

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมืองสตูล มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองสตูล ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Processes)

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่จะศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคคนสุดท้าย ที่เคยซื้อวัสดุก่อสร้างที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองสตูล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการเก็บข้อมูลโดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในช่วงเวลาทำการเก็บข้อมูล โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้มาซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง 13 ร้านค้าโดยแบ่งตามประเภทและความหลากหลายของสินค้า โดยจะมีสินค้าจำหน่ายไม่น้อยกว่า 7 ใน 10 ประเภทของสินค้าเช่น อุปกรณ์ไฟฟ้าครบวงจร เหล็กรูปพรรณ อุปกรณ์ประปาแบบครบวงจร สุขภัณฑ์ ซึ่งจะสุ่มเก็บตัวอย่างร้านค้าละ 25 คนเท่าๆกัน ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 325 คน ดังนี้ ร้านมิตรประมง ร้านสุกวานิช ร้านเจริญพาณิชย์ ร้านสตูลวัสดุก่อสร้าง ร้านสตูลค้าสี ร้านปัตตานีเจริญสถาปัตย์ ร้านสยามอะไหล่ ร้านบรรยงค์ ร้านบัว ร้านสตูลอะไหล่ยนต์ ร้านสตูลพัฒนาการก่อสร้าง ร้านเพื่อนก่อสร้าง ร้านสตูลการยนต์

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล 13 แห่ง โดยสุ่มเก็บตัวอย่างร้านค้าละ 25 คนเท่าๆกัน ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 325 คน

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source Data) ค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล ได้แก่ ผู้บริโภคชื่ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคชื่อเมื่อใด ผู้บริโภคชื่อที่ไหน ผู้บริโภคชื่ออย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมืองสตูล ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 325 ชุด จะนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก จะเป็นการให้ระดับความสำคัญด้วยคะแนน (Rating Scale) (อ้างในคุณวุฒิ เวชสาร, 2545: 111) โดยเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และ น้อยที่สุด กำหนดให้แทนความสำคัญในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ

คะแนน

มากที่สุด

5

มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2551

สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ร้านค้าจำนวน 13 แห่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล ได้แก่ ร้านมิตรประมง ร้านศุภวานิช ร้านเจริญพาณิชย์ ร้านสตูลวัศุภภัณฑ์ ร้านสตูลค้าสี ร้านปัตตานีเจริญสถาปัตย์ ร้านสยามอะไหล่ ร้านบรรยงค์ ร้านบัว ร้านสตูลอะไหล่ยนต์ ร้านสตูลพัฒนาการก่อสร้าง ร้านเพื่อนก่อสร้าง ร้านสตูลการยนต์