

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษาซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1) ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผงซักฟอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) รวมทั้งปัญหาในการเลือกซื้อผงซักฟอกของผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

2) ขอบเขตประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 213,694 คน (<http://www.nonthaburi.go.th/menu/menu8/3.htm/>)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

โดยการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากผู้ศึกษาไม่สามารถเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Taro Yamane (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2539: 87) ที่ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยแยกการเก็บตัวอย่างเป็นรายตำบล จำนวน 7 ตำบล (<http://www.nonthaburi.go.th/menu/menu8/3.htm/>) ดังนี้

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ตำบลที่	ชื่อตำบล	จำนวนประชากร	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง ที่เก็บ
1.	บางบัวทอง	104,015	48.7	195
2.	บางรักใหม่	4,717	2.2	9
3.	บางคูวัด	23,307	10.9	44
4.	ละหาร	12,628	5.9	24
5.	ลำโพ	2,794	1.3	5
6.	พิมลราช	26,280	12.3	49
7.	บางรักพัฒนา	39,953	18.7	74
จำนวนรวม		213,694	100.0	400

ที่มา : ที่ว่าการอำเภอบางบัวทอง 2547

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผงซักฟอกของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากประชากรผู้บริโภคในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าจากสิ่งตีพิมพ์ เอกสาร ตำราต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพและรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผงซักฟอก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผงซักฟอก

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scales) (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2538 : 96) โดยมีเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญของความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ/ปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล/ไม่มีปัญหา	1

ค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาอธิบายผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลความ
4.50 – 5.00	ระดับการตัดสินใจ/ปัญหามากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับการตัดสินใจ/ปัญหามาก
2.50 – 3.49	ระดับการตัดสินใจ/ปัญหาน้อย
1.50 – 2.49	ระดับการตัดสินใจ/ปัญหาน้อยที่สุด
1.00 - 1.49	ระดับการตัดสินใจไม่มีผล/ไม่มีปัญหา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

พฤษภาคม ถึง มิถุนายน 2547