

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ของกิจการเรือประมง ในจังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสาคร มีระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาดังรายละเอียดดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ของกิจการเรือประมงในจังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสาคร ได้แก่

- พฤติกรรมการซื้อน้ำมันหล่อลื่นของ ปตท.
- ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
 - ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
 - ด้านราคา (Price)
 - ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
 - ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ปัญหาที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นของปตท. และข้อเสนอแนะ

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ เจ้าของเรือประมงขนาด 200-500 ตันกรอสขึ้นไป ในจังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นของปตท. จำนวนทั้งหมด 49 ราย (บริษัท ควอลิตี้ รีเสอร์จ จำกัด, 2549: 12-33)

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยได้ขอสัมภาษณ์เจ้าของเรือประมง ที่มีเรือประมงระหว่างเรือตั้งแต่ 200-500 ตันกรอสขึ้นไป ซึ่งเป็นลูกค้าที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นของ ปตท. จากจำนวนทั้งหมด 49 ราย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีผู้ที่ยินดีให้ข้อมูลจำนวน 30 ราย

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

3.2.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของเรือประมงในจังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม โดยออกแบบสอบถาม

3.2.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลงานวิจัย เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันหล่อลื่นของ ปตท.

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นของ ปตท.

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นของ ปตท. และข้อเสนอแนะ

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ผู้ศึกษานำมาประมวลผลโดยนำเสนอเป็นตาราง ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับลักษณะของแบบสอบถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับตามความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การแปลความหมายค่าของคะแนนเฉลี่ย ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1 - 5 คะแนน โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับไม่มีผล

3.3 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนเมษายน 2549 - กรกฎาคม 2550 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม 2550