

ชื่อเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ศูนย์ความงาม
ทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย ทิศารัตน์ หล้าพันธ์

ปริญญา บธ.ม.

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งศักดิ์ วิลามาศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2553

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ
ลูกค้า ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจเลือก
ซื้อสินค้า ตลอดจนปัญหา อุปสรรคและ ข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการจำหน่ายเครื่องสำอาง
ของศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ ในจังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า จำนวน 300 คน
ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกจากประชากรทั้งหมด เครื่องมือที่
ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าแจกแจงที (t -test) F -test (One-way ANOVA) การทดสอบ
เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method)

ผลการศึกษา พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.66
อายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 54.80 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.00
ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 30.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ต่อกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 41.30

2. พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ จังหวัดมหาสารคาม
พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 47.00 ซึ่งจะซื้อสินค้าในวัน
ธรรมดาและวันหยุดราชการ ร้อยละ 49.70 เวลาที่มักจะเข้ามาซื้อ อยู่ระหว่าง 15.01-18.00
ร้อยละ 45.70 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้ง อยู่ระหว่าง 201-300 บาท ร้อยละ 38.30

ประเภทสินค้าที่ซื้อ คือ ครีมบำรุงทิพย์เมนท์สตรอเบอร์รี่ 10 กรัม ร้อยละ 37.30 สำหรับสาเหตุที่ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าที่ศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ เพราะได้รับคำแนะนำมา ร้อยละ 35.40 บุคคลผู้แนะนำให้มาซื้อสินค้า ได้แก่ เพื่อน ร้อยละ 46.30

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=4.04$) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.20$) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ($\bar{X}=4.14$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.74$)

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ในเขตจังหวัดมหาสารคาม พบว่า เพศต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด บุคลากร และกายภาพ อายุต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนความแตกต่างของการศึกษา และรายได้ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการศูนย์ความงามทิพย์เมนท์ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ/ไม่สะดวก สินค้าชำรุดเสียหาย เช่น เนื้อครีมละลาย พนักงานมีน้อยเกินไป และ พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ/เหมาะสม

TITLE: Marketing Factors Influencing Customers 'Decision in Buying Products at
Tipment Beauty Center in Mahasarakham Province

AUTHOR: Miss Tisarat Lapan **DEGREE:** M.B.A.

ADVISOR: Asst. Prof. Rungsak Wilamas

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY, 2010

ABSTRACT

This study aimed to analyze the decision of customers in buying products at Tipment Beauty Center, to survey the opinion of the customers on marketing factors that influenced customers in buying the products at Tipment Beauty Center and to find the suggestions for the efficient service. The samples of the study were 300 customers of Tipment Beauty Center selected by the accidental random sampling technique. The study instrument was a questionnaire. The research statistics used were percentage, mean, standard deviation, t-test (one way ANOVA) and Scheffe's method.

Results of the research were as follows:

1. In regard to the personal information, the majority of the samples were female (75.66 %), at the age of 20-30 years (54.80 %), with bachelor's degree (45.00 %), official and/or state enterprises officers (30.00 %), and with average salary less than 10,000 Baht (41.30 %).

2. The majority of the samples bought the products once a month (47.00%), at the shop on working day and holiday (49.70 %), during 3.00-6.00 PM. (45.70 %), payment of 201-300 Baht (38.30 %), the most favorite product was Tipment Strawberry moisture cream (37.30%), they were introduced this shop by friends (46.30%).

3. According to the study, it was found that the average level of the opinion of the customers on the marketing factors was high ($\bar{X}=4.04$). Those factors were product ($\bar{X}=4.20$), process ($\bar{X}=4.14$) and promotion ($\bar{X}=3.74$).

4. In regard to the comparison, it was found that the opinion of the customers on the products and personnel regarding the different sex was significantly different, the opinion

of the customers on the products, place, promotion and physical evidence the different age was significantly different, regarding educational background, and income were not significantly different at the .05 level.

5. In regard to the problems, it was found that the problems were a variety of products, parking lot, damaged products and insufficiency and the impoliteness of salespersons.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY