

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	การศึกษากระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหนังสำหรับผู้ชาย ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาว สุพรรณิ เชียงจันทร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. รุติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
วันที่อนุมัติผลงาน	พฤษภาคม 2551
จำนวนหน้า	86 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหนังสำหรับผู้ชายในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหนังสำหรับผู้ชายในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือผู้ที่กำลังจะเข้ามาทำธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหนังสำหรับผู้ชาย นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงตามความต้องการ รสนิยม ของผู้บริโภคชายอย่างแท้จริง และเป็นแนวทางในการกำหนดแผนการตลาด ในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดให้ประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้เพื่อประโยชน์ต่อธุรกิจให้สามารถเติบโตได้ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยวิธีการศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมีโครงสร้าง (Structure Questionnaires) โดยก่อนการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงนั้น ได้มีการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha = 0.890 จากนั้นจึงทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งให้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self – administered จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 246 ตัวอย่าง ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มนักศึกษาจำนวน 123 ตัวอย่าง และกลุ่มบุคคลวัยทำงานจำนวน 123 ตัวอย่าง โดยเก็บแบบสอบถามระหว่างวันที่ 9 – 15 พฤษภาคม 2551

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,001 และ 5,001 - 10,000 บาท ต่อเดือน /

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าสำหรับผู้ชายในเขต อําเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าขั้นตอนของการเริ่มรู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จัก/ เคยได้ยินชื่อผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าสำหรับผู้ชายจากสื่อโฆษณาโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนจากสื่อ วิทยุหรือเพื่อนนั้นคือเพื่อน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำชื่อ/ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ได้ ยี่ห้อที่นิยม รับประทานได้มากที่สุด ขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสนใจกลุ่มตัวอย่าง ใหญ่ให้ความสนใจค้นหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ และระยะเวลา ของการเห็นผลเร็วหลังการใช้มากที่สุด โดยให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าสำหรับผู้ชาย ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ขั้นตอนของการพิจารณาเพื่อ ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบคุณภาพกับราคา ก่อนการตัดสินใจทดลองใช้มากที่สุด และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทดลองผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ การตัดสินใจด้วยตัวเอง ขั้นตอนของการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการทดลองใช้หลังจากได้รับข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากสื่อต่าง ๆ แล้ว ใช้เวลา ไม่เกิน 1 เดือนขั้นตอนของการยอมรับกลุ่มตัวอย่าง ใหญ่มีความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์แบบใช้เป็นประจำวัน

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อ ผิวหน้าสำหรับผู้ชาย ในเขต อําเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าให้ความสำคัญ ระดับมากในด้านต่าง ๆ เช่นการได้รับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์จากองค์กรที่มีชื่อเสียง, คำอธิบาย เกี่ยวกับส่วนผสมวิธีใช้และวันหมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน, และผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้ามีส่วนผสม ของสารที่ทำให้ผิวหน้าขาว ด้านราคาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากด้าน ต่าง ๆ เช่นราคาสูงบ่งบอกถึงรสนิยมที่สูงด้วย, เมื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติกับยี่ห้ออื่นแล้ว ราคาต้อง ถูกกว่ายี่ห้ออื่น, ราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ และมีการให้ส่วนลดสำหรับสมาชิก ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ เช่น การหาซื้อ ได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้าน 7-eleven และมีจำหน่ายเฉพาะในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น คาร์ฟู บิ๊กซี โลตัส ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้าน ต่าง ๆ เช่นมีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์, มีการโฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต, มีการโฆษณาใน นิตยสารผู้ชาย และมีการลดราคาถูกลงกว่าเดิม