



การวิจัยการตลาด

MARKETING RESEARCH

พิมพ์ครั้งที่ 8

กฤษณ์ รื่นรมย์



การวิจัยการตลาด

Marketing Research

เลขทะเบียน **M 0149008**

วันลงทะเบียน - 1 เม.ย. 2559

658.83

เลขเรียกหนังสือ

ก 412 ก

2558

รศ.ดร.กฤษณ์ รื่นรัมย์

ภาควิชาการตลาด

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ฅ
บทที่ 1 การวิจัยการตลาด	1
บทบาทและความสำคัญของการวิจัยการตลาด	1
ความหมายของการวิจัยการตลาด	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัยการตลาด	6
ประโยชน์ของการวิจัยการตลาด	6
ศาสตร์ของการวิจัยการตลาด	8
ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเป็นไปได้ของการทำวิจัย	9
คุณค่าของผลการวิจัยเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่เสียไป	10
ปัญหาของการทำวิจัยการตลาด	11
สรุป	12
แบบทดสอบ	13
บทที่ 2 กระบวนการวิจัย	14
การกำหนดปัญหาในการทำวิจัย	15
การกำหนดแหล่งที่มาของข้อมูล	18
การออกแบบงานวิจัยและประเภทของการออกแบบงานวิจัย	18
การกำหนดวิธีการและแบบฟอร์มที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	22
การวางแผนเลือกตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล	23

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
การวิเคราะห์และการแปลความหมายข้อมูล	25
การรายงานผลการวิจัย	25
สรุป	29
แบบทดสอบ	30
บทที่ 3	
 การออกแบบงานวิจัยและประเภทของงานวิจัย	31
ความหมายของการออกแบบงานวิจัย	31
หลักการในการออกแบบงานวิจัย	32
ประเภทงานวิจัย	33
การตัดสินใจเลือกประเภทการวิจัย	46
ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่มีผลกระทบ ต่อการวัดตัวแปรตาม	47
สรุป	52
แบบทดสอบ	53
บทที่ 4	
 รูปแบบงานวิจัยแบบทดลอง	54
งานวิจัยแบบทดลอง	54
ความถูกต้องภายในและความถูกต้องภายนอก	57
ประเภทของงานวิจัยแบบทดลอง	58
การทดลองหรือการทดสอบแบบแฟคตอเรียล	66
ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการตัดสินใจเลือกประเภทการทดลอง	74
สรุป	75
แบบทดสอบ	76
บทที่ 5	
 แหล่งข้อมูลและวิธีการสำรวจข้อมูล	77
แหล่งข้อมูล	77

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ)	
วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม	81
สรุป	83
แบบทดสอบ	84
บทที่ 6	
การออกแบบแบบสอบถาม	85
การสร้างแบบสอบถาม	85
ประเภทของแบบสอบถาม	86
กระบวนการในการสร้างแบบสอบถาม	93
ประเด็นสำคัญในการสร้างแบบสอบถาม	105
สรุป	106
แบบทดสอบ	107
บทที่ 7	
การวัดทัศนคติ	108
คำจำกัดความและองค์ประกอบของทัศนคติ	108
ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม	110
คุณสมบัติของสเกลในการวัดทัศนคติ	113
เทคนิคที่ใช้ในการวัดทัศนคติ	116
ประเภทของสเกลที่ใช้วัดทัศนคติ	119
วิธีการของสเกลต่าง ๆ ที่ใช้วัดทัศนคติ	122
การเลือกสเกลสำหรับวัดทัศนคติ	129
ความถูกต้องและความเชื่อถือได้	130
สรุป	136
แบบทดสอบ	137
บทที่ 8	
การสุ่มเลือกตัวอย่าง	138
กระบวนการสุ่มเลือกตัวอย่าง	138

	หน้า
บทที่ 8 (ต่อ)	
วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่าง	142
การตัดสินใจเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่าง	160
สรุป	163
แบบทดสอบ	164
บทที่ 9	
การกำหนดขนาดตัวอย่าง	165
ข้อพิจารณาพื้นฐานในการกำหนดขนาดตัวอย่าง	165
การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ปัจจัยเชิงคุณภาพ	168
การกำหนดขนาดตัวอย่างเมื่อต้องการประมาณค่าเฉลี่ย	169
การหาขนาดตัวอย่างเมื่อทราบค่าแปรปรวนของประชากร	171
การคำนวณหาขนาดตัวอย่างเมื่อไม่ทราบค่าแปรปรวนของประชากร	174
ค่าเฉลี่ยหลายค่า	176
การกำหนดขนาดตัวอย่างเมื่อต้องการประมาณค่าสัดส่วน	178
ข้อสังเกตเกี่ยวกับขนาดประชากรและขนาดตัวอย่าง	182
การใช้ตารางข้อมูลที่ออกแบบไว้ล่วงหน้าในการกำหนดขนาด ตัวอย่าง	184
การใช้ข้อมูลในอดีตในการกำหนดขนาดตัวอย่าง	187
สรุป	188
แบบทดสอบ	189
บทที่ 10	
การเก็บข้อมูลภาคสนาม	190
การเก็บข้อมูลภาคสนาม	190
แหล่งของความผิดพลาด	195
ความผิดพลาดที่ไม่ได้เกิดจากการสุ่มเลือกตัวอย่าง	196
สรุป	204
แบบทดสอบ	205

