

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของเด็กหญิงก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของเด็กหญิงก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า เพื่อเพื่อจูงใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเด็กก่อนวัยรุ่นได้มากขึ้น

#### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของเด็กหญิงก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ 4 P's อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

#### ขอบเขตประชากร

เด็กหญิงก่อนวัยรุ่น (Female — Tweens) หมายถึง เด็กหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งส่วนมากมีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 11-14 ปี ดังนั้นประชากรในการศึกษานี้ คือ เด็กหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 8,325 คน (สารสนเทศการศึกษา, 2550)

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้ที่ใช้และตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางด้วยตัวเอง จากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีนักเรียนหญิงในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งสิ้น 15 โรงเรียน แบ่งเป็นโรงเรียนรัฐบาล 4 โรงเรียน และโรงเรียนเอกชน 11 โรงเรียน โดยในแต่ละโรงเรียนจะเลือกนักเรียนจำนวน 26 คน มาเป็นกลุ่มตัวอย่าง รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 390 คน

- 1) **ข้อมูลปฐมภูมิ** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 390 ราย โดยเก็บแบบสอบถามที่โรงเรียนเทพบดินทร์วิทยาเชียงใหม่ โรงเรียนคาราวีทยาลัย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย โรงเรียนพระหฤทัยเชียงใหม่ โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย โรงเรียนวชิรวิทย์ โรงเรียนวาริชียงใหม่ โรงเรียนไชยโรจน์วิทยา โรงเรียนจิตรวิทยาลัย โรงเรียนศิริมงคลานุสรณ์ โรงเรียนวิชัยวิทยา โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โรงเรียนหอพระ และโรงเรียนวัฒโนทัยพายัพ จำนวนโรงเรียนละ 26 ราย
- 2) **ข้อมูลทุติยภูมิ** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ที่อยู่อาศัย อาชีพ ผู้ปกครอง ระดับการศึกษา สถานศึกษา และค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ความถี่ในการซื้อ สถานที่ในการซื้อ เหตุผลที่ซื้อ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ กลิ่นของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้กับผิวแพ้ง่าย บรรจุภัณฑ์สวยงามน่าใช้ มีรายละเอียดวิธีการใช้และส่วนผสมบนฉลาก เรื่องความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับความแปลกใหม่และแตกต่างจากสินค้าอื่นในด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับตรา ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเสมอ เรื่องสายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ และมีขนาดบรรจุให้เลือกซื้อหลากหลาย

ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ และมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นๆ

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่าย การตกแต่งสถานที่จัดจำหน่าย และความสะดวกในการหาซื้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนของการโฆษณาในเรื่องของเนื้อหา การนำเสนอ และช่องทางโฆษณาที่ใช้ ส่วนของการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ และการจัดกิจกรรมนำเสนอสินค้า ส่วนของการส่งเสริมการขายในเรื่องส่วนลดราคา ส่วนแถม การแจกตัวอย่างทดลองใช้ และการเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ในราคาเดิม ส่วนของการใช้พนักงานขาย ในเรื่องการแนะนำ การสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ และการบริการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Type Scale หรือ Likert's Method of Summated Rating) ซึ่งเป็นวิธีการวัดเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดๆ ซึ่งคิดค้นโดย เรนซิส ลิเคิร์ต (Rensis Likert) โดยกำหนดช่วงการวัดคะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับการแปลผลข้อมูลในภาพรวมและรายข้อ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ (Best John W, 1977) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 1.50	มีอิทธิพลน้อยที่สุด
1.51 - 2.50	มีอิทธิพลน้อย
2.51 - 3.50	มีอิทธิพลปานกลาง
3.51 - 4.50	มีอิทธิพลมาก
4.51 - 5.00	มีอิทธิพลมากที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน 7 เดือน นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2551 ถึงเดือนธันวาคม 2551



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved