งที่ผลิต

พบว่านักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกหรือดูรายละเอียดถึงแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ โดยให้เหตุผลว่าดูแค่ชื่อแบรนด์ก็รู้แล้วว่าผลิตมาจากที่ไหน แต่ถ้ารู้ว่าสินค้านั้นผลิตมาจากจีนก็จะรู้สึกกลัว ไม่ไว้ใจเรื่องคุณภาพก็จะไม่ซื้อสินค้านั้น

## 5.2 ด้านราคา

พบว่าราคาเฉลี่ยต่อชิ้นที่นักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่รับได้คือประมาณ 300-500 บาท ซึ่งเป็นสินค้าประเภทลิปสติก บลัชออน แป้งพัฟ และดินสอเขียนคิ้ว ส่วนราคาไม่เกิน 1,000 บาทจะเป็นสินค้าประเภทครีมรองพื้นและครีมบีบี ส่วนในเรื่องการเปรียบเทียบราคานักศึกษาเพศหญิงมีการเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ โดยมีเปรียบเทียบทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพ

## 5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนใหญ่ นักศึกษาเพศหญิงจะซื้อสินค้าเครื่องสำอางที่เคาเตอร์ขายสินค้าในห้างสรรพสินค้า (counter brand) และร้าน Eve and Boy โดยให้เหตุผลว่ามีสินค้าและแบรนด์ให้เลือกหลากหลาย มีสินค้าให้ทดลองก่อนการตัดสินใจซื้อ สะดวกในการไปซื้อ และมั่นใจได้ว่าสินค้าเป็นของแท้แน่นอน

## 5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

### 1. การขายโดยใช้พนักงาน

พบว่าถ้าพนักงานขายแนะนำสินค้าดีและบริการดีก็จะทำให้นักศึกษาเพศหญิงอยากซื้อสินค้านั้นมากขึ้น แต่ก็ต้องไม่พยายามขายสินค้าจนมากเกินไป ถ้าต้องการคำแนะนำค่อยเข้าไปให้คำแนะนำ และถ้าพนักงานขายบริการไม่ดี หรือทำท่าที่ไม่ค่อยอยากบริการก็จะเปลี่ยนไปซื้อที่สาขาอื่นแทน

### 2. การโฆษณา

ส่วนใหญ่ นักศึกษาเพศหญิงจะหาข้อมูลสินค้าจากการรีวิวตาม YouTube Instagram และเพจของ Blogger ต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบเรื่องสินค้าและราคา ส่วนโฆษณาตามสื่อต่างๆ เมื่อเห็นก็จะรู้สึกสนใจผลิตภัณฑ์นั้นและรู้สึกอยากลอง อย่างเช่น เห็นแคมเปญ L'Oreal ที่ใช้ฟรีเซ็นเตอร์คือ ชมพูโฆษณาผ่าน Facebook ที่ไปเดินแบบที่เมืองคานส์ก็ทำให้อยากลองผลิตภัณฑ์

### 3. การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายที่จูงใจให้นักศึกษาเพศหญิงซื้อสินค้าคือ การให้ส่วนลดทันที เช่น ลดทันที 10% หรือ ลด 20% หรือการส่งเสริมการขายแบบซื้อ 1 แถม 1 ส่วนการส่งเสริมการขายที่นักศึกษาเพศหญิงไม่ค่อยให้ความสนใจคือซื้อครบแล้วได้ของแถม โดยให้เหตุผลว่าของที่แถมบางครั้งก็ไม่ได้ใช้

#### 4. การสะสมคะแนน

พบว่านักศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจและไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน โดยให้เหตุผลว่าบางทีการสะสมคะแนนใช้เวลานานในการสะสมเต็มกว่าจะแลกของหรือส่วนลดได้ ชอบแบบส่วนลดเลยทันทีมากกว่า

### 5.5 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลงานวิจัยจะเห็นได้เลยว่าในเรื่องคุณสมบัติของสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญเช่น สีสวย ดัดทน และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักศึกษาเพศหญิงเกิดการซื้อซ้ำและแนะนำบอกต่อ เพราะฉะนั้นถ้าผู้ประกอบการอยากจะทำธุรกิจสินค้าเครื่องสำอางจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพมาเป็นอันดับแรก

#### 2. ด้านบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญรองลงมา บรรจุภัณฑ์ต้องไปแต่กร้าว บวม หรือสกปรก

#### 3. ด้านราคา

ด้านราคานักศึกษาเพศหญิงมีการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเปรียบเทียบโดยการดูราคาและคุณภาพของสินค้า การกำหนดราคาต้องมีความสมเหตุสมผล กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับคุณภาพ

#### 4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ณ จุดขาย ควรมีสินค้าให้ทดลองเพราะนักศึกษาเพศหญิงจะทดลองก่อนตัดสินใจซื้อ ร้านค้าต้องมีความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย สะดวกสบายแก่ผู้ที่มาใช้บริการ มีพนักงานขายที่ให้คำแนะนำและบริการอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

#### 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรมีการจัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขายบ้างเพื่อเป็นการคืนกำไรให้ลูกค้า กลยุทธ์ที่ควรใช้คือเรื่องของส่วนลดในทันที

### 5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

1. จากงานวิจัยพบว่านอกจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการเลือกซื้อสินค้าแล้ว ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด การรีวิว และการ

แนะนำสินค้าโดยเพื่อนหรือคนรู้จักนั้นมีผลในการเลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก อาจเพิ่มวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันถึงปัจจัยอื่นที่ทำให้กลุ่มนักศึกษาเพศหญิงเลือกซื้อสินค้าและเกิดความภักดีต่อสินค้าเครื่องสำอาง

2. อาจมีการวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องการทำการตลาด โดยสร้างเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ (Content Marketing) ว่ารูปแบบไหนที่กลุ่มนักศึกษาเพศหญิงชอบ



## บรรณานุกรม

- กิตติ สิริพัลลภ. (2542). การสร้างคุณค่าให้ตรายี่ห้อ. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมศุลกากร. (2551). พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2435. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2559, จาก <http://search.customs.go.th:8090/jsp/Hazard/public/cosmetic/preface.pdf>
- ข่าวสดรายวัน. (2558). เครื่องสำอางไทยสดใส. ค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2559, จาก [http://daily.khaosod.co.th/view\\_news.php?newsid=TURObFkyOHpNREE1TVRJMU9BPT0=&sectionid=TURNd05RPT0=&day=TWpBeE5TMHhNaTB3TlE9PQ==](http://daily.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TURObFkyOHpNREE1TVRJMU9BPT0=&sectionid=TURNd05RPT0=&day=TWpBeE5TMHhNaTB3TlE9PQ==)
- ดวงขวัญ สาครชลาธาร. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอาง โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระ. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุริม โอทกานนท์. (2552). ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty). ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2559, จาก [http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=348:brand-loyalty-&catid=1:mk-articles&Itemid=11](http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php?option=com_content&view=article&id=348:brand-loyalty-&catid=1:mk-articles&Itemid=11).
- ปัทมา เลหาสินณรงค์. (2555). รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, กรุงเทพฯ.
- ปิยะวรรณ พุ่มโพธิ. (2542). ความภักดีต่อตราสินค้า การขยายตราสินค้าและการประเมินของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตราสินค้า, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การโฆษณา), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนิรัตน์ บุญมีธยะ และ วัชรญญกรณ์ ทวีรุจนะ. (2556). การศึกษาถึงสิ่งที่เด็กปฐมวัยให้ความสนใจต่อการเลือกสินค้า. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่, กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา

