

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อสตรีในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อสตรีในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้าของสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ สตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีช่วงอายุ 15-60 ปี ซึ่งมีจำนวน 89,687 คน โดยเป็นผู้ที่เคยซื้อและใช้เครื่องสำอางแต่งหน้าในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2554 : ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้เป็นการรวบรวมข้อมูลในท้องถิ่น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ตามตารางการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Seymour Sudman, 1976 : อ้างใน กุณฑลี เวชสาร, 2551) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) จากประชากรทั้งหมดจำนวน 89,687 คน เก็บตัวอย่างโดยกระจายตามช่วงอายุจากสัดส่วนของประชากรสตรีที่มีอายุ 15-60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยซื้อและใช้เครื่องสำอางแต่งหน้าในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ดังนี้ ช่วงอายุ 15-26 ปี เก็บตัวอย่างจำนวน 75 ราย, ช่วงอายุ 27-38 ปี เก็บตัวอย่างจำนวน 75 ราย, ช่วงอายุ 39-49 ปี เก็บตัวอย่างจำนวน 75 ราย และช่วงอายุ 50-60 ปี เก็บตัวอย่างจำนวน 75 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตประชากร จำนวน 300 ราย เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากสตรีที่เคยซื้อและใช้เครื่องสำอางแต่งหน้าในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาเชียงใหม่แอร์พอร์ต ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกาสด่วนแก้วเชียงใหม่ และแหล่งชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ตลาดวโรรส ตลาดธานีรินทร์ เป็นต้น โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ เช่น หนังสือ วารสาร บทความ ตำรา รายงานการวิจัย แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลที่ซื้อ แหล่งที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารสถานที่ในการซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ และสถานการณ์ที่ทำให้ซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อสตรีในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้ Rating Scale 5 ระดับ จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเสมอ บรรจุภัณฑ์สวยงามน่าใช้ มีรายละเอียดวิธีการใช้และส่วนผสมบนฉลาก

2. ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับปริมาณ ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ และมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นๆ

3. ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่าย สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีแกลนเตอร์จำหน่ายแยกจากตราสินค้าอื่น และการตกแต่งสถานที่จำหน่ายมีความสวยงามทันสมัย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนของการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การทำตลาดทางตรง และการขายโดยพนักงาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อสตรีในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้ (Cooper and Schindler, 2007: อังโน เอกชัย อภิศักดีกุล และจตุพร เลิศล้ำ, 2550)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล คือ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลคาสวนแก้วเชียงใหม่ แหล่งชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ตลาดวโรรส ตลาดธานีรินทร์ และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าใช้เวลาดำเนินงานประมาณ 10 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2554 ถึง
เดือนสิงหาคม 2555



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved