

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาปัจจัยด้าน การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ และระยะเวลาการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรรวมทั้งปัญหาส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภค

1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มาใช้และใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร

2. ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร และมีภูมิ
ตำแหน่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนเขตทั้งสิ้น 50 เขต (สำนักบริหารการทะเบียน
กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, มิถุนายน 2546) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 350 คน
ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการหลายขั้นตอน (Multi Stage) มีขั้นตอนดังนี้

1. เลือกเขตในกรุงเทพมหานคร จากทั้งหมด 50 เขต โดยการจับสลากออกมา 10 เขต
เขตละ 35 คน

2. เลือกเขตโดยการจับฉลากมา 10 เขต ได้แก่ เขตบางบอน เขตบางแค เขตดอนเมือง เขตลาดพร้าว เขตบางกอกน้อย เขตภาษีเจริญ เขตสะพานสูง เขตพระนคร เขตบางรัก เขตดินแดง

3. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 เขต จำนวนเขตละ 35 คน ตามร้านเลมอนกรีน ร้านขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร ร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามโดยทำการสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรจากเขตต่างๆ 10 เขตในกรุงเทพมหานคร เขตละ 35 คน จำนวนทั้งสิ้น 350 คน

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสารบทความทางวิชาการ สถิติ ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งรวบรวมได้จากหนังสือและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพร

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และวัดระดับความสำคัญด้วยวิธีไลเคิร์ตสเกล (Likert Scales) (ชัยสิทธิ์ เถлимประเสริฐ, 2544 : 22)

ลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบวัดระดับความสำคัญด้วยวิธีไลเคิร์ตสเกล (Likert Scales) เพื่อวัดระดับความพอใจ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และแต่ละระดับมีคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับของปัจจัยในการซื้อ	คะแนน
มีผลต่อการซื้อมากที่สุด	5
มีผลต่อการซื้อมาก	4
มีผลต่อการซื้อน้อย	3
มีผลต่อการซื้อน้อยที่สุด	2
ไม่มีผลต่อการซื้อ	1

ข้อมูลข้างต้นนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	มีผลต่อการซื้อมากที่สุด
3.50 - 4.49	มีผลต่อการซื้อมาก
2.50 - 3.49	มีผลต่อการซื้อน้อย
1.50 - 2.49	มีผลต่อการซื้อน้อยที่สุด
1.00 - 1.49	ไม่มีผลต่อการซื้อ

ลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบวัดระดับความสำคัญด้วยวิธีไลเคิร์ตสเกล (Likert Scales) เพื่อวัดระดับของปัญหา โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และแต่ละระดับมีคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับของปัญหาในการซื้อ	คะแนน
มีปัญหาต่อการซื้อมากที่สุด	5
มีปัญหาต่อการซื้อมาก	4
มีปัญหาต่อการซื้อน้อย	3
มีปัญหาต่อการซื้อน้อยที่สุด	2
ไม่มีปัญหาต่อการซื้อ	1

ข้อมูลข้างต้นนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย

4.50 - 5.00

3.50 - 4.49

2.50 - 3.49

1.50 - 2.49

1.00 - 1.49

ความหมาย

มีปัญหาต่อการซื้อมากที่สุด

มีปัญหาต่อการซื้อมาก

มีปัญหาต่อการซื้อน้อย

มีปัญหาต่อการซื้อน้อยที่สุด

ไม่มีปัญหาต่อการซื้อ

6. ระยะเวลาของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจัดเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนการเก็บข้อมูลของแบบสอบถามใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 5 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนกันยายน พ.ศ.

2547

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved