

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ใช้แนวคิดและทฤษฎี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 6Ws และ 1H ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร และ ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

##### ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 369,460 คน (วิกิพีเดีย, 2553 : ออนไลน์) ที่เคยซื้อขนมไทย และเนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่แน่นอน การศึกษาค้างนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยซื้อขนมไทย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) (คุณทลี รื่นรัมย์, 2549:140-173) ตามสถานที่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ตาราง 2 สถานที่ในการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยซื้อขนมไทย

สถานที่เก็บข้อมูล	จำนวน (ราย)
1. ห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า เซ็นทรัลกาสด่วนแก้ว	100
2. ซุปเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ ริมปิง โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ แม็คโคร	100
3. ตลาดสด ได้แก่ ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดสมเพชร ตลาดประตูก้อม ตลาดวโรรส ตลาดเมืองใหม่ ตลาดสันป่าข่อย ตลาดธานีรินทร์ ตลาดต้นพะยอม	100
4. ร้านจำหน่ายขนมไทยที่มีชื่อเสียงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ร้านเรือนไม้ ร้านขนมบ้านอาจารย์ ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม) ร้านหวานละมุน ร้านฝั๋งน้อยเบเกอรี่ ร้านขนมไทยคุณยาย	100

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้จากข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยซื้อขนมไทย จำนวน 400 คน โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง และ ระดับความชอบรับประทานขนมไทย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขนมไทย ได้แก่ ขนมไทยแต่ละประเภทที่นิยมซื้อ ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่นิยมซื้อ เหตุผลที่ซื้อขนมไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก โอกาสที่ซื้อขนมไทยบ่อยที่สุด ผู้ที่ทำให้มีความคิดริเริ่มที่จะซื้อขนมไทยมากที่สุด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขนมไทยมากที่สุด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง ซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยกี่ครั้งใน 1 เดือน ซื้อขนมไทยจากที่ใดบ้าง

วิธีที่ทำให้เกิดความต้องการอยากซื้อขนมไทยมากที่สุด หาข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขนมไทยจากแหล่งใด ความรู้สึกหลังการซื้อขนมไทยมาบริโภค และ ส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยในระดับใด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การขายขนมไทย

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) โดยข้อมูลในส่วนที่ 2 จะประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก แบ่งเป็น 5 ระดับ ตามมาตราส่วนการประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert Scale) (อภิรักษ์ จันทะนี และคณะ, 2539) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับของผลต่อการตัดสินใจซื้อ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่สำคัญ	1

โดยกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับของผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.21- 5.00
มาก	3.41-4.20
ปานกลาง	2.61-3.40
น้อย	1.81-2.60
ไม่สำคัญ	1.00-1.80

#### ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554 และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ในช่วงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved