

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. วิธีการศึกษา
3. ขอบเขตและจำนวนประชากร
4. การสุ่มตัวอย่างประชากร
5. การเก็บข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้
7. ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา
8. การรายงานผลการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการซื้อในเรื่อง
 1. ชนิดอาหารเสริมสุขภาพที่ซื้อ
 2. สาเหตุที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพ
 3. โอกาสที่รับประทานอาหารเสริมสุขภาพ
 4. ระยะเวลาที่รับประทานอาหารเสริมสุขภาพ
 5. ระยะเวลาที่จะรับประทานอาหารเสริมสุขภาพต่อไปในอนาคต
 6. ชนิดอาหารเสริมสุขภาพ จำแนกตามพฤติกรรมเคย ซื้อ ปัจจุบันซื้อ ซื้อในอนาคตและไม่คิดจะซื้อ

7. ยี่ห้อของอาหารเสริมสุขภาพและปริมาณที่ซื้อต่อครั้ง
8. ขนาดของอาหารเสริมสุขภาพที่ซื้อ
9. สาเหตุที่ซื้อปริมาณอาหารเสริมสุขภาพ
10. การเลือกซื้ออาหารเสริมสุขภาพ
11. สถานที่ที่ไปซื้ออาหารเสริมสุขภาพบ่อยที่สุด
12. ความถี่ในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ

2. ศึกษาปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการเลือกซื้ออาหารเสริมสุขภาพ ซึ่งพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ปัญหาในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพ หมายถึง ปัญหาที่ผู้บริโภคประสบจากการซื้อ แบ่งเป็น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยประยุกต์(Applied Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจ แก้ปัญหา และ ปรับปรุงแผนกลยุทธ์การตลาดให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งใช้ข้อมูลทั้ง 2 ลักษณะคือ

ข้อมูลปฐมภูมิ

โดยการสร้างแบบสอบถาม(Questionnaire) สอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานของตลาดที่ใช้เป็นแนวทางการวิจัยต่อไป

3.3 ขอบเขตและจำนวนประชากร

การวิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้ออาหารเสริมสุขภาพที่อาศัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในด้านการกำหนดจำนวนตัวอย่าง เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรผู้บริโภคอาหารเสริมสุขภาพในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่แน่นอนได้ จึงใช้วิธีกำหนดขนาดตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 160 ตัวอย่าง จากผู้ซื้ออาหารเสริมสุขภาพตามสถานจำหน่ายหลายแห่งในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

3.4 การสุ่มตัวอย่างประชากร

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการทางสถิติแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีดังนี้¹²

1. การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental) คือ เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่มาหาซื้อสินค้าตามสถานที่จำหน่ายอาหารเสริมสุขภาพในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล
2. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive) เก็บข้อมูลจากผู้ซื้ออาหารเสริมสุขภาพ 5 ประเภท คือ ชุปไก่สั๊ก, เครื่องดื่มรังกาลำเร็จรูป, กระท่อมสำเร็จรูป, วิตามินเสริมและสมุนไพรสกัดตามสถานที่จำหน่ายในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

3.5 การเก็บข้อมูล

การศึกษานี้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคตามสถานที่ซื้ออาหารเสริมสุขภาพจำนวน 10 แห่งในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจำนวน 160 ชุด โดยใช้เวลาเก็บข้อมูลในแต่ละแห่งเท่าๆกัน คือใช้เวลาเก็บแห่งละ 1 วัน

¹² กุลฑลที เวชสาร . การวิจัยการตลาด.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540,หน้า 135.

การเลือกสถานที่เก็บข้อมูล กำหนดทำการกำหนดประเภทธุรกิจที่กำหนดจำหน่ายอาหารเสริมสุขภาพ 5 ประเภท คือ

1. ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่ง คือ ห้างฯ โอซอง และ ห้างฯ เทสโก้ โลตัส
2. ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่ง คือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและ ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า
4. ประเภทมินิมาร์ท 2 แห่ง คือ เซเว่นอีเลฟเว่นสาขาคาดลาดต้นลำไยและสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. ประเภทร้านขายยา 2 แห่ง คือ ร้านขายยาย่านตลาดประตูเชียงใหม่และตลาดต้นพยอม แบ่งเก็บร้านขายยาตลาดละ 3 ร้าน รวม 6 ร้าน
6. ประเภทร้านค้าปลีกทั่วไป 2 แห่ง คือ ร้านค้าย่านตลาดศิริวัฒนาและตลาดสันป่าข่อย แบ่งเก็บข้อมูลร้านค้าปลีกตลาดละ 3 ร้าน รวมทั้งหมด 6 ร้าน

รวม 10 แห่ง 5 ประเภท ใช้แบบสอบถามประเภทละ 32 ชุด แห่งละ 16 ชุด ระยะเวลาการเก็บข้อมูลทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันจันทร์ที่ 20 ถึงวันพุธที่ 29 ธันวาคม 2542 รวม 10 วันคือ วันทำการปกติ 8 วัน และวันเสาร์-อาทิตย์ 2 วัน เวลา 10.00 – 19.00 น.รวม 9 ชั่วโมง

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 160 ชุด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 7.5 for windows โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ การอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ เช่น การเสนอเป็นตาราง (Table) ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 4 ระดับ คือ มากที่สุด มาก น้อย และไม่มีผล โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	4
มาก	3
น้อย	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดคะแนนแบ่งเป็น 4 ระดับ โดยการกำหนดคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับความสำคัญ
3.25-4.00	มากที่สุด
2.50-3.24	มาก
1.75-2.49	น้อย
1.00-1.74	ไม่มีผล

3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาดำเนินการการศึกษา 4 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2542 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2543

3.8 การรายงานผลการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลอยู่ในรูปแบบของการบรรยายและตารางเสนอข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท คือ

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎี

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