

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ ระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วยประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ประชากรและตัวอย่าง

จากการเก็บข้อมูลจำนวนประชากร ได้จำนวนร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าชุดพีซีคอมพิวเตอร์ในแต่ละศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ ดังนี้

- 1) ซีเอ็มคอมพิวเตอร์ มี 22 ร้านค้า (สำนักงานขายซีเอ็มคอมพิวเตอร์, 2548: เพิ่มข้อมูล)
- 2) คอมพิวเตอร์พลาซ่า มี 11 ร้านค้า (บริษัท คอมพิวเตอร์พลาซ่า จำกัด, 2548: ออนไลน์)
- 3) ไอคอนสแควร์ มี 15 ร้านค้า (สำนักงานขายไอคอนสแควร์, 2548: เพิ่มข้อมูล)
- 4) คอมพิวเตอร์ซิตี มี 10 ร้านค้า (สำนักงานขายคอมพิวเตอร์ซิตี, 2548: เพิ่มข้อมูล)
- 5) พันธุ์ทิพย์พลาซ่า (สาขาเชียงใหม่) มี 32 ร้านค้า (สำนักงานขายพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่, 2548: เพิ่มข้อมูล)

การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรทั้งหมด โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 แล้วเก็บรวบรวมข้อมูลตามขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ ซึ่งจากจำนวนประชากร คือ จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ทั้ง 5 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเท่ากับ 90 ร้านค้า จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 74 ร้านค้า โดยผู้ศึกษาเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการแบบโควตา (Quota Sampling) (กุลชาติ เวชสาร, 2545: 148) โดยแบ่งขนาดตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลในลักษณะเป็นสัดส่วนแยกตามศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์แต่ละแห่ง ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงขนาดตัวอย่าง (จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์) ในแต่ละศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

ศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์	จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ (ร้าน)	ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย
ซีเอ็มคอมพิวเตอร์	22	18
คอมพิวเตอร์พลาซ่า	11	9
ไอคอนสแควร์	15	13
คอมพิวเตอร์ซิตี	10	8
พันธุ์ทิพย์พลาซ่า (สาขาเชียงใหม่)	32	26
รวม	90	74

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (กุลชาติ เวชสาร, 2545: 123) ลักษณะของคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งแต่ละข้อความ มีคำตอบให้เลือก 4 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย และไม่มี มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ      คะแนน

มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่มี	0

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลปัญหาการจัดซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (อ้างแล้ว, 2545: 123) ลักษณะของคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นปัญหาการจัดซื้อโดยแต่ละข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 4 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย และไม่มี มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับปัญหา	คะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่มี	0

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่ 5 แห่ง ได้แก่ ซีเอ็มคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์พลาซ่า ไอคอนสแควร์ คอมพิวเตอร์ ซิตี้ และพันธุ์ทิพย์พลาซ่า (สาขาเชียงใหม่) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 74 ชุด แจกให้กับร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์แต่ละแห่งตามขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ในตาราง 1

#### สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 มีเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

#### ส่วนที่ 2

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในอันดับ
2.50-3.00	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อดีมาก
1.50-2.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
0.50-1.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
0.00-0.49	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

#### ส่วนที่ 3

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในอันดับ
2.50-3.00	มีปัญหามาก
1.50-2.49	มีปัญหาปานกลาง
0.50-1.49	ปัญหาน้อย
0.00-0.49	ไม่มีปัญหา

### ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ใช้ระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนกันยายน 2548