

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตประชากร

การศึกษาครั้งนี้ ประชากรคือผู้ซื้อหนังสือจากร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม จากการสอบถามผู้ขายหนังสือในร้านหนังสือซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ซื้อหนังสือที่มีกำลังซื้อจะเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15-70 ปี¹ ซึ่งจากข้อมูลสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2544 ประชากรอายุระหว่าง 15-70 ปี มีจำนวน 1,095,613 คน จากการกำหนดขนาดตัวอย่าง ณ ความเชื่อมั่น 95%² จะได้ 177.77 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การสุ่มตัวอย่างมีความแม่นยำมากขึ้น จึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 200 คน

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ จะทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งศึกษาปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

¹ อัฐวุฒิ วรรณใจ, ร้านหนังสือนายอินทร์, เชียงใหม่, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2545.

² นราศรี ไชวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ, พิมพ์ครั้งที่ 10, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543, หน้า 103-104.

ส่วนปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ตลอดจนข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะทำการเก็บตามร้านหนังสือต่างๆ ได้แก่ สุริวงศ บุกเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือดวงกมล ร้านนายอินทร์ ซีเอ็ดบุคเซ็นเตอร์ และร้านอุดมผล เนื่องจากเป็นร้านที่เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อหนังสือทั่วไป โดยจะเก็บข้อมูลแห่งละ 40 ตัวอย่าง การเก็บข้อมูลทำในช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ 2546

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านหนังสือ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านหนังสือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านหนังสือของผู้ซื้อ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านหนังสือ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average)

การวัดเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือจะใช้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยมีเกณฑ์ในการให้น้ำหนักดังนี้

อันดับที่ 1 ให้น้ำหนักเท่ากับ 3

อันดับที่ 2 ให้น้ำหนักเท่ากับ 2

อันดับที่ 3 ให้น้ำหนักเท่ากับ 1

น้ำหนักรวมเท่ากับ $3 + 2 + 1 = 6$

การคำนวณหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากคะแนนรวมหารด้วยน้ำหนักรวม

สำหรับการวัดความถี่ในการไปซื้อหนังสือจากร้านหนังสือต่างๆ จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale)³ ซึ่งมี 3 ระดับได้แก่ ซื้อประจำ นานๆครั้ง และไม่เคยซื้อ

ความถี่	ระดับคะแนน
ซื้อประจำ	2
นานๆครั้ง	1
ไม่เคยซื้อ	0

การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 3 ระดับ จากช่วงคะแนนต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.00	หมายถึง มีความถี่ในการซื้อแบบซื้อประจำ
ค่าเฉลี่ย 0.50 – 1.49	หมายถึง มีความถี่ในการซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง
ค่าเฉลี่ย 0.00 – 0.49	หมายถึง มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ

³ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, 2541, หน้า 97.

การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ จะใช้มาตรวัดของ ลิเคิร์ต เช่นกัน ซึ่งมี 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงคะแนนต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง อยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2545 ถึง มีนาคม 2546