

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตา เซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งได้กำหนดวิธีการศึกษา และ ระยะเวลาในการศึกษาภายใต้หัวข้อต่อไปนี้

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนสโตร์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยภายนอก อันประกอบไปด้วยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์(Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร(People) กระบวนการ(Process) และ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence).

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่เคยซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บจากประชาชน ที่เคยซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตา เซนสโตร์ ในย่าน สีลม ปทุมวัน สุขุมวิท ลาดพร้าว แบ่งเป็นย่านละเท่าๆกันคือ 100 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก

เนื่องจากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไม่ทราบขนาดประชากรที่ซื้อแว่นตาที่ชัดเจน จึงกำหนดขนาดโดยวิธีคำนวณจากสูตรของยามานะ(Yamane) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ : 193 - 194 อ้างอิงจาก Yamane, 1979) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

$$\begin{aligned}n &= \frac{P(1-P)Z^2}{e^2} \\ &= \frac{(0.5) \times (1-0.5) \times (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 385\end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 385 คน สำรองไว้ 15 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน เมื่อระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5%

เมื่อ	n	=	ขนาดตัวอย่าง
	P	=	สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม
	Z	=	ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ที่ 95%
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

1. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงสุ่มตัวอย่างในย่าน สีลม ปทุมวัน สุขุมวิท ลาดพร้าว เนื่องจากย่านดังกล่าวเป็นย่าน ที่มีร้านแวนเซนสโตร์อยู่หนาแน่น และมีสัดส่วนในการขายสูงสุด โดยสะท้อนได้จากข้อมูลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละร้านแวนเซนสโตร์ที่อยู่ในย่านสีลม ปทุมวัน สุขุมวิท และลาดพร้าว (ศรารุช กันธะ 2550 : สัมภาษณ์)

ชื่อร้านค้าแวนเซนสโตร์	ร้อยละของจำนวนร้านดังกล่าวในกรุงเทพฯที่อยู่ในเขตสีลม ปทุมวัน สุขุมวิท และ ลาดพร้าว
ร้านห่อแวน	31
ร้านท็อปเจริญ	20
ร้านแวนบิวตี้ฟูล	17

2. การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยกำหนดสัดส่วนเก็บตัวอย่างจากทั้ง 4 ย่าน ได้แก่ ย่านสีลม ปทุมวัน สุขุมวิท ลาดพร้าว แบ่งเป็นย่านละเท่าๆกันคือ 100 คน

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยเก็บจากประชาชนที่เคยซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนโตร์ ในย่าน สีลม ปทุมวัน สุขุมวิท ลาดพร้าว แบ่งเป็นย่านละเท่าๆกันคือ 100 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง และการสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการการเลือกซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนโตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนโตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ดังนี้ (อภากร ผดุงสัตยวงศ์, 2544 : 53-54)

ระดับความสำคัญ

ระดับคะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

สำหรับการแปลผลข้อมูลในภาพรวมและรายข้อ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ย
ในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.49	สำคัญน้อยที่สุด
1.50-2.49	สำคัญน้อย
2.50-3.49	สำคัญปานกลาง
3.50-4.49	สำคัญมาก
4.50-5.00	สำคัญมากที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน 2550 ถึงเดือน
กุมภาพันธ์ 2551 โดยมีระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนธันวาคม 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved