

- ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศของผู้หญิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ผู้จัดทำ : นางสาวนิตยา ลำธาร
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ
- วันที่อนุมัติผลงาน : ตุลาคม 2551
- จำนวนหน้า : 79 หน้า

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศของผู้หญิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ 1)ศึกษาข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และด้านพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศของผู้หญิงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2)ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3)ศึกษาความคิดเห็นของผู้หญิงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศ ที่มีต่อประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล มีการทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยคำนวณหาค่า Cronbach Alpha มีค่าเท่ากับ 0.912 การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) การเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้แบบพรรณนา (Descriptive Statistics) มา

ประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูป ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และสำหรับผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวน้ำ เหตุผลที่เลือกซื้อยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งเป็นประจำเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า การตัดสินใจไม่ซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวน้ำจากประเทศหนึ่งแต่ทำการผลิตในอีกประเทศหนึ่ง เช่น เครื่องสำอางจากฝรั่งเศส แต่ทำการผลิตในประเทศจีน ส่วนใหญ่เคยเปลี่ยนยี่ห้อเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศ เพราะเบื่อยี่ห้อเดิมและ อยากลองใช้ของใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มั่นใจในคุณภาพของเครื่องสำอางบำรุงผิวนำเข้าจากต่างประเทศ เพราะได้มีการพิสูจน์มาแล้วจากคนใกล้ตัว

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าตรายี่ห้อ (Brand) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศที่มีมาตรฐานการผลิตสูงจะมีคุณภาพดีกว่า เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศที่มีมาตรฐานการผลิตต่ำ อีกทั้งเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศที่มีความชำนาญด้านเทคนิคสูงจะมีคุณภาพดีกว่าเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศที่มีความชำนาญด้านเทคนิคต่ำ และสำหรับผลการศึกษาด้านทัศนคติต่อประเทศนำเข้าเครื่องสำอางบำรุงผิวน้ำ พบว่าทัศนคติที่ดีต่อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่นและเกาหลี ตามลำดับ โดยเฉพาะในเรื่องเครื่องสำอางมีราคาแพงเกินไป ความมีชื่อเสียงเรื่องเครื่องสำอางบำรุงผิวน้ำ ความโดดเด่นในกระบวนการผลิตที่ทันสมัยนำมาใช้ในการผลิตเครื่องสำอางบำรุงผิวน้ำ ด้านมีความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องสำอาง และด้านตราสินค้าบ่งบอกรสนิยมที่ดีของผู้ใช้