

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อทองรูปพรรณจากร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตประชากร จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาในร้านค้าทองรูปพรรณที่จดทะเบียนพาณิชย์ถูกต้องตามกฎหมาย ณ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาคร โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 250 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้วิธีสุ่มเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 5 ร้าน โดยสุ่มตัวอย่างร้านละ 50 คน

#### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อทองรูปพรรณ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร รวมถึงปัญหาของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อทองคำรูปพรรณ

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการสอบถามจากผู้บริโภคที่ซื้อทองรูปพรรณจากร้านค้าทองรูปพรรณจำนวน 250 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลไว้แล้วเช่น หนังสือ วารสาร และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของรูปพรรณ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆของปัจจัยส่วนประสมการตลาดนั้น ใช้มาตรา Likert Scale (ชุกรี วงศ์รัตน์, 2534) ซึ่งมีลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด ไม่มีผล โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	จัดอยู่ในระดับไม่มีผล
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	จัดอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	จัดอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	จัดอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	จัดอยู่ในระดับมากที่สุด

### ระยะเวลาในการศึกษา

ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง กันยายน 2547