

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าช่วงในอำเภอเมือง เชียงรายในการซื้อปูนซีเมนต์สำเร็จรูป มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าช่วงในอำเภอเมืองเชียงรายในการซื้อปูนซีเมนต์สำเร็จรูป โดยจะทำการศึกษาในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของร้านค้าช่วง ได้แก่ เจ้าของกิจการ และผู้จัดการทั่วไป ที่จำหน่ายปูนซีเมนต์สำเร็จรูป ในอำเภอเมืองเชียงราย มีจำนวนทั้งหมด 57 ร้านค้า (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดเชียงราย, 2554)

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของร้านค้าช่วง ได้แก่ เจ้าของกิจการ และผู้จัดการทั่วไปของร้านค้าช่วง จำนวน 57 ร้านค้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บตัวอย่าง
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ ตำแหน่งในกิจการ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ลูกค้านักของธุรกิจ ปริมาณการซื้อ ชนิด/ประเภท ของปูนที่ซื้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าช่วงในการซื้อปูนซีเมนต์สำเร็จรูป ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกิจการในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์สำเร็จรูปในอำเภอเมืองเชียงราย จำแนกตามอายุ และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อเดือน เพราะแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรุ่นอายุ (Generation) ซึ่งจากการศึกษานี้ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 50 ปี หมายถึง กลุ่มผู้บริหารรุ่นใหม่ และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป หมายถึง กลุ่มผู้บริหารอาวุโส และแนวคิดเกี่ยวกับขนาดของกิจการ ที่นำเอาเรื่องของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการมาเป็นช่วยในการแบ่งขนาดของกิจการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์สำเร็จรูปมี 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert's Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน (กฤษณี รื่นรัมย์, 2551) ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

เกณฑ์การแปลความหมาย

4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่ร้านค้าช่วงในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จำนวน 57 ราย
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล การจัดทำ และการนำเสนอรายงาน จะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – กันยายน 2554