

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงโลไฟจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงโลไฟจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยพฤติกรรมการณ์การชื้อสินค้าธุรกิจและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix หรือ 7 P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ผู้ค้าปลีกที่ชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงโลไฟจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 300 ราย (วารันต์ภรณ์ ประสูตรุ่งเรือง, 2550: สัมภาษณ์)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้านี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 175 ราย จากการเปิดตารางแสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับศึกษาสัดส่วนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ระดับความคลาดเคลื่อนการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5 เปอร์เซนต์ (ศิริชัย กาญจนวาสิ, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุโข, 2540: 124) ทำการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากผู้ค้าปลีกจำนวน 300 ราย ที่ชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงโลไฟมาจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ค้าปลีกที่ซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 175 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือ วารสาร นิตยสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้คือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง รายได้เฉลี่ยจากธุรกิจค้าปลีก ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการค้า สถานที่ตั้งร้านค้า ประเภทสินค้าที่ร้านค้าปลีกจำหน่าย

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่าย จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ประกอบด้วย ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อสินค้าธุรกิจ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

**ส่วนที่ 4** ปัญหาของผู้ค้าปลีกที่พบในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มาจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด และข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และ 2 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมกรซื้อ วิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

สำหรับข้อมูลปัญหาของผู้ค้าปลีกที่พบในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงโลฟจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง  
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

#### สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลคือสถานที่ตั้งร้านค้าของ  
ผู้ค้าปลีกที่ซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงโล่ไฟฟ้าจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ใน  
พื้นที่การขยายอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 - พฤษภาคม 2551 ระยะเวลาใน  
การเก็บข้อมูลเดือนเมษายน 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved