

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาคือ กำหนดขอบเขตของการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูล ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย ของผู้หญิงอายุ 25-60 ปี ที่พักอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัญหาการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-60 ปี ที่มีภูมิลำเนาหรือสถานที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย มีประชากรกลุ่มเป้าหมายคือ ประชากรเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-60 ปี ที่มีภูมิลำเนาหรือสถานที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่เคยซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยที่แน่นอน จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยการเก็บข้อมูลตามวิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ณ สถานที่ชุมชนต่างๆ เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่เคยซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** รวบรวมจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือบทความ วารสาร สิ่งพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอยของผู้หญิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ปัญหาข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของประชากรคือ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ และค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าต้านริ้วรอย โดยใช้มาตรวัดของ Rating Scale (กุลชาติ รื่นรัมย์, 2551) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1
ไม่มีผล	0

คะแนนที่ได้จะนำมาแปลความหมาย ขีดหลักเกณฑ์ ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร, 2542)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

#### ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2553 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2554  
 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2554 ณ สถานที่ชุมชน  
 ต่างๆ เช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ในอำเภอเมือง  
 เชียงใหม่