บทที่ 3
ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
4. เครื่องมือการวิจัย
5. การรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจาก ตัวอย่างจากผู้ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจะทำโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – probability Sampling) แบบโควต้า (Quota Sampling) โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่ ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน โดยจะทำการเก็บตัวอย่างจากผู้ที่ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงเป็นจำนวน 400 ชุด

3. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการสร้างตามลำดับดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่ าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถาม โดยขอบเขตแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานครและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการ ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขตกรุงเทพมหานคร

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำไปใช้

4. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้

2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการ ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who)ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)ทำไมผู้บริโภคต้องซื้อ (Why)ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who)ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When)ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)ผู้บริโภคซื้ออย่างไร(How)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือก เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ปัญหา/อุปสรรคในการเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร

5. การรวบรวมข้อมูล

ทำการรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งด้วยกันคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวมช้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติภูมิ (Secondary Data) ค้นหาข้อมูลจากเอกสารที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้แล้วในเรื่อง ซึ่งได้มีผู้ทำการจัดและเก็บรวบรวมไว้แล้วจากหน่วยของภาครัฐบาลและเอกชน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำมาวิเคราะห์ใน Computer สำเร็จรูป SPSS For Window Version 17.0 นำเสนอรายงานวิจัยจะเสนอในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณา(Descriptive Statistic)

1. ข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมการ ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วงในเขต กรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าร้อยละ

2. ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการ เลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ยตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

มีความสำคัญ มากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน
มีความสำคัญ มาก กำหนดให้ 4 คะแนน
มีความสำคัญ ปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน
มีความสำคัญ น้อย กำหนดให้ 2 คะแนน
มีความสำคัญ น้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

เกณฑ์ในการแปรความหมายค่าเฉลี่ยมีดังนี้

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51-5.00 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.51-5.00 หมายถึง มีความสำคัญ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51-4.50 หมายถึง มีความสำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.51-3.50 หมายถึง มีความสำคัญ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.51-2.50 หมายถึง มีความสำคัญ น้อย
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00-1.50 หมายถึง มีความสำคัญ น้อยที่สุด

3.ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการ ซื้อเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้มะม่วง ในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย สถานภาพสมรส โดยนำค่าเฉลี่ย

ของคะแนนจากข้อ 2 เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-testและ F-test

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
   - การหาค่าร้อยละ (Percentage)
   - การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
   - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่
   - ค่า t-test
   - ค่า F-test (One Way Anova)