

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าชายของผู้ชายวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายคงรัฐ จองไพจิตรสกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. รุติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2551
จำนวนหน้า	: 75 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าชายของผู้ชายวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าชายของผู้ชายวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มจำแนกตามประเภทขององค์กร คือ บุคลากรในองค์กรเอกชน และบุคลากรในองค์กรของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มละ 125 คน รวมเป็น 250 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) การเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้แบบพรรณนา (Descriptive Statistics) มาประมวลในโปรแกรม SPSS for Windows Version 15 ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

รวมทั้งมีการทดสอบสมมติฐานในส่วนของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งใช้การทดสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 ตัว หรือข้อมูล 2 ชุด โดยสุ่มตัวอย่างข้อมูลแต่ละชุดอย่างเป็นอิสระกัน (Independent-sampling T Test) เพื่อทดสอบผู้บริโภคร่วมเป้าหมายที่มีอาชีพแตกต่างกัน 2 กลุ่ม

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 25-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 7,000-12,000 บาท

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมกรซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรู้จักและซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ NIVEA FOR MEN สาเหตุที่ซื้อคืออยากมีสุขภาพผิวหน้าที่ดี โดยให้ความสำคัญเรื่องของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าที่ขาวใส ความถี่ในการซื้อคือจะซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมดในปริมาณ 1-2 ซีนต์ต่อครั้ง นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ช่วงเช้าและก่อนนอน ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อตามห้างสรรพสินค้า แหล่งข้อมูลที่ได้รับส่วนใหญ่มาจากโฆษณาทางโทรทัศน์ จะไม่มีการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนการซื้อเพราะเคยซื้อใช้เป็นประจำและมั่นใจในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เพราะได้มีการพิสูจน์จากคนใกล้ชิด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเปลี่ยนยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ เพราะเบื่อยี่ห้อเดิมๆ และอยากลองของใหม่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ใช้คือทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามประเภทขององค์กร พบว่า กลุ่มบุคลากรในองค์กรเอกชนให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับกลุ่มบุคลากรในองค์กรของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากที่สุด ในด้านราคา ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับค่าเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบของ Vitamin E หรือ AHA สารสกัดจากผลไม้ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าชาย ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านขายของชำ การสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ มีสินค้าขนาดทดลองแถมในนิตยสารผู้ชาย และการโฆษณาผ่านสื่อในนิตยสารชาย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างบุคลากรในองค์กรเอกชน และบุคลากรในองค์กรของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