

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อชุดชั้นในสตรีจากห้างสรรพสินค้า มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อชุดชั้นในสตรีและทฤษฎีส่วนรวมทางการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในสตรี
2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the customer buy?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ กลยุทธ์ที่ใช้หลังจากได้รับคำตอบคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการจัดการเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ (Why does the customer buy?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงสาเหตุที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ กลยุทธ์ที่ใช้หลังจากได้รับคำตอบคือ กลยุทธ์ส่วนรวมทางการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participate in the buying?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ใช้หลังจากได้รับคำตอบคือ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยเฉพาะสื่อโฆษณาซึ่งจะมุ่งเน้นการใช้ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ (When does the customer buy?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงเวลาที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า กลยุทธ์ที่ใช้หลังจากได้รับคำตอบคือ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อให้ทำการส่งเสริมการตลาดสอดคล้องกับช่วงที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า กลยุทธ์ที่ใช้หลังจากได้รับคำตอบคือ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการพิจารณาว่าจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคโดยตรงหรือทางอ้อม ถ้าเป็นทางอ้อมจะเลือกใช้คนกลางประเภทใด

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?) คำตอบที่ได้สามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคว่าซื้ออย่างไร กลยุทธ์ที่ใช้หลังจากได้รับคำตอบคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นผู้หญิงอายุ 15 - 59 ปีที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อและใช้ชุดชั้นในสตรีซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 300 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Seymour Sudman (อ้างใน กุณฑล ธีรธรรมย์, 2551) เพื่อให้จำนวนตัวอย่างเพียงพอตามที่กำหนดไว้และนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบทางสถิติได้

วิธีการเลือกตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้ศึกษาได้หาข้อมูลการแบ่งเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต ซึ่งพบว่ามีเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่ม (กองสารสนเทศ ภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2556) ดังนี้

1.1 กลุ่มรัตนโกสินทร์ ซึ่งประกอบด้วยเขตบางซื่อ ดุสิต พญาไท ราชเทวี ปทุมวัน พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ บางรัก

1.2 กลุ่มบูรพา ประกอบด้วย เขตดอนเมือง หลักสี่ สายไหม บางเขน จตุจักร ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางกะปิ วังทองหลาง

1.3 กลุ่มศรีนครินทร์ ได้แก่เขต สะพานสูง มีนบุรี คลองสามวา หนองจอก ลาดกระบัง ประเวศ สวนหลวง คันนายาว

1.4 กลุ่มเจ้าพระยา ประกอบด้วยเขตดินแดง ห้วยขวาง วัฒนา คลองเตย บางนา พระโขนง สาทร บางคอแหลม ยานนาวา

1.5 กลุ่มกรุงธนใต้ ประกอบด้วยเขตบางขุนเทียน บางบอน จอมทอง ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ ธนบุรี คลองสาน บางแค

1.6 กลุ่มกรุงธนเหนือ ประกอบด้วย เขตบางพลัด ดลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ภาษีเจริญ หนองแขม ทวีวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกสุ่มตัวอย่างเขตแต่ละเขตจาก 6 กลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครดังกล่าวข้างต้น โดยสุ่มจับฉลากกลุ่มละ 1 เขต ซึ่งผลการจับฉลากประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตจตุจักร เขตบางกะปิ เขตบางกอกน้อย เขตคลองเตย และเขตบางขุนเทียน

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกสุ่มตัวอย่างห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครที่จับฉลากได้ในขั้นตอนที่ 2 โดยการสุ่มจับฉลากกลุ่มละ 1 ห้าง ซึ่งผลการจับฉลากประกอบด้วย สยามพารากอน เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เดอะมอลล์ บางกะปิ พาต้า ปิ่นเกล้า ดิ เอ็มโพเรียม และเซ็นทรัล พลาซ่า พระราม 2

ขั้นตอนที่ 4 ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้บริโภคที่ซื้อชุดชั้นในสตรีจากห้างสรรพสินค้าที่จับฉลากได้ในขั้นตอนที่ 3 โดยเก็บข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 300 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม ที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ กรอกด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ (แบ่งให้สอดคล้องกับขอบเขตเนื้อหาและขอบเขตประชากร)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อชุดชั้นในสตรี (6W1H)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในสตรีสอบถามโดยใช้มาตรวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อวัดระดับความสำคัญในส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยวัดระดับการให้ความสำคัญของคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ

<u>ระดับของความสำคัญ</u>	<u>คะแนน</u>
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายค่าเฉลี่ย (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: หน้า 112) ได้ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 ถึงเดือนสิงหาคม 2557 รวมระยะเวลา 4 เดือน เก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม 2557 ถึงเดือนสิงหาคม 2557

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาคั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลคั้งนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 แห่ง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved