

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุ  
ก่อสร้างใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดขั้นตอนและวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุ  
ก่อสร้าง และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่ลูกค้าใช้เลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอ  
หางดงจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะศึกษาถึงส่วนประสมการค้ำปลีก (Retailing Mix) ประกอบด้วย ส่วน  
ประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า จำนวน  
สายผลิตภัณฑ์ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า การให้บริการ มีการแลกเปลี่ยนหรือคืน  
สินค้า ส่วนประสมราคา (Price mix) ได้แก่ การมีป้ายราคาที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน ใจการชำระเงิน ความ  
แตกต่างของราคาจากคู่แข่ง ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)  
ได้แก่ การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ทำเลที่ตั้ง มีที่จอดรถ และส่วนประสมทางการ  
สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing communication Mix) ได้แก่ กิจกรรมการ  
โฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ และการตลาด  
ทางตรง และการให้ข้อมูล (Information) แก่ลูกค้า

##### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุ  
ก่อสร้างในอำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่ จะมีประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็น  
ผู้บริโภคลำดับสุดท้าย (End-user) ที่อาศัยอยู่ในอำเภอหางดง ซึ่งเคยซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุ  
ก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ภายในระยะเวลา 2 ปี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่  
แน่นอน

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอหางดง และเคยซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 384 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** รวบรวม ค้นคว้า จากหน่วยงานราชการ วารสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวมถึงเว็บไซต์ต่างๆ อาทิเช่น สำนักงานสรรพากรพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เว็บไซต์ของจังหวัดเชียงใหม่ และเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้จะใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม(เฉพาะลูกค้าที่ซื้อไปใช้ส่วนตัว) โดยการวิเคราะห์พื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระดับรายได้ของครอบครัว ต่อเดือน อาชีพ จำนวนครั้งที่ซื้อต่อปี จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าร้านค้าวัสดุก่อสร้างต่อครั้ง และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

#### ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเลือกตอบเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่

คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้จะคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้า ที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ที่ทางร้านค้าวัสดุก่อสร้างได้มอบให้กับลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้า และระดับปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเลือกรับบริการ ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) เช่น ความหลากหลายของสินค้าเป็นอย่างไร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ จำนวนสายผลิตภัณฑ์ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า การให้บริการ มีการแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้า

ส่วนประสมราคา (Price mix) ได้แก่ การมีป้ายราคาที่สังเกตเห็นได้ชัด เงื่อนไขการชำระเงิน ความแตกต่างของราคาจากคู่แข่งอื่น ความหลากหลายของระดับราคาของสินค้าแต่ละชนิด

ส่วนลดเงินช่วยเหลือหรือเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อทางการค้า มีช่องทางชำระเงินหลายรูปแบบ เป็นต้น

ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ได้แก่ การจัดวางสินค้า แยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ทำเลที่ตั้ง มีที่จอดรถ ความยากง่ายในการเข้าถึง เป็นต้น

ส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ(Integrated marketing communication Mix) ได้แก่ กิจกรรมการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการให้ข้อมูล (Information) แก่ลูกค้า

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่**

คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้จะเป็นคำถามที่ใช้สอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 384 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) การแบ่งระดับคะแนน ทำโดยพิจารณาหาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ แบ่งระดับเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) กำหนดช่วงของการวัด คือ

#### เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับความสำคัญ / ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มีความสำคัญมากที่สุด / เห็นด้วยมากที่สุด	5
มีความสำคัญมาก / เห็นด้วยมาก	4
มีความสำคัญปานกลาง / เฉยๆ	3
มีความสำคัญน้อย / ไม่เห็นด้วย	2
มีความสำคัญน้อยที่สุด / ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

### เกณฑ์การแปลความหมาย

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 - 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด / เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีความสำคัญมาก / เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	มีความสำคัญปานกลาง / เฉยๆ
1.81 - 2.60	มีความสำคัญน้อย / ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.80	มีความสำคัญน้อยที่สุด / ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

### สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการที่บริเวณหน้าร้านค้าวัสดุ

ก่อสร้างที่ทำการองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ในอำเภอหางดง และสถานที่ชุมนุมชนต่าง เช่น ร้านอาหาร วัด ตลาด เป็นต้น

### ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ระหว่างเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2552 – มิถุนายน พ.ศ. 2553 และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลใช้เวลาจำนวน 2 เดือน คือเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2552