

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท โดยมีวิธีการศึกษาในเรื่องขนาดตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษา

ขนาดตัวอย่าง และการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้ศึกษาจึงได้เก็บตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ที่ซื้อสินค้าจากร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยเก็บข้อมูลของลูกค้าของซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทโดยใช้แบบสอบถาม ทั้ง 6 ร้านค้า ร้านค้าละ 50 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ซื้อสินค้าจากร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ เพศ การศึกษา อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพของผู้บริโภคในการซื้อวัสดุก่อสร้าง ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ซื้อสินค้าจากร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทกี่ครั้ง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่เป็นปัญหาในการซื้อสินค้าร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ลักษณะแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญกับปัจจัยแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด เกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับการมีผลของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	คะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

ข้อมูลข้างต้น นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในอันดับ
1.00 – 1.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
2.50 – 3.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
3.50 – 4.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก
4.50 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ลักษณะของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นปัญหาของผู้ซื้อสินค้าในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด เกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับของปัญหาในการตัดสินใจซื้อ	คะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

ข้อมูลข้างต้น นำมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในอันดับ
1.00 – 1.49	มีปัญหาน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	มีปัญหาน้อย
2.50 – 3.49	มีปัญหาปานกลาง
3.50 – 4.49	มีปัญหามาก
4.50 – 5.00	มีปัญหามากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ศึกษาถึงข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของผู้ที่ซื้อสินค้าจากร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยค่าสถิติที่ใช้เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา 5 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2548 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2548 โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูล 30 วัน ระหว่างวันที่ 2 พฤษภาคม 2548 ถึงวันที่ 1 มิถุนายน 2548