

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษา มีดังนี้

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายน้ำแร่บรรจุขวด ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการซื้อขายน้ำแร่บรรจุขวด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาในการตัดสินใจซื้อขายน้ำแร่บรรจุขวด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ซื้อและดื่มน้ำแร่บรรจุขวด

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อและดื่มน้ำแร่บรรจุขวดที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เฉพาะผู้ที่เคยซื้อและดื่มน้ำแร่บรรจุขวด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) (คุณทธิรัตน์, 2549)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. **ขั้นปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมการชื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ได้จากการรวบรวมข้อมูลที่อยู่ในรูปบทความทางวิชาการ ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลจากภาครัฐ และภาคเอกชน ตำราทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการชื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำแร่บรรจุขวด

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจชื้อน้ำแร่บรรจุขวด และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจชื้อน้ำแร่บรรจุขวด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยผู้ศึกษานำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 400 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษาวินิจฉัยนำเสนอในรูปแบบลักษณะของการใช้ตารางประกอบ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการชื้อน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ย จะได้ตั้งแต่ 1.00-5.00 คะแนน ซึ่งมีความหมายแทนระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำแร่บรรจุขวด โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับความคิดเห็น ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย และการแปลความหมาย

4.51-5.00	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวดในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวดในระดับมาก
2.51-3.50	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวดในระดับปานกลาง
1.51-2.50	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวดในระดับน้อย
1.00-1.50	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวดในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวด และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจซื้อน้ำแร่บรรจุขวด วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ บัณฑิตวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สถานที่ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สวนสุขภาพมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สวนสาธารณะหนองบวกหาด สวนหลวงรัชกาลที่ 9 เชียงใหม่ สนามกีฬากลางเทศบาลนครเชียงใหม่ และสนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2551- มิถุนายน 2552