

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ตามทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างแบบการค้าสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่นำไปใช้โดยตรง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดของตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5%

$$n = \frac{Z^2 pq}{D^2}$$

$$p = \text{ความน่าจะเป็นของประชากร}$$

$$q = 1 - p$$

$$n = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$z = \text{ค่า Z score ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 90\% มีค่าเท่ากับ 1.645}$$

$$D = \text{ระดับความคลาดเคลื่อน}$$

แทนค่าดังนี้

ลิขสิทธิ์สงวนลิขสิทธิ์โดย Chiang Mai University
All rights reserved

$$n = \frac{(1.645)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 270.60$$

การศึกษานี้ จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย โดยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้บริโภคลินค้าที่นำไปใช้โดยตรงจากร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างแบบการค้าสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีทั้งหมด จำนวน 4 แห่ง แห่งละ 75 ราย ดังนี้ 1) เอเชีย ค้าไม้และวัสดุก่อสร้าง 2) บุญถาวร 3) ซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท (อนุสรณ์ก่อสร้าง) 4) ไทยนำวัสดุก่อสร้าง

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล เฉพาะผู้บริโภคลินค้าที่นำไปใช้โดยตรงจากร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างแบบการค้าสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 300 ราย โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม
- 2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ สำหรับสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ได้แก่ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างที่ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. ร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

รวมทั้งสิ้น 4 แห่ง ได้แก่ 1) เอเชีย ค้าไม้และวัสดุก่อสร้าง 2) บุญถาวร 3) ซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท (อนุสรณ์ก่อสร้าง) 4) ไทยนำวัสดุก่อสร้าง

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ตั้งแต่เดือน มกราคม – กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เดือน มีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved