

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเขตธนบุรี ในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษารายละเอียดส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเขตธนบุรี ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ตามกรอบทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครเขตธนบุรี และเป็นผู้ที่เคยซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

##### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่เป็นผู้ที่เคยซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครเขตธนบุรี จึงใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างโดยการเปิดตาราง กรณีนับไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Seymour Sudman, 1976 (อ้างใน กุณฑลลี รื่นรมย์, 2551) สามารถใช้กลุ่มตัวอย่าง 200-500 ตัวอย่าง การศึกษานี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ซึ่งจำนวนดังกล่าวเหมาะสมกับการนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติได้ โดยแบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 100 ราย และเพศหญิง จำนวน 200 ราย เหตุผลที่เลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามเพศดังกล่าวนี้ เนื่องจากผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ขายเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผู้ขายได้ให้ข้อมูลว่าในปัจจุบันมีผู้ขายนิยมใช้มากขึ้นแต่ก็มีสัดส่วนการซื้อน้อยกว่าผู้หญิง ซึ่งเทียบเป็นสัดส่วนเป็น 2: 1 ดังนั้นจึงกำหนดตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 200 ราย เพศชาย จำนวน 100 ราย

โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และได้ทำการเก็บตัวอย่างจากผู้ให้บริการห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในฝั่งธนบุรี ที่มีร้านขายเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี จำนวน 3 ห้าง ได้แก่ 1. ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาปิ่นเกล้า จำนวน 100 ราย 2. ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พระราม 2 จำนวน 100 ราย 3. ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค จำนวน 100 ราย

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากผู้บริโภคที่เคยซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในกรุงเทพมหานครเขตธนบุรี โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 300 ราย

#### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ประกอบด้วย แหล่งที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารเครื่องสำอาง การใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า เหตุผลที่ทำให้เลือกใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ยี่ห้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ใช้ปัจจุบัน แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง การซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าจากประเทศเกาหลีครั้งต่อไป จะเลือกยี่ห้อเดิมหรือไม่ ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าโดยเฉลี่ย มูลค่าการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า โอกาสใดที่จะซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครเขตธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้านำเข้าจากประเทศเกาหลี ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

## ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทาง ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่และ ค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการตอบแบบสอบถาม โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน ซึ่งมีคำตอบให้เลือกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับการให้ค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้ (กุนฑลทิ รื่นรัมย์ , 2551 : 113 ) ดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 - 5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	ระดับความสำคัญมาก
2.50 - 3.49	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 - 2.49	ระดับความสำคัญน้อย
1.00 - 1.49	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

### 3.4 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรี และได้คัดเลือกห้างที่มีขนาดใหญ่ จำนวน 3 ห้าง ที่มีร้านขายเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีหลายแบรนด์ ได้แก่
  1. ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาปิ่นเกล้า
  2. ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาพระราม 2
  3. ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค

### 3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม – กันยายน 2557 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนกรกฎาคม 2557



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved