

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตลอดจนปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรของการศึกษานี้คือผู้บริโภคเพศหญิง ที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า โดยศึกษาเฉพาะผู้หญิงที่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อายุ 25-69 ปี จำนวน 73,056 คน

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงอายุ 25-69 ปี ที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากประชากรทั้งหมดจำนวน 73,056 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2549) โดยพิจารณาจากตารางความเชื่อมั่นที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความคลาดเคลื่อนร้อยละ  $\pm 5$  ของแอสกินและคอตตอน (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2543: 103) เมื่อประชากรมีจำนวน 50,000-100,000 คน ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 321 คน ผู้ศึกษาจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 321 ตัวอย่าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้หญิงอายุ 25-69 ปี ที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บข้อมูลบริเวณ หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา ธนาคาร และตลาดสด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมและตีพิมพ์ไว้ในหนังสือ เอกสารและสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ วารสาร คำบรรยาย บทความ วิทยานิพนธ์ และอินเทอร์เน็ต

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าที่ใช้ ราคาค้าของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าที่ใช้ เหตุผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า โอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าที่หือเดิมหรือไม่เลือกซื้อหือเดิมหากผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ใกล้หมด เหตุผลที่เลือก/ไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าที่หือเดิม สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า ปริมาณหรือขนาดของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าที่ซื้อแต่ละครั้ง จำนวนครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าต่อครั้ง ความนิยมในการซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าแบบครบชุด เหตุผลที่เลือก/ไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าแบบครบชุด และแหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษานี้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (คุณทลี รื่นรัมย์, 2549: 122 - 124) วัดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

ซึ่งการวัดระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของส่วนประสมการตลาดใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ย โดยค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ดำเนินการในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บข้อมูลบริเวณหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา ธนาคาร และตลาดสด
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล และการจัดทำและนำเสนอรายงานได้ดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา**

การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved