

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ในบทนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีศึกษา ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตของการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3.1.2 ขอบเขตของประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือผู้ที่มาใช้บริการและซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาใช้บริการและซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างไว้ที่ 260 ตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และเข้าไปเก็บข้อมูลในร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ทั้งหมด จำนวน 26 แห่ง แห่งละ 10 ชุด

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ได้จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหรือซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 260 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ถามผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการหรือซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ เช่น เอกสารต่างๆจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สิ่งตีพิมพ์ ตลอดจนวารสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- | | |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน |
| ส่วนที่ 3 | ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการใช้บริการหรือตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน |

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means)

แบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ จะมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง

ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50 - 5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	สำคัญมาก
2.50 - 3.49	สำคัญน้อย
1.50 - 2.49	สำคัญน้อยที่สุด
1.00 - 1.49	ไม่มีผล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

คะแนน	ระดับปัญหา
5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่พบปัญหา

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย

ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50 - 5.00	ปัญหามากที่สุด
3.50 - 4.49	ปัญหามาก
2.50 - 3.49	ปัญหาน้อย
1.50 - 2.49	ปัญหาน้อยที่สุด
1.00 - 1.49	ไม่พบปัญหา

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เดือน พฤษภาคม 2550 โดยเก็บข้อมูลในเดือนเมษายน 2550

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าใน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่