

## บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าสาร สุขภาพความงามของผู้อ่านเพศหญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวปาริชาติ แสงรัตน์วัชรรา
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	: กันยายน 2553
จำนวนหน้า	: 89 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าสารสุขภาพความงามของผู้อ่านเพศหญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสารสุขภาพความงามของผู้อ่านเพศหญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบประชากรได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 255 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้แบบพรรณานำมาประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ one-way ANOVA ดำเนินงานวิจัยระหว่าง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2553 โดยทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.851

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท รับประทานอาหารทั่วไปเป็นประจำ และมีกิจกรรมการออกกำลังกายที่ปฏิบัติเป็นประจำคือการเดิน

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อนิตยสารสุขภาพความงามของผู้อ่านเพศหญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เคยซื้อนิตยสารชีวิต ซึ่ง เป็นนิตยสารสุขภาพความงามหัวใน และซื้อนิตยสารชีวิตเป็นประจำ ส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิก นิตยสารสุขภาพความงาม และส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์การออกกำลังกายเป็นประจำ มีการซื้อ นิตยสารสุขภาพความงามมาแล้วเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี ซื้อนิตยสารสุขภาพความงามบางเล่ม แล้วแต่โอกาส ซึ่งซื้อเฉลี่ยต่อเดือนเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100 บาท โดยใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ น้อยกว่า 30 นาที ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อนิตยสารสุขภาพความงามมากที่สุดคือเนื้อหาในเล่ม เมื่อใช้คิตรา-นักรูทิจที่มีชื่อเสียงมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารสุขภาพความ งาม เหตุผลในการซื้อนิตยสารสุขภาพความงามคือ เพิ่มพูนความรู้ด้านโภชนาการอาหารเพื่อ สุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อทราบกระแสการดูแลสุขภาพแนวใหม่ ส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อ นิตยสารสุขภาพความงามด้วยตัวเอง และซื้อที่แผงหนังสือทั่วไป ไม่มีการค้นหาข้อมูลนิตยสาร สุขภาพความงามก่อนตัดสินใจซื้อ มีการเปรียบเทียบราคาเหมาะสมกับเนื้อหาในเล่ม ซื้อนิตยสาร แบรินค์เดิมซ่า และมีการบอกต่อหรือชักชวนผู้อื่นให้ซื้อนิตยสารสุขภาพความงามเล่มที่ตนอ่าน

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก (ระหว่าง 3.41 ถึง 4.20) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการ ส่งเสริมการตลาด

ในการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ระหว่าง กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสาร สุขภาพความงาม ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่างไม่มี ความแตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ ยกเว้นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.79$ ) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กับกลุ่ม อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ( $\bar{X} = 3.53$ )