

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของสตรีจากร้านค้าปลีกในร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นางสาวพัชราภรณ์ มณีธร

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา

หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : สิงหาคม 2545

จำนวนหน้า : 55 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของสตรีจากร้านค้าปลีกในร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอาง และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจากร้านค้าปลีกในร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ของสุภาพสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากร คือ ผู้ซื้อเครื่องสำอางจากร้านค้าปลีกในร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ ตามวิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 ตัวอย่าง ด้วยเทคนิคการสุ่มแบบบังเอิญและเจาะจงผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ นิยมซื้อเครื่องสำอางเป็นประจำที่ ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว ห้างคาร์ฟูร์ และ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอาง เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 101 – 500 บาท มีความถี่ของการซื้อ ไม่แน่นอน และตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้วยตัวเอง กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้เครื่องสำอางที่เป็นผลิตภัณฑ์แต่งหน้า ชี้อีโน่ เพ็ชช คัพเวอร์มาร์ค และ เอวอน ตามลำดับ สำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า นิยมใช้ชี้อีโน่ นีเวีย พอคัน และ เพ็ชช ตามลำดับ และ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายนิยมใช้ชี้อีโน่ วาสลิน ชิคกี้ จอห์นสัน และ เอวอน ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง จากร้านค้าปลีกในร้านจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ต่อปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ คือ ต้องมีตรารับรองจากองค์การอาหารและยา มีเครื่องสำอางให้เลือกครบตามต้องการ ดังนั้นร้านค้าจึงควรจะเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีตรารับรองจากองค์การอาหาร และยาเท่านั้น เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพให้กับผู้ซื้อ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญเพียงระดับมาก ดังนั้นร้านค้าจึงควรมีการตกแต่งร้านค้าและจัดสินค้าเป็นระเบียบ สะดุดตา เพื่อดึงดูดใจให้ผู้ซื้อเข้ามาใช้บริการ ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพ และถูกกว่าเคาน์เตอร์หรือเซลล์ในห้างสรรพสินค้า มีป้ายกำหนดราคาชัดเจน ดังนั้นร้านค้าควรคัดเลือกสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในระดับราคาไม่สูงมากนักเป็นส่วนใหญ่ และการตั้งราคาควรตั้งราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งในสินค้าบางรายการที่สามารถเพิ่มปริมาณการขายได้ ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ต้องมีพนักงานขายที่มีอัธยาศัยดี สุภาพ แต่งกายสะอาด มีความรู้ในการให้คำแนะนำในการใช้เครื่องสำอาง ดังนั้นร้านค้าควรมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อพนักงานจะได้นำความรู้ไปแนะนำให้กับผู้ซื้อ ได้อย่างถูกต้อง