## บรรณานุกรม (ต่อ)

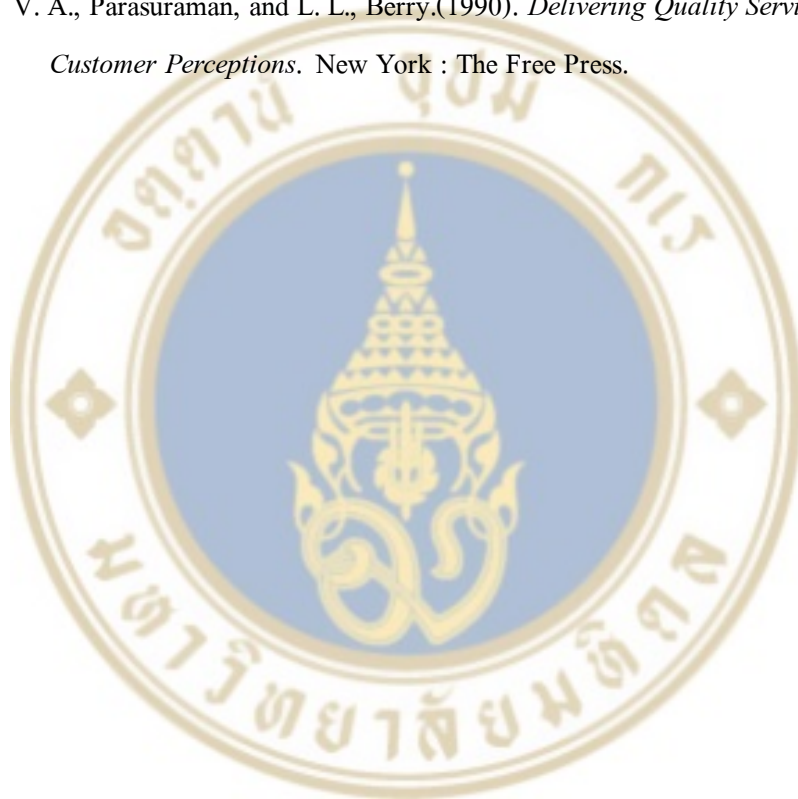
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541) . การบริหาร การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 17(1), 17-29.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press.
- Charlton,P & Ehrenberg,A. S. C. (1978). An experiment in brand choice. *Journal of Marketing Research*, 13, 152 – 160.
- Cunningham, R. M. (1956). Brand Loyalty- what, where, how much?. *Harvard Business Review*, 34, pp.116-128.
- Euromonitor. (2016). *Colour Cosmetics in Thailand*. Retrieved July 3,2016, from <http://www.euromonitor.com/colour-cosmetics-in-thailand/report>
- Global Trade Atlas. (2015). *Cosmetics, Toiletries and Skincare Market Overviews 2015*. Retrieved July 3,2016, from [http://trade.gov/industry/materials/ITA.FSC.Cosmoprof.2015\\_final2.pdf](http://trade.gov/industry/materials/ITA.FSC.Cosmoprof.2015_final2.pdf)
- Jones, T. O. & Sasser, E. W. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, pp. 88-99.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. (10th ed). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P.; Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing management*. (13th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lydia, K. O. (2010). *Determinants of Brand Loyalty in Cosmetic Products* Retrieved July 3,2016, From <http://ir-library.ku.ac.ke/bitstream/handle/123456789/7201/Lydia%20Kerubo%20Omanga.pdf?sequence=1>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. (5th ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Sadrudin ,A. A. & Alain, A, (1995). Comparison of country of origin effects on household and organizational buyers' product perceptions, *European Journal of Marketing*, Vol. 29  
Iss: 3, pp.35 – 51

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry.(1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions*. New York : The Free Press.







## ภาคผนวก ก

ในเอกสารนี้อาจมีข้อความที่ท่านอ่านแล้วยังไม่เข้าใจ โปรดสอบถามหัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้แทนให้ช่วยอธิบายจนกว่า จะเข้าใจดี ท่านจะได้รับเอกสารนี้ 1 ฉบับ นำกลับไปอ่านที่บ้านเพื่อปรึกษาหารือกับญาติพี่น้อง เพื่อนสนิท แพทย์ประจำตัว ของท่าน หรือผู้อื่นที่ท่านต้องการปรึกษา เพื่อช่วยในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัย

**โครงการเรื่อง:** การทำการศึกษาเรื่องความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง ในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

**ผู้วิจัย:** ชื่อนักวิจัยหลัก (ภาษาไทย) นางสาวณัฐกานต์ มหาดมวดี  
สถานที่ทำงาน และที่อยู่  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล 69 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพมหานคร 10400  
โทรศัพท์ 092-645-9056 Email: Nutthakarn.m@gmail.com

**ผู้ให้ทุน:** ไม่มี

### วัตถุประสงค์โครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง
2. เพื่อศึกษาความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง

ประโยชน์ที่ท่าน/ชุมชนจะได้รับ (ถ้ามี)

1. เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง
2. เพื่อให้ผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ได้ทราบถึงความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง
3. เพื่อให้ผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้เป็นแนวทางนำไปใช้กับธุรกิจของตน ได้เพื่อเพิ่มยอดขาย และให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตราสินค้า

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะ ชื่อเครื่องสำอางในตราสินค้าเดิมซ้ำ 1-3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน และมีการซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ท่านจะถูกสัมภาษณ์ด้วยวิธีสัมภาษณ์ระดับลึก ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อเข้าร่วมการวิจัยคือ

1. เคยมีการวิจัยทำนองเดียวกับ โครงสร้างที่เสนอนี้มาก่อนหรือไม่และเคยเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์อย่างไร ขอให้ระบุรายละเอียดและโอกาสที่เกิดบ่อยมากน้อยเพียงใดตามที่เคยมีรายงานแจ้ง

สำหรับในต่างประเทศ (Rosyne Evrard, 2013) ได้จัดทำโครงการวิจัย What are the factors which influence women on their loyalty to cosmetic brands? ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนั้น ไม่พบว่ามีปัญหา หรืออาการไม่พึงประสงค์ใดๆระหว่าง การวิจัย และจากเอกสารทางวิชาการ และ เอกสารอ้างอิง พบว่ามีการดำเนินการวิจัยลักษณะนี้ในหลายๆประเทศ และยังไม่พบรายงาน เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์อันก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้เข้าร่วมการวิจัยแต่อย่างใด

2. มาตรการป้องกันและแก้ไขที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ในโครงการนี้

หากผู้เข้าร่วมวิจัย รู้สึกไม่สบายใจหรือคิดขัดใจในขณะที่ให้สัมภาษณ์ สามารถยุติการให้สัมภาษณ์ได้ทันทีใดไม่มีข้อแม้ใด

3. ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการแก้ไข หรือศึกษาเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย  
- นางสาวณัฐกานต์ มหาตมวดี นักวิจัยหลัก

4. ชื่อผู้รับผิดชอบหรือแพทย์ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย

- นางสาวณัฐกานต์ มหาตมวดี โทร. 092-645-9056

5. กรณีเป็นการวิจัยทางคลินิก ผู้วิจัยมีวิธีการแจ้งแพทย์เจ้าของไข้ หรือ แพทย์อื่นที่ ต้องมาให้การรักษาผู้เข้าร่วมวิจัยทราบว่าบุคคลผู้นั้นอยู่ในระหว่างดำเนินการวิจัยได้ด้วยวิธีใด (โปรดระบุ)

- งานวิจัยนี้ ไม่ใช่การวิจัยทางคลินิก

หากท่านไม่เข้าร่วมในการวิจัยนี้ก็จะ ไม่มีผลต่อการเรียน หรือหน้าที่การงาน ท่านมีอิสระเต็มที่ในการตัดสินใจว่าจะให้ความร่วมมือหรือไม่

หากเกิดผลข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย เรายินดีตอบคำถามหรือข้อสงสัยของ ท่านทุกข้อ

หากท่าน มีข้อคิดเห็น ข้อข้องใจหรือคำถามเกี่ยวกับการวิจัยนี้ ท่านสามารถติดต่อ นักวิจัย ตามที่อยู่ที่ให้ไว้ด้านบน

ค่าตอบแทนที่จะได้รับ: 400 บาท

ค่าใช้จ่ายที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะต้องรับผิดชอบเอง: ไม่มี

หากมีข้อมูลเพิ่มเติมทั้งด้าน ประโยชน์และโทษที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะแจ้งให้ทราบโดยรวดเร็วไม่ปิดบัง

ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม ข้อมูลของผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นรายบุคคลอาจมีคณะบุคคลบางกลุ่มเข้ามาตรวจสอบได้ เช่น ผู้ให้ทุนวิจัย, สถาบัน หรือองค์กรของรัฐที่มีหน้าที่ตรวจสอบ, คณะกรรมการจริยธรรมฯ เป็นต้น

ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการวิจัยเมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมการวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อ การบริการและการรักษาที่สมควรจะได้รับแต่ประการใด

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่ สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ถนนพุทธมณฑล สาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม 73170 โทรศัพท์ 02-441-0201-4 โทรสาร 02-441-9333 หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อกับประธานคณะกรรมการฯ หรือผู้แทน ได้ตามสถานที่และ หมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น

ลงชื่อ.....ผู้วิจัย

(.....)

วันที่.....

หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัยโดยได้รับการบอกกล่าวและเต็มใจ

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

ข้าพเจ้า..... อายุ.....ปี อาศัยอยู่  
บ้านเลขที่.....ถนน..... ตำบล.....  
อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์.....

ขอแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาเพศหญิงในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอาง”

โดยข้าพเจ้าได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและจุดมุ่งหมายในการทำวิจัย รายละเอียดต่างๆ ในแบบสอบถาม ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของการวิจัย และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมการวิจัย รวมทั้งแนวทางป้องกันและแก้ไข และของตอบแทนที่จะได้รับ โดยได้อ่านข้อความที่มีรายละเอียดอยู่ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยโดยตลอด อีกทั้งยังได้รับคำอธิบายและตอบข้อสงสัยจากหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ข้าพเจ้าได้ทราบถึงสิทธิ์ที่ข้าพเจ้า และได้รับข้อมูลเพิ่มเติมทั้งทางด้านประโยชน์ และโทษจากการเข้าร่วมการวิจัย และสามารถถอนตัวหรืองดเข้าร่วมการวิจัยได้ทุกเมื่อ โดยจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อข้าพเจ้าในอนาคต

ข้าพเจ้ายินยอมให้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ข้าพเจ้า แต่จะไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล โดยจะนำเสนอเป็นข้อมูลโดยรวมจากการวิจัยเท่านั้น

ข้าพเจ้าเข้าใจข้อความในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย และหนังสือแสดงเจตนายินยอมนี้โดยตลอดแล้ว จึงลงลายมือชื่อไว้

ลงชื่อ.....ผู้เข้าร่วมการวิจัย/ผู้ให้ข้อมูล/ผู้แทน โดยชอบธรรม

(.....)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

## ภาคผนวก ข

### แบบสอบถาม

การทำการศึกษาเรื่องความภักดีต่อตราสินค้าของกลุ่มนักศึกษาหญิงที่มีต่อสินค้าเครื่องสำอางในเรื่องปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาด

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ : .....

ระดับชั้นปีการศึกษา : .....

คณะ : .....

มหาวิทยาลัย : .....

เบอร์โทรศัพท์ : .....

#### คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอาง

1. คุณซื้อสินค้าเครื่องสำอางประเภท Make up บ่อยแค่ไหน
2. คุณซื้อสินค้าเครื่องสำอางประเภท Make up สำหรับส่วนไหนมากที่สุด เช่น ผิวหน้า  
ตา ริมฝีปาก
3. ปัจจุบันคุณใช้หรือซื้อเครื่องสำอางประเภท Make up ยี่ห้ออะไร

#### คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์
  - 1.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์แบบไหนที่มีที่ให้อยากซื้อสินค้า
  - 1.2 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร
  - 1.3 ได้ศึกษาแหล่งที่ผลิตของสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อหรือไม่ อย่างไร
2. ด้านราคา
  - 2.1 ราคาเฉลี่ยต่อชิ้นของสินค้าเครื่องสำอางที่สามารถซื้อได้
  - 2.2 มีการเปรียบเทียบราคาหรือไม่ก่อนซื้อสินค้า
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3.1 คุณซื้อสินค้ามาจากช่องทางการจัดจำหน่ายไหน

3.2 เพราะเหตุใดถึงซื้อจากช่องทางจัดจำหน่ายนี้

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 การขายโดยใช้พนักงานทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร

4.2 การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่างๆทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร

4.3 การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ของแถม ทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร

4.4 การสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการทำให้อยากซื้อสินค้าหรือไม่ อย่างไร

คำถามเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า

1. ถ้าสินค้านี้ไม่มีวางจำหน่ายชั่วคราวคุณจะเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่นหรือไม่
2. คุณจะแนะนำหรือบอกต่อสินค้าให้กับผู้อื่นหรือไม่



## ภาคผนวก ก

### บทสัมภาษณ์

#### บทสัมภาษณ์นักศึกษาเพศหญิง

1.นางสาวกนกรัตน์ วงษ์กรณ์ ชั้นปีที่ 4 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก รองลงมาคือบลัชออน อันดับสามคือแป้งพัฟ 2 เดือนจะซื้อ 1 ครั้ง บลัชออน และอายแชร์โควาใช้ของ Oriental Princess ส่วนลิปสติกใช้ของ Wet n Wind คุณสมบัติของบลัชออน ต้องคิดทบทวน ราคาเหมาะสม ไม่แพง เนื้อลิปสติกทาแล้วยังคงให้ความชุ่มชื้น ทาแล้วต้องคิดทบทวนบรรจุภัณฑ์ชอบแบบที่พกพาได้สะดวก เวลาซื้อของไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตสินค้าก่อนซื้อ ราคาไม่เกิน 350 บาท มีเปรียบเทียบราคาก่อน อย่าง wet n wild ก็มีเปรียบกับยี่ห้ออื่น ซื้อเครื่องสำอางมาจาก eve and boy เพราะมีครบ และมีให้เลือกหลายยี่ห้อ ราคาไม่แพง ถูกกว่าร้านค้าข้างนอก ถ้าพนักงานแนะนำเราก็ทำให้เราอยากซื้อสินค้า เมื่อเห็นโฆษณาก็อยากลองสินค้า ถ้าลองแล้วตรงตามความต้องการก็ซื้อเลย เวลาไปโปรโมชั่นก็ทำให้อยากซื้อสินค้า ไม่ค่อยสนใจบัตรสะสมคะแนน มีแนะนำบอกต่อกับเพื่อนๆ อย่างลิปสติกของ Wet n Wind ก็บอกต่อว่าดีสวย คิดทบทวน ถ้าไม่มีสินค้าชั่วคราวก็เปลี่ยนไปลองยี่ห้ออื่น แต่ถ้ามีของกลับมาาก็กลับไปใช้ยี่ห้อเดิม”

2.นางสาวอภิศรา ชัยมงคล ชั้นปีที่ 4 คณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย “ที่ซื้อบ่อยก็แป้งพัฟ รองลงมาคือบลัชออน รองลงมาอีกก็คือลิปสติก 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้แป้งพัฟของ Revlon และ Maybelline ส่วนดินสอเขียนคิ้ว มาสคาร่า ใช้ของ L'Oréal ดินสอเขียนคิ้ว ต้องเขียนง่ายแล้วเส้นชัด และต้องไม่ลอกหลุดระหว่างวัน มาสคาร่า ปิดแล้วต้องไม่เป็นก้อน แป้งพัฟ ก็ต้องคิดทบทวน และหน้าไม่มัน ไม่เป็นคราบระหว่างวัน จะดูที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าบรรจุภัณฑ์ แต่ก็น่ารักก็ดึงดูดให้ซื้อ เวลาซื้อก็ไม่ได้เจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิตขนาดนั้น ส่วนราคาก็ไม่เกิน 1,000 บาท ถ้าลิปสติกก็ 300-500 บาท ไม่ได้เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ แต่ถ้าจะไปซื้อก็จะดูว่าที่ไหนลดมากกว่ากัน ส่วนใหญ่ซื้อที่ Eve & Boy ที่สยาม เพราะ sale บ่อย และราคาถูกกว่าข้างนอก ถ้าพนักงานแนะนำดี และพูดดี ก็โอเคอยากซื้อสินค้า แต่ต้องต้องไม่ขายของจนเกินไป พอเห็นว่าราคานั้นใช้ก็อยากใช้ บาง อย่างของชมพูที่ไปคานส์ ก็ไปดูคลิปรีวิวแล้วก็ไปลอง บางอย่างของหมดก็ไปซื้อ 1 แกรม 1 ไร่ ก่อน ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนนชอบที่เป็นส่วนลดมากกว่า มีแนะนำว่าแบบตัวนี้ใช้ดีนะ ก็แนะนำให้เพื่อน อย่างดินสอเขียนคิ้วก็แนะนำว่าใช้ดี เขียนง่าย ถ้าสินค้าหมดก็ต้องลองไปถามสาขา



อื่นก่อนว่ามีของหรือป่าว ถ้าไม่มี ก็ลองดูรีวิวก่อนสินค้านั้นมาทดแทนแต่ก็กลับมาใช้แบรนด์เดิมที่มีของ”

**3.นางสาวศศิธร การุณชาติ ชั้นปีที่ 1 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**  
 “อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก รองลงมาเป็นแป้งพัฟ อันดับสามคือมาสคาร่า 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ลิปสติกใช้แบรนด์ NYX ส่วนแป้งพัฟและมาสคาร่าใช้ Beauty Buffet ลิปสติกต้องติดทนนาน ชอบแบบเนื้อ Matte มาสคาร่าปิดแล้วต้องงอนสวย เวลาขี้ตาแล้วก็ต้องไม่หลุด เน้นที่คุณสมบัติของสินค้านั้นมากกว่าบรรจุภัณฑ์ เวลาซื้อไม่ค่อยไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิต แต่ถ้ารู้ว่ามาจากจีนก็กลัวอยู่ ไม่เกิน 500 บาท แต่ถ้าเป็นลิปสติกก็ไม่เกิน 300 บาทก็ดี ก็มีเปรียบเทียบกับแบรนด์ทั่วไป ซื้อเครื่องสำอางจาก Counter brand ในห้าง ถ้าอยากได้สินค้าตัวนี้อยู่แล้วก็จะซื้อ ต่อให้พนักงานแนะนำหรือไม่แนะนำก็ซื้ออยู่ดี ถ้าใช้ตัวนี้อยู่แล้ว และเห็นรีวิวกว่าใช้ดี ยิ่งทำให้เราไม่เปลี่ยนใจไปใช้ยี่ห้ออื่น อย่างโฆษณาสินค้าออกใหม่ทางโทรทัศน์ก็ทำให้อยากลองซื้อสินค้าจะซื้อสินค้ามาหลายชิ้น มาดูนั้ไว้ ไม่ใช้บัตรสะสมคะแนนอยู่แล้วซื้อแค่เฉพาะตัวที่อยากซื้อเหมือนเดิม มีบอกกับเพื่อนและพี่ บอกว่าตัวนี้ดี ติดทนดี เพื่อนก็สนใจและเอาของหนูไปลอง ถ้าชอบก็ไปซื้อ จะเปลี่ยนแบรนด์อื่น แต่พอมีสินค้าก็จะกลับมาใช้แบรนด์ เดิม”

**4.นางสาวพรรณิภา ัญญารัตน์ ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**  
 “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก อันดับสองเป็นแป้งพัฟ อันดับสามคือครีมรองพื้น 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ซื้อครีมรองพื้นของ Etude พวกแป้งพัฟและลิปสติกใช้ของ Maybelline ครีมรองพื้นต้องคุมมัน ไม่อุดตัน มีเฉดสีที่เหมาะสมกับผิวเรา ลิปสติกต้องติดทน มีหลายสีให้เลือกเยอะ ชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีลวดลายน่ารัก ไม่ค่อยดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต บางทีดูแค่แบรนด์ก็รู้แล้วว่าผลิตมาจากไหน อย่างลิปสติกก็ไม่เกิน 500 บาท พวกรองพื้นไม่เกิน 1,000 บาท แล้วค่อยไปซื้อสินค้าที่ Eve & Boy เพราะราคาถูกกว่าที่ counter brand พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า บางทีเห็นว่าเราเป็นเด็กก็ไม่ค่อยอยากแนะนำ ส่วนใหญ่จะดูรีวิวก่อนว่า สนใจตัวไหนก็ไปซื้อตามที่ดูรีวิวก่อน ชอบไปโรมันส่วนลดทันทีและไม่ค่อยได้สนใจบัตรสะสมคะแนนเท่าไร มีแนะนำสินค้าที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อนๆ ถ้าสินค้าของหมดชั่วคราว ก็รอจนกว่าของจะมา”

**5.นางสาวปาจริย์ ธรรมสละ ชั้นปีที่ 4 คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**  
 “ส่วนใหญ่จะซื้อเป็นลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ อันดับสามคือดินสอเขียนคิ้ว ซื้อเดือนละครั้ง ใช้ลิปสติกกับแป้งพัฟของ Maybelline ส่วนดินสอเขียนคิ้วใช้ของ Wet n Wind แป้งพัฟ ต้องคุมมัน บางเบา สีต้องไม่ครอประหว่างวัน ลิปสติกมีให้เลือกหลายสี ทาแล้วไม่ลอกไม่เป็นขลุ่ยชอบที่แบบเรียบๆ ไม่ค่อยเน้นความสวยงามของบรรจุภัณฑ์จะเน้นแบบพกพาง่าย ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อสินค้า ราคาประมาณ 300 – 500 บาท เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อสินค้า อย่างลิปสติกก็มี

เปรียบเทียบระหว่าง Maybelline กับ Revlon ชื่อที่ counter brand ตามห้างเพราะอยู่ใกล้บ้าน ก็สะดวกดี แล้วก็ชื่อที่ Eve & Boy เพราะมีของให้เลือกเยอะ ได้ลองสินค้าก่อนซื้อ ถ้าจะซื้อสินค้าตัวไหนจะหาข้อมูลไว้ก่อนแล้ว แต่ถ้าพนักงานแนะนำดีก็จะรู้สึกประทับใจ ส่วนใหญ่จะดูพวกรีวิวต่างๆ แต่ถ้าเห็นพวกโฆษณาสินค้าออกใหม่ก็สนใจอยากลอง ชอบโปรโมชั่นแบบลดราคาทันที ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน มีแนะนำบอกต่อสินค้าที่ชอบให้กับเพื่อน ชื่อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**6.นางสาวชนิกานต์ อัครมิ่งขวัญ ชั้นปีที่ 3 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์** “อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก รองลงมาคือบลัชออน อันดับสามคืออายแชโดว์ 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้อายแชโดว์ของ Etude ส่วนบลัชออนจะเป็นของ Maybelline ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind บลัชออนปิดแล้วสีชัดไม่ชอบแบบ shimmer ลิปสติกต้องติดทน ไม่แห้งจนเกินไป ชอบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ลายน่ารัก ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิตแต่ดูจากแบรนด์ก็จะรู้ว่าผลิตมาจากที่ไหน ราคาประมาณ 300 บาทขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1,000 บาท เปรียบเทียบราคากับสินค้าอื่นก่อนซื้อ ชื่อที่ Eve & Boy เพราะมีสินค้าให้ลองก่อนหลายแบรนด์ให้เลือก สะดวกเพราะอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย พนักงานแนะนำดีทำให้อยากลองสินค้า ถ้าถูกใจก็ซื้อเลย ไม่ค่อยได้ติดตามพวกโฆษณาต่างๆ แต่จะอ่านรีวิวมากกว่าว่าสินค้ามีข้อดีอย่างไร ชอบตัวไหนก็จะไปซื้อมาลองใช้ ชอบโปรโมชั่นแบบส่วนลดทันที ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนๆ ก็จะไปลองที่ Eve & Boy ชอบก็ซื้อเลย ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**7.นางสาวดลยา ศรีทรัพย์ ชั้นปีที่ 2 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์** “ส่วนมากจะซื้อลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ อันดับสามคือครีมรองพื้น 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX ใช้แป้งพัฟของ Maybelline แล้วก็ครีมรองพื้นของ Revlon ลิปสติกต้องสีสวย มีให้เลือกหลายสี แป้งพัฟกับครีมรองพื้นทาแล้วเนียน ไม่อุดตันรูขุมขน เน้นที่คุณสมบัติของสินค้ามากกว่ารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ ราคาไม่เกิน 1,000 บาท มีการเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ ชื่อที่ Counter Brand เพราะมีสินค้าให้ลอง สะดวกดี เวลาพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า ดูรีวิวแล้วก็คลิปวิดีโอแต่งหน้าใน YouTube ถ้าชอบตัวไหนก็จะไปลองที่ Counter ชอบโปรโมชั่นแบบส่วนลดทันที มีสะสมคะแนนของบัตร The 1 card แนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนว่าใช้ดีอย่างไรบ้าง ถ้าสินค้าที่ใช้อยู่หมดชั่วคราวจะเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว ถ้ามีของก็กลับมาซื้อเหมือนเดิม”

**8.นางสาวชิตชนก ภวันนา ชั้นปีที่ 3 คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ** “ที่ซื้อส่วนใหญ่คือลิปสติก รองลงมาคือบลัชออน แล้วก็แป้งพัฟ 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ลิปสติกจะใช้ของ Wet n Wind บลัชออนจะเป็นของ Maybelline แป้งพัฟใช้ของ Laura Mercier ลิปสติกกับบลัชออน ต้องสีสวย ติดทน คุณภาพสินค้าต้องดีก่อนเป็นอันดับแรก บรรจุภัณฑ์รองลงมา เวลาซื้อสินค้า

ไม่ค่อยได้ดูแลแหล่งที่ผลิต ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคา ชอบก็ซื้อเลย ชื่อมาจาก Eve & Boy เพราะมีสินค้าหลากหลายแบรนด์ มีจัดโปรโมชั่นบ่อย ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า อยากให้พนักงานช่วยเลือกสินค้า ถ้าบริการไม่ดีก็จะไปซื้อสาขาอื่นแทน คูรีวิผ่าน blogger ทำให้อยากลองสินค้า ชอบแบบส่วนตัวทันที ไม่ค่อยมีบัตรสะสมแต้ม แนะนำเพื่อนว่าสินค้าตัวนี้ใช้ดีเพื่อนก็จะไปซื้อตาม ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น กลับมาใช้แบรนด์เดิมเมื่อมีของ”

**9.นางสาวสิริภัทร ปิยะเวช ชั้นปีที่ 4 คณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก รองลงมาคือบลัชออน อันดับสามคือแป้งพัฟ 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้บลัชออนของ Chanel ส่วนแป้งพัฟของเกาหลีแบรนด์ Sulwhasoo แป้งพัฟต้องไม่เหนอะนะ คมมัน บลัชออนต้องสีสวยติดทน ชอบบรรจุภัณฑ์ที่แบบเรียบๆ ไม่เลอะง่าย มีกระจกในตัว ไม่ได้ดูแลแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อแค่แบรนด์ ราคาไม่เกิน 3,000 บาท ไม่ค่อยเปรียบเทียบราคาสินค้าถ้าชอบก็ซื้อเลย ชื่อที่ counter brand ตามห้างเลยเพราะได้ลองสินค้าก่อนซื้อ และมีบัตรลดถ้าซื้อที่ counter ก็จะได้ลดสินค้าไปด้วย ถ้าพนักงานให้บริการดีก็ทำให้อยากซื้อ ถ้าคนที่เราติดตามโฆษณาสินค้าก็อยากลองใช้ ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แถม 1 รู้สึกเฉยๆกับบัตรสะสมคะแนนที่มีบัตรสะสมคะแนนก็มีของทั่วไป เช่น บัตร The 1 card แนะนำบลัชออนและครีมที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อนๆก็จะไปลองถ้าชอบก็ซื้อเลย ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นบ้างแต่ถ้ามีของก็กลับมาใช้แบรนด์เดิม”

**10.นางสาวสุภาณี หงสวัณณ์ ชั้นปีที่ 4 คณะบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่ซื้อดินสอเขียนคิ้ว รองลงมาลิปสติก แล้วก็บลัชออน 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ดินสอเขียนคิ้วและอายแชโดว์ใช้ของ Maybelline ลิปสติกใช้ของยี่ห้อ NYX อายแชโดว์จะเลือกซื้อสีที่ใช้ได้ตลอดใช้ได้ทุกวันและต้องมีทั้งสี basic และ shimmer ลิปสติกต้องสีสวย ติดทน ยังคงความชุ่มชื้นอยู่ ถ้ามีกระจกในบรรจุภัณฑ์ก็ดีเพราะบางที่เราต้องส่องกระจกแต่งหน้าข้างนอกมีกระจกในตัวก็ทำให้สะดวก ไม่ได้ดูแลแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อดูที่ราคามากกว่า ราคาไม่เกิน 1,000 บาท ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อสินค้า ส่วนใหญ่ถ้าชอบแล้วก็ซื้อเลย ชื่อมาจาก counter ในห้างเลย เพราะมั่นใจในสินค้าว่าของแท้แน่นอนและใช้บัตรเครดิตได้ ถ้าพนักงานต้อนรับดี แนะนำดีก็อยากซื้อสินค้าแต่ต้องไม่พยายามขายมากเกินไป ส่วนใหญ่ก็จะคูรีวิผ่านทาง Blogger ต่างๆ สินค้าไหนน่าสนใจก็จะไปลองก่อน ชอบส่วนตัวมากกว่าของแถมเพราะบางอย่างที่แถมมาก็ไม่ได้ใช้ ถ้าสินค้าที่สนใจมีบัตรสะสมคะแนนก็อยากซื้อสินค้าเพิ่ม มีแนะนำให้เพื่อนซื้ออย่างลิปสติกก็แนะนำว่าใช้ดี สีติดทน ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราว ถ้ามีของก็กลับมาใช้แบรนด์เดิม”

**11.นางสาวนันท์ณภัต ภูชนงค์ คณะคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่จะซื้อแป้งพัฟ รองลงมาคือดินสอเขียนคิ้ว อันดับสามคือลิปสติก 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้แป้งพัฟของ Nars ส่วนลิปสติกใช้ของ Wet n Wind แป้งพัฟ ต้องติดทนใช้แล้วหน้าไม่มัน ไม่อุดตันเพราะหน้าเป็นสิวง่าย ลิปสติกต้องติดทนนานแล้วก็มีสีให้เลือกเยอะ คู่ที่คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์ ไม่ได้คำนึงถึงแหล่งที่ผลิต เน้นที่คุณภาพใช้แล้วไม่แพ้ ถ้าเป็นแป้งพัฟหรือรองพื้นก็ไม่เน้นแพงมากประมาณ 500 บาทขึ้นไปไม่เกิน 1,000 บาท มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น ถ้ามีดีกว่าถูกกว่าก็จะซื้อที่ถูกกว่าคุณภาพก็โอเคและราคาก็ไม่แพงจนเกินไป ซื้อสินค้าผ่านทาง online เพราะสินค้าถูกกว่า พนักงานไม่ค่อยมีผลปกติซื้อสินค้าแบรนด์เดิมๆไม่ค่อยได้เปลี่ยนเท่าไร ส่วนใหญ่จะดูรีวิวมากกว่าก็ทำให้อยากลองสินค้า ชอบโปรโมชันแบบลดราคาไปเลย รู้สึกเฉยๆกับบัตรสะสมคะแนนเพราะก็ไม่ค่อยได้ซื้อเครื่องสำอางบ่อยอยู่แล้ว มีบอกต่อกับเพื่อนอย่างแป้งพัฟก็มีบอกมาใช้ดี ใช้แล้วคุ้มมัน อย่างแป้งพัฟก็มีบอกมาใช้ดี ใช้แล้วคุ้มมันเพื่อนก็สนใจ ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นชั่วคราวแต่ถ้ามีของก็กลับมาใช้แบรนด์เดิมต่อ”

**12.นางสาวนัชชา งามศิริจิตร ชั้นปีที่ 2 คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ(หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก รองมาก็อายไลเนอร์ รองมาก็บลัชออน 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind และ Maybelline บลัชออนก็ใช้ของ Maybelline ลิปสติกต้องมีเฉดสีให้เลือกเยอะโทนสีไม่ฉูดฉาด ทาได้ทุกวัน สีติดทน ส่วนใหญ่ดูสินค้ามากกว่าดูใจใหม่ ดูแหล่งที่ผลิตนิดหน่อย ถ้าเป็นของจีนก็จะไม่ค่อยไว้วางใจ ลิปสติกประมาณ 300-500 บาท มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่นคุณภาพดีราคาจับได้ก็จะซื้อ ซื้อที่ Eve & Boy มีหลายแบบให้ หลายสีให้อาเลือก ไปซื้อได้สะดวก ถ้าพนักงานแนะนำดีๆก็อยากซื้อสินค้าอย่าง Maybelline โฆษณาผ่าน The Face พอดูแล้วก็สนใจสินค้าก็จะไปลอง ชอบแบบส่วนลดมากกว่า บางทีของแถมได้มาก็ไม่ได้ใช้ ไม่ค่อยใช้บัตรสะสมคะแนนเพราะใช้เวลานานในการสะสม มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อนๆก็ลองสินค้าของเรา ถ้าชอบก็ไปซื้อเลย มีที่เคยใช้ของ Wet n Wind ของหมดซื้อรุ่นอื่นแทนแต่แบรนด์เดิม”

**13.นางสาวสุทธิดา เนียมทรัพย์ ชั้นปีที่ 4 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก แล้วก็รองมาเป็นแป้งพัฟ สุดท้ายเป็นบลัชออน 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX ส่วนแป้งพัฟกับบลัชออนใช้ของ Tarte แป้งพัฟใช้แล้วไม่แพ้ คุ้มมัน ไม่อุดตัน ลิปสติกไม่แห้งไปคงความชุ่มชื้นอยู่มีเฉดสีให้เลือกเยอะ คู่เรื่องคุณภาพมากกว่าบรรจุภัณฑ์ ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิต ราคาประมาณ 500 ไม่เกิน 1,500 มีเปรียบเทียบกับราคากับแบรนด์อื่นในร้านเดียวกัน ซื้อที่ Sephora เพราะมีแบรนด์นำเข้าที่หลากหลายกว่า แล้วก็ซื้อที่ Eve & Boy เพราะราคาถูกกว่า Counter Brand เวลาพนักงานแนะนำสินค้าออกใหม่ก็จะรู้สึกสนใจ ส่วนใหญ่ดูรีวิวจาก

YouTube กับ Blogger มีบัตรสะสมคะแนนของ Sephora แต่ถ้าเป็นแบบส่วนลดไปเลยจะดีกว่า มีแนะนำลิปสติกให้เพื่อนๆก็จะขอลองถ้าชอบก็ไปซื้อตาม ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวเปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**14.นางสาวลักษณาพร กาลพฤกษ์ ชั้นปีที่ 4 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ(หลักสูตรอินเตอร์)** “อันดับหนึ่งจะซื้อลิปสติก อันดับสองคืออายแชโดว์ อันดับสามจะซื้อแป้งพัฟ 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX ส่วนแป้งพัฟใช้ของ Laura Mercier ลิปสติกต้องมีสีให้เลือกเยอะ คิดทน คงความชุ่มชื้น ไม่แห้งจนเกินไป แป้งพัฟควบคุมความมัน คุณที่คุณภาพสินค้ามากกว่าไม่ได้ดูรายละเอียดถึงแหล่งที่ผลิต ราคาไม่เกิน 1,500 บาท13. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ ส่วนมากจะซื้อที่ Counter Brand ตามห้างเลยเพราะมีสินค้าให้ทดลองก่อนซื้อจะได้รู้ว่าตัวไหนเหมาะกับเรา พนักงานแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า ส่วนใหญ่จะดูพวกรีวิวชอบตัวไหนก็จะไปซื้อตาม ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดทันทีไม่ค่อยได้สะสมคะแนน มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อนๆ ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวจะเปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น แต่กลับมาซื้อแบรนด์เดิมเมื่อมีของ”

