

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ ข้อมูล ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1) ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2) ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชากรที่มีภูมิลำเนาหรือสถานที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นคนที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยการเก็บข้อมูลตามวิธีเลือกสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าโลตัส คาร์ฟูร์ กาดสวนแก้ว เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว ห้างสรรพสินค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า และร้านขายเครื่องสำอางในตลาดสด

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง ที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร จำนวน 400 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้การศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสบู่และแชมพูสมุนไพร
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จะนำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ข้อมูลในส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสบู่และแชมพูสมุนไพร วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2530)

ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่มีผล

ระยะเวลาและสถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนมีนาคม – กันยายน 2549 โดยระยะเวลาที่เก็บ
รวบรวมข้อมูลคือ เดือนสิงหาคม 2549

สถานที่ในการเก็บข้อมูล คือ ห้างสรรพสินค้าโลตัส การ์ฟูร์ กาดสวนแก้ว เซ
นทรัลกาดสวนแก้ว ห้างสรรพสินค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า ร้านขายเครื่องสำอางในตลาด
สดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved