

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้า  
ของรูปพรรณในอำเภอเมือง สมุทรสาคร ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ  
ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ ได้แก่ ส่วนประสมด้านสินค้าและบริการ ด้าน  
การกระจายตัวสินค้า ด้านราคา และส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาด รวมทั้งปัญหาและ  
ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ ในอำเภอเมือง สมุทรสาคร

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณที่จัด  
ทะเบียนพาณิชย์ถูกต้องตามกฎหมาย ณ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาคร

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่เข้ามาใช้บริการร้านค้า  
ของรูปพรรณอำเภอเมือง สมุทรสาครอย่างชัดเจน ผู้ศึกษาจึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
โดยอาศัยสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของกัลยา วานิชย์บัญชา (2549 : 28) โดยกำหนดความ  
น่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 50% หรือ 0.50 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาด  
เคลื่อนที่ 6% โดยคำนวณจากสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของตัวอย่าง
	P	=	สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม
	Z	=	ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.06)^2}$$

$$= 266.77$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 267 คน สุ่มไว้ 13 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา คือ 280 คน ใช้วิธีสุ่มเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากลูกค้าที่ใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง สมุทรสาคร จำนวน 35 ร้าน โดยสุ่มตัวอย่างร้านละ 8 ราย

### วิธีการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสร้างแบบสอบถาม และทำการสอบถามจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านทองรูปพรรณในอำเภอเมือง สมุทรสาคร จำนวน 280 ราย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาไว้แล้วเช่น หนังสือ วารสาร และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการรวบรวม คือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้า

ทองรูปพรรณ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จะทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแสดงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ จะใช้คำถามในแต่ละปัจจัยและคำถามแต่ละปัญหาโดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยนำคะแนนมาแบ่งเป็นช่วงเท่า ๆ กัน ตั้งแต่ 1-5 คะแนน (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 76-77) แล้ววิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) แล้วแปลความหมายโดยมีการกำหนดเกณฑ์ ในแต่ละระดับความสำคัญ ดังนี้

ระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ/ระดับความสำคัญของปัญหา	ระดับคะแนน
ปัจจัยหรือปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด	5
ปัจจัยหรือปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้มาก	4
ปัจจัยหรือปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้ปานกลาง	3
ปัจจัยหรือปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้อย	2
ปัจจัยหรือปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด	1

การกำหนดการให้คะแนนช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผล สามารถแบ่งได้ดังนี้

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

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2550 ถึงเดือนเมษายน 2551