**15.นางสาวนรินทร์นา กุ่มมณี ชั้นปีที่ 4 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่จะซื้อลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ รองมาอีกคือบลัชออน 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX ส่วนแป้งพัฟกับบลัชออนใช้ของ Maybelline ลิปสติกต้องคิดทน ทาแล้วปากไม่ลอกเป็นขุย แป้งพัฟควบคุมความมัน หน้าเนียน บลัชออนสีสวย คิดทน จะเน้นดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่า ไม่ได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต ราคาไม่เกิน 1,000 บาท 13. เปรียบเทียบกับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ มีซื้อที่ Eve & Boy เพราะมีให้สินค้าให้เลือกหลากหลายแล้วก็ราคาถูก พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า ชอบดูพวกคลิปสอนแต่งหน้าเห็นสินค้าไหนน่าสนใจก็จะไปทดลอง ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดทันที ไม่ค่อยใช้บัตรสะสมคะแนน ก็มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้กับเพื่อนๆก็จะไปลองซื้อมาใช้บ้าง ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็ลองเปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม”

**16.นางสาววันสริน พุทธสาร ชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์** “อันดับหนึ่งจะซื้อลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ แล้วก็อายแชโดว์ 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ Shiseido เพราะใช้ตามแม่ใช้ทุกอย่างเลยอะ แป้ง ลิปสติก รองพื้น บลัชออน อายแชโดว์ แม่ซื้อให้หมดเลยที่มีเลือกเองคือลิปสติก ของ Maybelline ลิปสติกต้องทาแล้วไม่แพ้ทาแล้วยังคงความชุ่มชื้น แป้งพัฟใช้แล้วหน้าเนียน ไม่มัน2. บลัชออน สีต้องสวยและคิดทน ส่วนใหญ่ดูที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า บรรจุภัณฑ์ก็อย่างไรก็ได้ไม่สำคัญ ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตอย่าง Shiseido ก็รู้อยู่แล้วว่า Made in Japan อยู่ในราคาไม่เกิน 1,000 บาท อย่าง Maybelline มีcounter ตั้งคู่กับ L’Oréalแต่ช่วงนั้น Maybelline จัดโปรโมชันก็เลยซื้อมา ซื้อมาจาก Counter Brand เพราะได้ลองสินค้าก่อนซื้อ ไม่ซื้อ

ของตาม online เพราะกลัวว่าเป็นของปลอม ถึงแม้พนักงานบริการเราแย่ แต่อ้ออยากได้ก็ซื้ออยู่ที่ไม่ได้อยู่ที่ตัวพนักงานอยู่ที่สินค้าและราคา เห็นชมพูที่มีโฆษณาผ่าน Facebook ที่ไปเมืองคานส์ก็ทำให้อ้ออยากลอง แต่ไม่ได้ซื้อแต่ไปศึกษาดูสนใจที่ส่วนลดมากกว่าของแถมเพราะถ้าแถมของแถมที่เราไม่ได้ใช้ก็รู้สึกไม่โอเค ไม่ได้สนใจบัตรสะสมคะแนน มีแนะนำลิปสติกของ Maybelline ให้เพื่อน ๆ ก็แนะนำว่าสวย ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวของหมดก็ใช้แบรนด์เดิมแต่จะเปลี่ยนเป็นรุ่นอื่น”

**17.นางสาววิษณีย์ ช่างพิลา ชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ** “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก รองลงมาซื้ออายแชโดว์ รองมาเป็นดินสอเขียนคิ้ว 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้แป้งพัฟและรองพื้น Revlon ส่วนลิปสติกใช้ของ NYX ลิปสติกสีต้องติดทนไม่แห้งกรังยังมีความชุ่มชื้นอยู่มีสีให้เลือกเยอะ รองพื้นก็ต้องมีโทนสีให้เลือกเยอะมีเคล็ดลับที่เหมาะสมกับเรา และต้องติดทน ถ้าเห็นว่าบรรจุภัณฑ์น่ารักก็จะซื้อเก็บไว้ เวลาซื้อไม่ค่อยได้ดูแลของที่ผลิต ราคาประมาณ 200 บาทขึ้นไป ไม่เกิน 1,000 บาท เปรียบเทียบลิปสติกของ NYX ที่สีเดียวกับของ Mac ก็ซื้อของที่ถูกว่า แต่ถ้าซื้อเป็นของฝากก็ค่อยเลือกอันที่แพงกว่า ชื่อที่ counter brand ให้ห้างเลยหรือที่ Eve and boy 19. เพราะได้ลองสินค้าก่อน บางทีเห็นจากเว็บเป็นสีหนึ่งพอลองแล้วเป็นอีกสีหนึ่ง ชื่อที่ Eve and boy ก็เพราะมีให้เลือกหลายยี่ห้อและได้ทดลองด้วยเหมือนกัน ถ้าพนักงานให้คำแนะนำบริการดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า ส่วนใหญ่จะดูผ่าน Internet เช่น ทีวี หรือโฆษณาผ่านโทรทัศน์ เวลาสินค้าออกใหม่แล้วดาราที่ชอบ เป็น presenter เราก็มักจะไปลองใช้แต่ก็ไม่ได้ซื้อ ถ้าเป็นของที่เรารู้ชื่อแล้วมีส่วนลดก็ดีเพราะใช้อยู่แล้ว ชอบโปรโมชันแบบซื้อชิ้นต่อไปถูกลงกว่า ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไรเพราะนานๆซื้อทีที่มีจะเป็น The 1 card มีบอกต่อกับเพื่อน บางอย่างที่เราใช้แล้วแพ็คเกจจะบอก อย่างรองพื้นตัวไหนดีก็จะบอกต่อเพื่อนก็ซื้อมาใช้ด้วย เพราะเรารับแต่งหน้าด้วยเพื่อนก็เลยเชื่อถือ อย่างรองพื้นของ Revlon ที่มีช่วงหนึ่งหยุดผลิตไปก็หันไปใช้ของแบรนด์อื่นก่อนพอออกมาใหม่ก็กลับมาใช้ต่อ”

**18.นางสาวณัฐวรรณ สาจันท์ ชั้นปีที่ 4 คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์** “ซื้อครีมรองพื้น รองลงมาคืออายแชโดว์ อันดับสามคือลิปสติก ซื้อเดือนละครั้ง ครีมรองพื้นกับลิปสติกใช้ของ Revlon และซื้อลิปสติกของ NYX ด้วย ครีมรองพื้นมีให้เลือกหลายเฉดที่เหมาะสมกับผิวเหมาะกับผิวมัน ติดทน ลิปสติกมีหลายสี ติดทน กลิ่นหอม เน้นการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ เช่น พกพาง่าย ไม่ค่อยดูแลของที่ผลิต ถ้ารองพื้นราคา 500-1,500 บาทลิปสติกราคา 300-500 บาท 16. มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น ถ้าคุณภาพดีแต่ราคาแพงก็โอเค ชื่อที่ Eve & Boy เพราะได้ลองสินค้าก่อนซื้อและมีโปรโมชันเยอะ พนักงานก็มีส่วนทำให้อยากซื้อสินค้าอย่างการบริการ การให้คำแนะนำ ส่วนใหญ่จะอ่านรีวิวจาก page blogger pantip ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แกรม 1 และส่วนลดทันที ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนผ่านบัตร แนะนำลิปสติกให้เพื่อนได้ลองใช้เพื่อนก็จะไปลองถ้าชอบก็ซื้อเลย ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็ลองซื้อรุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม”

**19.นางสาวธัญญา ไทยเจริญ ชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**  
 “ส่วนใหญ่จะซื้อดินสอเขียนคิ้ว อันดับสองคือลิปสติก อันดับสามคือบลัชออน 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX ดินสอเขียนคิ้วใช้ของ L’Oréal ลิปสติกเนื้อสีต้องดี ล้างออกง่าย ไม่แห้งจนเกินไป ดินสอเขียนคิ้วสีสวย เขียนง่าย ชอบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่าแหล่งที่ผลิต ราคาต่อชิ้นประมาณ 300-500 บาทมีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ 15. ชื่อที่ counter brand และ Eve & Boy เพราะส่วนใหญ่เดินห้างบ่อยและมั่นใจในสินค้าว่าของแท้แน่นอน ส่วน Eve & Boy เพราะลดเยอะ ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า มีคู่วิวตาม Instagram สนใจตัวไหนก็ไปลองที่ counter ชอบแบบลดราคาสินค้าไปเลยทันที ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเพราะไม่ค่อยได้ซื้อบ่อยอยู่แล้ว มีแนะนำบอกต่อกับเพื่อนว่าใช้ดี ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวซื้อของแบรนด์อื่นแทนไปก่อนชั่วคราว แล้วค่อยกลับมาซื้อเมื่อมีของ”

**20.นางสาวกิตติยา แจ่มสกุล ชั้นปีที่ 4 คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล “ที่ซื้อบ่อยก็**  
 เป็นแป้งพัฟ รองลงมาเป็นบลัชออน แล้วก็มาสคาร่า 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้แป้งพัฟของ Laura Mercier ส่วนบลัชออนกับมาสคาร่าใช้ของ Maybelline แป้งพัฟต้องควบคุมความมัน ทาแล้วไม่หนาไป บางเบา มาสคาร่าปิดแล้วขนตาดูอ่อนสวยขึ้นแล้วไม่เลอะง่าย ดูเรื่องคุณภาพมากกว่าบรรจุภัณฑ์ ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตเพราะเน้นดูเรื่องคุณภาพสินค้ามากกว่า อย่างแป้งพัฟก็ไม่เกิน 1,200 บาท อย่างบลัชออนก็ไม่เกิน 500 บาท ไม่ค่อยเปรียบเทียบราคาเพราะสินค้าแต่ละตัวมีข้อดีแตกต่างกัน 18. ชื่อที่ Counter Brand แล้วก็ชื่อที่ Eve & Boy เพราะน่าเชื่อถือได้ลองสินค้าก่อนด้วย มีพนักงานคอยให้คำแนะนำแล้วก็ชื่อที่ Eve & Boy เพราะจัดโปรโมชั่นบ่อย พนักงานแนะนำดีให้บริการดีก็ทำให้อยากเข้าไปเลือกซื้อ ส่วนใหญ่คู่วิวจาก Blogger ชอบแบบส่วนลดไปเลยหรือแบบซื้อ 1 แถม 1 ไม่ค่อยสนใจพวกบัตรสะสมคะแนน ก็มีแนะนำได้เพื่อนได้ลองใช้ พอเพื่อนลองถ้าชอบก็จะไปซื้อมาใช้บ้าง ถ้าของหมดก็รอจนกว่าของจะมา ถ้าไม่มีจริงๆก็ลองใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**21.นางสาวนริศรา บุญทะวงศ์ ชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**  
 “ส่วนใหญ่ที่ซื้อจะซื้อแป้งพัฟ รองลงมาคือลิปสติกแล้วก็แป้นบลัชออน 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง แป้งพัฟกับครีมรองพื้นใช้ของ Revlon ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind และ Maybelline ครีมรองพื้นใช้แล้วไม่แพ้ คุมมันไม่อุดตันรูขุมขน ลิปสติกติดทน มีเฉดสีให้เลือกเยอะ บรรจุภัณฑ์เน้นการใช้ง่าย พกพาสะดวก กระดาษดี ตกแล้วไม่แตกง่าย จะไม่เลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน ราคาไม่เกิน 300 – 500 บาท มีเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อจากทางเว็บไซต์ ชื่อจาก Counter Brand และจาก Eve & Boy เพราะมีโปรโมชั่นเยอะและมีของให้เลือกเยอะ. พนักงานขายจำเป็นเวลาต้องการคำแนะนำต่างๆแต่บางครั้งก็อยากเดินดูสินค้าเฉยๆ ก็จะคู่วิวตาม Facebook Instagram ชอบแบบส่วนลดหรือแบบซื้อ 1 แถม 1

ไปเลย ยังไม่ได้ลองแบบสะสมคะแนนแลกของ ก็มีลองแนะนำเพื่อนๆก็จะไปลองสินค้าคู่อ่อน ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็ลองใช้รุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม”

**22.นางสาวนัทธมน ตั้งศรี ชั้นปีที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ** “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ อันดับสามคือมาสคาร่า 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX ส่วนมาสคาร่าใช้ของ Maybelline แป้งพัฟใช้ของ Skin Food แป้งพัฟจะต้องคุมมัน หน้าไม่หมองระหว่างวัน มาสคาร่าปิดแล้วขนตาต้องงอนบางยี่ห้อปิดแล้วไม่งอน ลิปสติกสีสวย ติดทนทาแล้วไม่แห้งจนเกินไป เวลาซื้อไม่ได้ดูที่บรรจุภัณฑ์ดูที่คุณภาพของสินค้ามากกว่า 16. ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต ราคาประมาณ 300 – 500 บาท มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น ส่วนใหญ่ซื้อที่ Eve & Boy เพราะมีให้เลือกหลายแบรนด์ มีสินค้าให้ลองก่อนซื้อ ถ้าพนักงานให้คำแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า ส่วนใหญ่จะอินรีวิวดูตามอินเทอร์เน็ต ถ้าสนใจสินค้าไหนก็จะไปลองใช้ ชอบโปรโมชันแบบส่วนลดทันที ไม่ค่อยได้ใช้บัตรสะสมคะแนน มีแนะนำสินค้าที่ใช้อยู่ให้กับเพื่อนๆ แนะนำว่าใช้ดียังไง ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็เปลี่ยนไปลองใช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**23.นางสาวกัทรวิษณุ ศิริสา ชั้นปีที่ 2 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ** “ส่วนใหญ่จะซื้อลิปสติก อันดับสองคือแป้งพัฟ อันดับสามเป็นบลัชออน 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ Mac และ NYX ใช้แป้งพัฟและบลัชออนของ Revlon ลิปสติกชอบใช้แบบเนื้อ Matte แต่ทาแล้วต้องไม่แห้งไป สีติดทนนาน แป้งพัฟทาแล้วควบคุมความมัน เน้นดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์ ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ แต่ถ้ารู้ว่าเป็นสินค้าที่มาจากจีนก็จะไม่ใช่ ราคาไม่เกิน 1,000 บาท 15. ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบราคากับยี่ห้ออื่น ซื้อที่ Counter Brand เพราะปกติก็เดินห้างอยู่แล้ว สะดวกดี แล้วยี่ห้อที่ Eve & Boy เพราะมีสินค้าและแบรนด์ให้เลือกหลากหลาย พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้าเพราะบางทีก็อยากสอบถามสินค้าเพิ่มเติม. เห็นโฆษณาตามโทรทัศน์ก็จะอยากลองสินค้า ชอบโปรโมชันแบบซื้อ 1 แถม 1 จะได้เป็นการซื้อสินค้ามาคูณไว้ ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร มีแนะนำสินค้าให้เพื่อนว่าสินค้าตัวนี้ใช้ดีอย่างไรบ้าง เปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น แต่กลับมาซื้อแบรนด์เดิมเมื่อมีของ”

**24.นางสาวพรพรรณ ลำพงษ์ ชั้นปีที่ 3 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (หลักสูตรอินเตอร์)** “อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ อันดับสามคือบลัชออน 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ Wet n Wind ใช้แป้งพัฟของ Maybelline ส่วนบลัชออนใช้ของ Mac ลิปสติกต้องติดทนสีชัด ทาแล้วไม่ลอกเป็นขุย แป้งพัฟทาแล้วเนียน ไม่เหนอะหนะ ควบคุมความมัน ส่วนบลัชออนสีต้องสวยเช่นเดียวกัน บรรจุภัณฑ์ต้องแข็งแรง ตกแล้วไม่แตกง่าย ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตสนใจแค่แบรนด์ 15. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นในร้านที่ไปซื้อช่องทางที่ซื้ออยู่ที่ counter brand แล้วยี่ห้อที่ Eve & Boy เพราะมีโปรโมชันลดเยอะและมีหลายแบรนด์



ดี พนักงานแนะนำดีก็จะดี บางทีสงสัยอะไรจะได้ถามได้ อย่างพวกโฆษณาตามโทรทัศน์ก็จะรู้สึกสนใจในสินค้า พอมีโอกาสไปเดินที่ Eve & Boy ก็จะไปลอง ชอบโปรโมชันแบบลดไปเลย เช่น ลด 20% ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร ก็มีแนะนำบอกต่อเพื่อนๆหรือคนที่รู้จัก เขาก็จะสนใจแล้วไปหาลองบ้าง ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น แล้วกลับมาใช้แบรนด์เดิมเมื่อมีของ”

**25.นางสาวรัชชชนก เจริญสุข ชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต (หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่ซื้อแป้งพัฟ รองลงมาคือลิปสติก อันดับสามคือมาสคาร่า 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง แป้งพัฟใช้ของ Revlon ลิปสติกใช้ของ Wet n Wind มาสคาร่าใช้ของ Maybelline แป้งพัฟต้องคุมมัน ทาแล้วเนียน ลิปสติกมีเฉดสีให้เลือกเยอะ คิดทนนาน มาสคาร่าปิดแล้วขนตาองงาม กันเหงื่อ กันน้ำได้ ดูเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่า ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ 15. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น ชื่อที่ Watson แต่ส่วนใหญ่จะซื้อที่ Eve & Boy มากกว่า เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย พนักงานขายแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า จะดูรีวิวของพวก Blogger ที่ดัง ถ้าชอบสินค้าตัวไหนก็จะไปซื้อตาม ชอบแบบส่วนลดไปเลยบางที บางทีแถมของแถมมาก็ไม่ได้ใช้ ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อนๆได้ลองใช้ ถ้าสินค้าหมดชั่วคราวก็ลองเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น แต่ถ้ามีของเมื่อไรก็กลับมาซื้อแบรนด์เดิม”

**26.นางสาวขวัญจิรา นวลพรหม ชั้นปีที่ 3 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่ซื้อลิปสติก รองลงมาคือแป้งพัฟ อันดับสามคือบลัชออน ซื้อเดือนละครั้ง ใช้ลิปสติกของ NYX แล้วก็มีบลัชออนของ Maybelline ลิปสติกเนื้อดีต้องดี คิดทน ปากไม่ลอก เป็นขลุ่ย บลัชออนสีสวยและติดทน จะเน้นดูที่คุณภาพของสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์ๆเป็นเรื่องรอง ไม่ค่อยได้ดูเจาะลึกถึงแหล่งที่ผลิต ราคาประมาณ 300 – 500 บาท 14. เปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นก่อนซื้อ อย่างMaybellineก็มีเทียบกับ L’Oréal ชื่อมาจาก Eve & Boy เพราะมีโปรโมชันเยอะมีของให้เลือกหลากหลาย พนักงานแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อสินค้า ก็ดูพวกรีวิวของ Blogger ดังๆก็อยากลองซื้อมาใช้บ้าง ชอบโปรโมชันแบบลดราคาทันที ไม่ค่อยได้สะสมคะแนนเท่าไร ก็มีแนะนำลิปสติกของ NYX ให้เพื่อนว่าใช้ดีสีสวย ของหมดก็จะลองใช้รุ่นอื่นดูแต่แบรนด์เดิม”

**27.นางสาวศศิกานต์ โชติกเสถียร ชั้นปีที่ 2 คณะบัญชี มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (หลักสูตรอินเตอร์)** “อันดับหนึ่งเลยที่ซื้อคือลิปสติก รองลงมาคือดินสอเขียนคิ้ว อันดับสามคือ แป้งพัฟ 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติกของ Wet n Wind ดินสอเขียนคิ้วและแป้งพัฟของ Maybelline ลิปสติกทาแล้วยังคงความชุ่มชื้นมีให้เลือกหลายเฉดสี ดินสอเขียนคิ้วเขียนง่าย เส้นชัด แป้งพัฟทาแล้วหน้าเนียนและคุมมัน ชอบบรรจุภัณฑ์ที่พกพาสะดวกกระทัดรัด ไม่ได้หาข้อมูลแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ 15. ราคาประมาณ 500 บาท ไม่เกิน 1,000 บาท ไม่ค่อยได้เปรียบเทียบเพราะไม่เปลี่ยนแบรนด์บ่อย ชื่อที่ Eve & Boy เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และไปซื้อสะดวก บางทีอยากรู้ข้อมูล

เพิ่มเติมก็สอบถามพนักงาน ถ้าพนักงานให้คำแนะนำดีก็ทำให้อยากซื้อ เห็นโฆษณาตามโทรทัศน์ก็อยากลองสินค้า ชอบโปรโมชั่นแบบซื้อ 1 แกรม 1 หรือไม่กี่ลดราคาไปเลย ไม่ค่อยสะสมคะแนน ก็มีแนะนำของที่ใ้ช้ยูให้เพื่อนๆก็สนใจอยากลอง สินค้าหมดก็ซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**28.นางสาวชลาลัย จิตยุดิ ชั้นปีที่ 3 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (หลักสูตรอินเตอร์)** “อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปชออน รองลงมาคือลิปสติค อันดับสามคือแป้งพัฟ 3 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปชออนของ Maybelline และ Mac ส่วนลิปสติคใ้ช้ของ NYX แป้งพัฟก็ของ Maybelline ลิปชออนต้องสี่สวยติดทน ลิปสติคมีให้เลือกหลายสีเนื้อลิปสติคไม่แห้งไปคงความชุ่มชื้น แป้งพัฟทาแล้วเนียนนุ่มนวล ดูที่คุณภาพสินค้ามากกว่าบรรจุภัณฑ์ ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อสินค้า 15. ราคาไม่เกิน 1,000 บาท ก็มีเปรียบเทียบราคาสินค้ากับยี่ห้ออื่น ซื้อที่ counter brand เพราะมีสินค้าให้ลองก่อนซื้อ มั่นใจได้ว่าเป็นของแท้แน่นอน แล้วก็ที่ Eve & Boy มีโปรโมชั่นลดเยอะ พนักงานแนะนำดีก็อยากซื้อสินค้า ดูพกรีวิวจาก Blogger ถ้าสินค้าไหนน่าสนใจก็จะไปลองซื้อมาใช้ ชอบแบบส่วนลดไปเลยทันที ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน เพราะนานว่าจะได้ส่วนลดหรือแลกของ ก็มีแนะนำลิปสติคที่ใ้ช้ยูให้เพื่อน สินค้าหมดชั่วคราวก็ลองเปลี่ยนไปใ้ช้รุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

**29.นางสาวกานต์รวี เจียมสกุล ชั้นปีที่ 4 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต (หลักสูตรอินเตอร์)** “ส่วนใหญ่เลยจะซื้อลิปสติค รองลงมาคือแป้งพัฟ อันดับสามคือดินสอเขียนคิ้ว 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติคของ Wet n Wind ดินสอเขียนคิ้วใ้ช้ของ L'Oréal แป้งพัฟใ้ช้ของ Revlon ลิปสติคสีต้องสวย ติดทน มีให้เลือกหลากหลายเช่นเนื้อแมท ดินสอเขียนคิ้วง่ายเขียนขอบที่มีเปรง ดินสอ แบบฝุ่นในแท่งเดียว ส่วนใหญ่จะดูที่คุณภาพมากกว่าบรรจุภัณฑ์ ไม่ได้ดูแหล่งที่ผลิตแบบละเอียดก่อนซื้อ ราคาประมาณ 500 ไม่เกิน 1,000 บาทก็มีเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่น ซื้อที่ Eve & Boy เพราะมีให้เลือกหลายหลายไปที่เดียวได้ครบหมดเลย เวลาอยากู้อะไรเพิ่มเติมก็จะถามพนักงาน ถ้าแนะนำดีก็รู้สึกพอใจอยากซื้อสินค้า ก็เห็นโฆษณาผ่านโทรทัศน์ หรือดูพวกคลิปสอนการแต่งหน้า เห็นสินค้าไหนน่าสนใจก็ไปหาซื้อมาใช้บ้าง ชอบแบบส่วนลดไปเลย แล้วก็ซื้อ 1 แกรม 1 ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน ถ้าตัวไหนดีก็แนะนำบอกต่อให้เพื่อนๆ สินค้าหมดชั่วคราวก็จะลองเปลี่ยนไปใ้ช้แบรนด์อื่นดู แต่ถ้ามีของก็กลับมาซื้อแบรนด์เดิม”

**30.นางสาวสุพัตรา ชาญสวัสดิ์ ชั้นปีที่ 4 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต (หลักสูตรอินเตอร์)** “อันดับหนึ่งเลยจะซื้อลิปสติค รองลงมาคือแป้งพัฟ สุดท้ายจะเป็นลิปชออน 2 เดือนซื้อ 1 ครั้ง ใช้ลิปสติคของ Wet n Wind ใ้ช้แป้งพัฟของ Skin Food ส่วนลิปชออนใ้ช้ของ Maybelline ลิปสติคสีเนื้อสีต้องดี ติดทน แป้งพัฟทาแล้วเนียน นุ่มนวล ไม่อุดตันรูขุมขน บรรจุภัณฑ์เน้นที่พกพาสะดวกกะทัดรัด ไม่ค่อยได้ดูแหล่งที่ผลิตก่อนซื้อ ราคาไม่เกิน 1,000 บาท ก็มีเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น ซื้อที่ Eve & Boy เพราะสินค้าให้ทดลองก่อนซื้อแล้วก็มิให้เลือก

หลากหลาย แต่ถ้า Skin Food จะซื้อตามเว็บไซต์Onlineเพราะราคาถูกกว่าตาม Counter ก็ถ้าพนักงานแนะนำดีก็อยากจะซื้อสินค้า คูรีวิว่าสินค้าตัวไหนน่าสนใจแล้วก็ไปลองซื้อมาใช้ตาม ชอบโปรโมชั่นแบบส่วนลดไปเลยทันที ไม่ค่อยได้สะสมคะแนน มีแนะนำสินค้าที่ใช้ดีให้เพื่อน แนะนำลิปสติกของ Wet n Wind ว่าสีนี้สวย เพื่อนก็จะลองทาดูชอบก็จะไปซื้อตาม สินค้าหมดชั่วคราวก็เปลี่ยนไปซื้อรุ่นอื่นแต่แบรนด์เดิม”