	หน้า
บทที่ 11	
ขั้นตอนพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล	206
หลักการเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล	206
หลักการในการพิจารณาเลือกเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล	217
สรุป	222
แบบทดสอบ	223
บทที่ 12	
การวิเคราะห์ข้อมูล : การทดสอบสมมติฐาน	224
ตารางข้อมูลและตัวแปรที่เพิ่มขึ้น	224
ข้อสังเกตการใช้ตารางข้อมูล	235
การทดสอบสมมติฐาน	236
ขั้นตอนพื้นฐานในการทดสอบสมมติฐาน	238
การทดสอบ X^2 Goodness-of-fit	241
การทดสอบ Kolmogorov-Smirnov	244
การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยเพียงค่าเดียว	247
การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ย 2 ค่า	252
กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระจากกัน	259
การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัดส่วนของประชากร	262
การวิเคราะห์ความแปรปรวน	265
การวัดผลกระทบ	268
สมมติฐานของ ANOVA	272
N-Way Analysis of Variance	273
ความผิดพลาดแบบ Type I และ Type II	275
สรุป	279
แบบทดสอบ	280

	หน้า
บทที่ 13	
การวิเคราะห์ข้อมูล : การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	281
สถิติที่ใช้ในการวัดหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในตารางข้อมูล	281
การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์	288
การวิเคราะห์สหสัมพันธ์	289
การทดสอบนัยสำคัญของความสัมพันธ์ของตัวแปร	293
การวิเคราะห์การถดถอย	294
ความผิดพลาดมาตรฐานของค่าเฉลี่ย	301
การทดสอบเกี่ยวกับค่า Slope coefficient	303
การพยากรณ์ค่า Y	306
การหาค่า r และ r^2	307
ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ	308
การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ	310
ความแข็งแรงของความสัมพันธ์	316
การทดสอบนัยสำคัญ	317
Stepwise Regression	319
การตรวจสอบค่าตลาดเคลื่อน	320
Dummy Variables	323
การปรับเปลี่ยนตัวแปร	326
สรุป	328
แบบทดสอบ	330
บทที่ 14	
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติขั้นสูง	331
I. Discriminant Analysis	331
Discriminant Analysis Model	332
ตัวอย่าง Discriminant Analysis	333

บทที่ 14 (ต่อ)

	หน้า
การแปลความหมายของ Discriminant Function	338
การใช้ Discriminant Function ในการแบ่งกลุ่ม	344
การประเมินความถูกต้อง	349
Multiple Discriminant Analysis	351
การแบ่งแยกกลุ่ม	352
สรุป Discriminant Analysis	356
II. Factor Analysis	358
Factor Analysis Model	359
ตัวอย่าง Factor Analysis	360
การสรุปข้อมูล	361
หลักการของ Principal Component Analysis	366
การแปลความหมาย	367
Varimax Rotation	376
สรุป Factor analysis	382
III. Cluster Analysis	386
ตัวอย่าง Cluster Analysis	387
Euclidean Distance	391
วิธีการจัดกลุ่ม	392
กระบวนการของ Cluster Analysis	403
สรุป Cluster Analysis	407
IV. Conjoint Analysis	408
ตัวอย่าง Conjoint Analysis	409
การสร้างตัวแปรที่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับ Conjoint Analysis	411
Conjoint Analysis Model	415
การแปลความหมาย	417

	หน้า
บทที่ 14 (ต่อ)	
ข้อสมมติและข้อจำกัดที่สำคัญ	419
Hybrid Conjoint Analysis	419
สรุป Conjoint Analysis	420
สรุป	420
แบบทดสอบ	422
บทที่ 15	
การเขียนรายงานการวิจัย	423
หลักเกณฑ์พื้นฐานของการเขียนรายงานวิจัย	423
รูปแบบการเขียนรายงานการวิจัย	426
การรายงานวิจัยปากเปล่า	431
สรุป	433
แบบทดสอบ	435
บทที่ 16	
การเปลี่ยนแปลงของการทำวิจัยการตลาด- วัตพัฒนาการ	
อุปสรรค และแนวโน้ม	436
การเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด	436
วัตพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงในการทำวิจัยการตลาด	440
ปัญหาและอุปสรรคในการทำวิจัยการตลาดและการใช้ผลงาน	
วิจัยการตลาด	443
แนวโน้มการทำวิจัยการตลาดในอนาคต	447
สรุป	449
แบบทดสอบ	450

	หน้า	
ภาคผนวก ก	การใช้ Bayesian Analysis เพื่อช่วยตัดสินใจว่าจะทำวิจัยหรือไม่	451
ภาคผนวก ข	ตัวอย่างแบบสอบถาม	462
ภาคผนวก ค	การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS / PC ⁺ Discriminant Analysis	467
ภาคผนวก ง	การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS / PC ⁺ Multiple Discriminant Analysis	474
ภาคผนวก จ	การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS / PC ⁺ Factor Analysis	483
ภาคผนวก ฉ	การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS / PC ⁺ Cluster Analysis	490
บรรณานุกรม		494