

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่นของเครื่องปรับอากาศ ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศในท้องถิ่นซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่น ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กุนทลี รันรมย์, 2551:187) โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) และเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) จากลูกค้าที่มาซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่นทั้ง 3 ประเภทดังนี้คือ

- 1) ร้านที่ขายเฉพาะเครื่องปรับอากาศซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายหลายยี่ห้อ อาทิเช่น หจก. สยามแอร์เอ็นจิเนียริง หจก.เชียงใหม่พีแอนด์ที และ หจก.เชียงใหม่ พีเคแอร์ เป็นต้น
- 2) ร้านที่ขายเฉพาะเครื่องปรับอากาศซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายเพียงยี่ห้อเดียว อาทิเช่น บริษัทเชียงใหม่อุปกรณ์เครื่องเย็น หจก.เจียงแอนด์ซัน และ หจก.เชียงใหม่อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
- 3) ร้านที่ขายเครื่องปรับอากาศและเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆด้วย อาทิเช่นบริษัท นิยมพานิช จำกัด บริษัท สหพานิช จำกัด และ บริษัท สยามทีวี จำกัด เป็นต้น

โดยทำการเก็บข้อมูลในจำนวนเท่าๆกัน คือ ประเภทละ 100 ราย โดย กระจายการเก็บข้อมูล ในวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามผู้ที่ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 300 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร ตำรา งานวิจัย สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้ำปลีกของร้านตัวแทนจำหน่ายท้องถิ่นของเครื่องปรับอากาศ ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้ำปลีกของร้านจำหน่ายเครื่องปรับอากาศที่เลือกซื้อ และระดับความตั้งใจซื้อ เครื่องปรับอากาศ ณ ร้านที่เลือกซื้อ ซึ่งจะทำกรวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้ำปลีก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านภาพลักษณ์องค์กรของร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่

นี้มีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อความที่เป็น การให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มาก ที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551)

โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับที่มีผล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	มีผลในระดับมาก
2.50 - 3.49	มีผลในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	มีผลในระดับน้อย
1.00 - 1.49	มีผลในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ ร้านค้าปลีกที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศทั้ง 3 ประเภทโดยจำแนกออกเป็น 6 ร้านค้า ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ 1) หจก.เชียงใหม่พีแอนด์ที 2) หจก.เชียงใหม่ พีเคแอร์ 3) หจก.เจียงแอนด์ซัน 4) หจก.เชียงใหม่อิเล็กทรอนิกส์ 5) บริษัท นิยมพานิช จำกัด 6) บริษัท สหพานิช จำกัด

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ.2554 – ตุลาคม พ.ศ. 2554 และ ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 6 - 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2554