

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขต และวิธีการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่าย ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ปัจจัยคือ

1. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

1.1 การใช้ช่องทางขายตรง

1.2 การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง

1.3 การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับ

1.4 ความหนาแน่นของคนกลาง

1.5 การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ปัจจัยด้านการซื้อขององค์กร ประกอบด้วย

2.1 ศูนย์กลางการซื้อ

2.2 กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม

ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้กลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา คือ ผู้มีอำนาจและรับผิดชอบในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากผู้มีอำนาจและรับผิดชอบในการจัดซื้อสินค้าประเภท เคมีภัณฑ์ โดยกำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น การเลือกแบบใช้วิธีการสุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างยินดีให้ความร่วมมือ ตามการเปิดตารางของ Seymour Sudman (กุลชาติ เวชสาร, 2546: 172) เมื่อจำนวนกลุ่มย่อยที่จะวิเคราะห์ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นจะได้ตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง แบ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานราชการจำนวน 100 ตัวอย่าง เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยราชภัฏ หน่วยงานต่างๆของรัฐบาล และหน่วยงานเอกชนจำนวน 100 ตัวอย่าง เช่น สถาบันการศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน/ธุรกิจค้าส่ง/ค้าปลีก เป็นต้น โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม พิจารณาจากระเบียบและวิธีปฏิบัติในการจัดซื้อเคมีภัณฑ์ระหว่างหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนที่มีความแตกต่างกันอาจส่งผลต่อบัญชีด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายที่แตกต่างกันได้ ตามสมมุติฐานดังกล่าวไว้ในบทที่ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากผู้มีอำนาจและรับผิดชอบในการจัดซื้อสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นเองทั้งหมด โดยการเขียนข้อคำถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และได้ทำการทดลองใช้ (Pre-Test) เป็นจำนวน 7 ชุด จากนั้นทำการปรับปรุงให้สมบูรณ์ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กรและผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาและตำแหน่งปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ, ซื้อเมื่อใด, ซื้อที่ไหน, ซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การใช้ช่องทางการขายตรง การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับ ความหนาแน่นของคนกลาง การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือก

กลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านการซื้อขององค์กร ได้แก่ ศูนย์กลางการซื้อ และกระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดจำหน่ายของผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ Independent-Sample T –test ใช้ทดสอบสมมุติฐานว่าระหว่างหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายแตกต่างกันหรือไม่

การวัดระดับการที่มีผลของแต่ละปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) และมีเกณฑ์การแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลและค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

ระดับที่มีผล	เกณฑ์การให้คะแนน (ค่าเฉลี่ย)
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 – 4.49
ปานกลาง	2.50 – 3.49
น้อย	1.50 – 2.49
น้อยที่สุด	1.00 – 1.49

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

หน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม และบริษัทเอกชน ที่มีการจัดซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาศึกษาประมาณ 6 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2555 และระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลา 2 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2555