

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบการศึกษาวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย วิธีการศึกษา ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา นิยามศัพท์ ที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้

วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบ อิเลคทรอนิกส์ ของผู้ใช้ ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะคือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) โดยการใช้แบบสอบถามผู้ใช้ที่ได้ซื้อชิ้นส่วนประกอบอิเลคทรอนิกส์ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มดังนี้ 1.กลุ่ม นักเรียน นักศึกษา 2.กลุ่ม อาจารย์ ที่สอนวิชา อิเลคทรอนิกส์ 3. ช่างซ่อมอิเลคทรอนิกส์ทั่วไป 4 .ผู้สนใจทางด้าน อิเลคทรอนิกส์ทั่วไป สำหรับการเก็บข้อมูลนั้นจะมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่กำลังซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 120 ตัวอย่าง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ศึกษาข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อ การซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเลคทรอนิกส์ จากเอกสาร รายงาน และสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบ อิเลคทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) ปัจจัยด้านราคา(Price) ปัจจัยด้านสถานที่(Place) ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย คุณภาพ ตรีษฐ์ ความหลากหลาย ความคงทน เทคโนโลยี การรับประกัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาประกอบด้วย ราคา การจัดรายการการลดราคา ส่วนลด พิเศษให้สมาชิก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ประกอบด้วย ท่ารถที่ตั้ง สถานที่จอดรถ ที่ตั้งโดดเด่น ภาพพจน์และชื่อเสียงของร้าน การจัดร้านค้า บริการส่งของ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ การออกวารสาร การบริการพิเศษ การเปิด การบริการของพนักงาน

รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาที่ผู้ซื้อพบในการซื้อสินค้าและความพึงพอใจในการซื้อสินค้าจากร้านค้าทั่วไป นอกจากนี้แล้วยังรวมถึงการศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้าในกรณีที่มีการเปิดร้านค้าภายใน ศูนย์สรรพสินค้า

ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 1.การศึกษาครั้งนี้ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่ซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบ อิเล็กทรอนิกส์ ที่ชัดเจนจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) ประเภทโควต้า โดยจะทำการเก็บข้อมูล เฉพาะกลุ่มลูกค้าที่สำคัญๆ กลุ่ม คือ 1.กลุ่ม นักเรียน นักศึกษา 2.กลุ่ม อาจารย์ ที่สอนวิชาอิเล็กทรอนิกส์ 3. ช่างซ่อม อิเล็กทรอนิกส์ ทั่วไป 4. กลุ่มผู้สนใจทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ ทั่วไป โดยการเก็บตัวอย่างนั้นจะทำการ ไปเก็บตัวอย่างจากลูกค้าที่กำลังซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ ที่จำหน่ายสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ได้จำนวน 120 ตัวอย่าง แยกเป็นกลุ่มลูกค้า 4 กลุ่มๆ ละ 30 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ “ สถิติเชิงพรรณนา “ (Descriptive Research) โดยนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม Likert Scales (Weighted average)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ซื้อใน จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท ชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลปัญหาทางการตลาดที่พบในการซื้อสินค้า

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจในการซื้อสินค้า

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลความคิดเห็นของผู้ซื้อต่อกรณีที่จะมีการเปิดร้านค้า ในศูนย์การค้า

สำหรับลักษณะคำถาม เป็นคำถามให้เลือก 5 ระดับเป็นแบบสอบถาม แบบ Likert Scale คือ

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
ไม่สำคัญ	1

ในส่วนที่ เป็นคำถามให้เลือก อันดับความสำคัญ อันดับ1, อันดับ2, อันดับ3 คิดคะแนน เป็นดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
อันดับที่ 1	3
อันดับที่ 2	2
อันดับที่ 3	1

⁷ ฤกษ์ดี เวชสาร, การวิจัยการตลาด (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 108.

ในส่วนของการผลคะแนนที่นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับความสำคัญดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	4.50-5.00
สำคัญมาก	3.50-4.49
สำคัญปานกลาง	2.50-3.49
สำคัญน้อย	1.50-2.49
ไม่สำคัญ	1.00-1.49

และในส่วนของการผลคะแนนของระดับของปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายตามเกณฑ์ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับของปัญหา	คะแนน
บ่อยมาก	4.50-5.00
ค่อนข้างบ่อย	3.50-4.49
ค่อนข้างน้อย	2.50-3.49
น้อย	1.50-2.49
ไม่เคยพบ	1.00-1.49

และในส่วนของการผลคะแนนของระดับความพอใจที่นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พอใจมากที่สุด	4.50-5.00
พอใจมาก	3.50-4.49
พอใจ	2.50-3.49
พอใจน้อย	1.50-2.49
พอใจน้อยที่สุด	1.00-1.49

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพอใจสูงสุด ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของสินค้า ตรายี่ห้อของสินค้า ความหลากหลายของรูปแบบ และขนาดสินค้า ความคงทนของสินค้า เทคโนโลยีของสินค้า การรับประกัน

- ราคา ได้แก่ ราคาของสินค้า การจัตราการขายลดราคา ส่วนลดพิเศษให้กับสมาชิก

- สถานที่ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้านค้า สถานที่จอดรถสะดวก สถานที่ตั้งมีความโดดเด่น สักเกตง่าย ภาพพจน์และชื่อเสียงของร้าน การจัตราร้าน ทำให้หาของที่ต้องการได้ง่าย การบริการส่งสินค้าทางไปรษณีย์

- การส่งเสริมทางการตลาด หมายถึงการติดต่อทางการตลาดระหว่างผู้ผลิต ผู้ขาย และลูกค้าเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ การออกวารสารแนะนำสินค้า การบริการพิเศษ เช่นออกแบบบรรจุ ประกอบบรรจุ การเปิด Web Site ของทางร้านค้า การบริการของพนักงาน

สินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สินค้าดังต่อไปนี้ ทรานซิสเตอร์ ไอซี หม้อแปลงไฟฟ้า ความต้านทาน ตัวเก็บประจุ รีเลย์ หลอดไฟฟ้า LED ลำโพงวิทยุ มอเตอร์ไฟฟ้า สายไฟฟ้า สายนำสัญญาณ เครื่องเสียง วิทยุ ไมโครคอนโทรลเลอร์ ฟิวส์ กล้องอิเล็กทรอนิกส์ คอนเน็คเตอร์ เทอร์มินอล สวิตช์ไฟฟ้า เซนเซอร์ แผงวงจรไฟฟ้าทั้งในเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบของคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

ผู้ใช้ หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนประกอบอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ในที่นี้ ได้แก่

1. กลุ่มนักเรียน /นักศึกษา
2. กลุ่มอาจารย์ ที่สอนวิชา อิเลคทรอนิกส์
3. กลุ่ม ช่างซ่อม อิเลคทรอนิกส์
4. กลุ่ม อาชีพอื่นๆหรือผู้สนใจทางด้าน อิเลคทรอนิกส์ทั่วไป เฉพาะใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่