

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดตลาดผู้ขายต่อ (Reseller market concept) หรือตลาดคนกลาง (Middle market concept) และปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้รับผิดชอบหรือมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการซื้อน้ำแร่มีเนเร่จากร้านค้าย่อยซึ่งจำหน่ายปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ซื้อน้ำแร่มีเนเร่ จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เพชเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้งเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Consumer) เท่านั้น ทั้งนี้ไม่รวมร้านค้าที่มีลักษณะเป็นสาขาและ/หรือร้านค้าที่รับสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าส่วนกลาง (Distribution Centre) เช่น 7-eleven เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 210 ราย (ห้างหุ้นส่วนจำกัด เพชเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้ง, 2552: ซีดี-รวม) โดยเก็บข้อมูล 100 เปอร์เซ็นต์

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม ร้านค้าย่อยซึ่งจำหน่ายปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ซื้อน้ำแร่มีเนเร่ จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เพชเมกเกอร์มาร์เก็ตติ้งเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Consumer) เท่านั้น ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 210 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากเอกสาร บทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง รายได้ เฉลี่ยจากธุรกิจค้าปลีก ระยะเวลาเปิดดำเนินการ สถานที่ตั้งร้านค้า ประเภทสินค้าที่ผู้ค้าปลีกจำหน่าย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่ของผู้ค้าปลีกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำแร่มีเนเร่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ข้อมูลในส่วนที่ 2 และ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ตาม Likert Scales และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

ระดับที่มีผล ระดับความพึงพอใจ

5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนดังต่อไปนี้

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

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่สถานที่ตั้งร้านค้าของผู้ค้าปลีกที่ซื้อน้ำแร่เริ่มเนเร่จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัดในพื้นที่การขยายอำเภอเมืองเชียงใหม่และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2551 - ตุลาคม 2553 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือนสิงหาคม 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved