

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการโรงเคลือบสี จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่กลุ่มผู้ประกอบการโรงเคลือบสีในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการโรงเคลือบสีในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 ราย โดยเก็บจากประชากรทั้งหมด

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาเป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการโรงเคลือบสีใน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัญหาที่พบในการซื้อน้ำยาเคลือบสี ด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการโรงเคลือบสีในจังหวัดเชียงใหม่
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าจากเอกสาร บทความ สิ่งพิมพ์ งานวิจัย และฐานข้อมูลออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษา คือ แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการ โรงเคลือบสีใน จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา(Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีมาจำหน่ายและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 40 ชุด นำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยลักษณะของคำถามจะประกอบด้วยรายละเอียดที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการ โรงเคลือบสีในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2530)

ระดับความสำคัญที่มีผล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความสำคัญที่มีผล	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 - 4.49
น้อย	2.50 - 3.49
น้อยที่สุด	1.50 - 2.49
ไม่มีผล	1.00 - 1.49

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบส้มของผู้ประกอบการ

เคลือบส้ม

ระดับปัญหา	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีปัญหา	1

ระดับปัญหา	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 - 4.49
น้อย	2.50 - 3.49
น้อยที่สุด	1.50 - 2.49
ไม่มีปัญหา	1.00 - 1.49

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ใช้ระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่พฤษภาคม 2548 ถึงกันยายน 2548

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือน กรกฎาคม 2548 ถึง สิงหาคม 2548