

บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา และขอบเขตประชากร วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการศึกษารั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งหมด 248,340 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2548) และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 คน โดยดูจากตารางของ Yamane (อุทุมพร จามรมาน, 2530) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 %

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 398 คน โดยการแจกแบบสอบถามนั้นเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยศึกษากลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ไส้กรอก ตามสถานที่ที่มีคนอยู่จำนวนมาก อาทิเช่น สถานที่ราชการ ตลาดสด สถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน ร้านค้า โดยการแจกแบบสอบถามขอความร่วมมือ ผู้ที่อยู่บริเวณดังกล่าวช่วยสละเวลาตอบแบบสอบถามให้
2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมบทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เอกสารการอบรม เอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชน ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เผยแพร่ข้อมูล และงานวิจัยต่าง ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอก โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (กุนทลี เวชสาร, 2545) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุด	5 คะแนน
มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาก	4 คะแนน
มีความสำคัญต่อการตัดสินใจปานกลาง	3 คะแนน
มีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อย	2 คะแนน
มีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอกของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยผู้ศึกษานำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 398 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษาวิจัยนำเสนอในรูปแบบลักษณะของการใช้ตารางประกอบ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไส้กรอก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ใส่กรอกวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปล ความหมายค่าเฉลี่ย (คุณทลี เวชสาร, 2545) มีดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน	การแปลผล
สำคัญมากที่สุด	5	4.51 – 5.00
สำคัญมาก	4	3.51 – 4.50
สำคัญปานกลาง	3	2.51 – 3.50
สำคัญน้อย	2	1.51 – 2.50
สำคัญน้อยที่สุด	1	1.00 – 1.50

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใส่กรอกของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 7 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2549 ถึงเดือนกันยายน 2549

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานที่ราชการ ตลาดสด สถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน ร้านค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่