

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของลูกค้าในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า จำนวนสายผลิตภัณฑ์ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า การให้บริการ มีการแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้า ส่วนประสมราคา (Price Mix) ได้แก่ การมีป้ายราคาที่สังเกตเห็นได้ชัด เงื่อนไขการชำระเงิน ความแตกต่างของราคาจากคู่แข่ง ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ได้แก่ การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ทำเลที่ตั้ง มีที่จอดรถ และส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) ได้แก่ กิจกรรมการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าพร้อมทั้งศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าในการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ซื้อและใช้บริการจากร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการศึกษาในระดับท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดลำพูน ตามหลักแนวคิดการศึกษาในระดับท้องถิ่น ซึ่งควรเก็บข้อมูลอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง (Seymour Sudman, อ้างใน Applied Sampling 1976: 87) ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 210 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota

Sampling) และเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) จากลูกค้าที่มาซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 14 ร้าน ภายในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ในจำนวนเท่าๆกัน คือ ร้านละ 15 ราย โดย กระจายการเก็บข้อมูล ในวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** คือ โดยเก็บรวบรวมข้อมูล จากตัวอย่างจำนวน 210 รายจากลูกค้าที่ซื้อและใช้บริการจากร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขา ลำพูน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่ง เนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถามในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน ประกอบด้วย ส่วนประสมสินค้าและบริการ ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า จำนวนสายผลิตภัณฑ์ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า การให้บริการ มีการแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้า ส่วนประสมราคา ได้แก่ การมีป้ายราคาที่สังเกตเห็นได้ชัด เงื่อนไขการชำระเงิน ความแตกต่างของราคาจากคู่แข่ง ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ได้แก่ การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ทำเลที่ตั้ง มีที่จอดรถ และส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ กิจกรรมการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อและใช้บริการจากร้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) การวัดระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการค่าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูนเป็นคำถามแบบให้ระดับที่มีผล 5 ระดับ (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณทลี รื่นรัมย์, 2549)

โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	มีผลในระดับมาก
2.50 - 3.49	มีผลในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	มีผลในระดับน้อย
1.00 - 1.49	มีผลในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการที่ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน และที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 – มีนาคม พ.ศ. 2553 และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552