

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคเงินเนอเรชั่นวายในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง มีระเบียบการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง ของคนกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ กลุ่มเงินเนอเรชั่นวาย ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2533 ที่เคยซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2533 ที่เคยซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง โดยขณะนี้อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

จากข้อมูลตัวเลขจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จำนวนประชากรในระหว่างช่วงอายุ 20-35 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่จัดว่าเป็นเงินเนอเรชั่นวายนั้น มีจำนวน 56,260 คน คิดเป็น 24% ของประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่

แต่เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลสำมะโนประชากร โดยกลุ่มประชากรกลุ่มส่วนหนึ่งอาจมีการโยกย้ายไปเรียนต่อหรือทำงานที่อื่น ๆ ดังนั้นจึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง (Sudman;1967: 87 อ้างถึงใน กุณทัฬี รื่นรมย์, 2551: 187) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ที่ให้ความร่วมมือ ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านขายกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บจากกลุ่มผู้บริโภคเงินเนอเธอร์แลนด์ที่เคยซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง โดยขณะนี้อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพิจารณาตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการพิจารณาตัดสินใจซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง และ ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมต่างประเทศมือสอง ซึ่งวิเคราะห์โดยมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับที่มีผล</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>จัดอยู่ในระดับ</u>
4.50 – 5.00	ระดับที่มีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับที่มีผลมาก
2.50 – 3.49	ระดับที่มีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับที่มีผลน้อย
1.00 – 1.49	ระดับที่มีผลน้อยที่สุด

3.4 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

- ร้านขายกระเป๋าแบรนด์เนมมือสอง ได้แก่
- ร้านสิริแบรนด์เนม โครงการปิ่นนาเพลส ถนนนิมมานเหมินท์
- ร้าน Lady First ถนนนิมมานเหมินท์ซอย 17
- ร้าน Celeb Me Bag โครงการปิ่นนาเพลส หน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ร้านเอ็งฟ้า ตลาดวโรรส
- ร้าน Beauty Talk โครงการมิโชคพลาซ่า
- ร้าน Miaki Brandname ถนนนิมมานเหมินท์ ซอย 4
- ร้าน แบรินด์บูรี โครงการ The Harbour Chiangmai
- คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 8 เดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2557 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved