

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ การเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกสถานที่ในการจัดจำหน่าย ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เหตุผลในการเลือกบริโภค ปริมาณการซื้อ เวลาในการซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อนมข้าวโพด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมด้านการตลาดและปัญหาของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ประชากรที่บริโภคและซื้อนมข้าวโพดใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

##### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างจะทำการกำหนดโดยใช้สัดส่วน (Sample Size Determination : Proportions) ซึ่งผู้วิจัยต้องการหาสัดส่วนของผู้บริโภคที่เคยซื้อนมข้าวโพด โดยวิธีการสุ่ม สัมภาษณ์จำนวน 40 คน พบว่ามีผู้บริโภคที่เคยซื้อจำนวน 31 คน คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 0.78 และผู้ทำการวิจัยต้องการให้การศึกษานี้มีความเชื่อมั่นอย่างน้อยร้อยละ 95 จึงได้ทำการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างจากสูตร (อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ดังนี้

ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนสมาชิกไม่แน่นอน

$$E = Z_{\alpha/2} \sqrt{p(1-p)/N}$$

ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่า  $Z = 1.96$   $D = 0.05$  แทนค่าลงในสูตร

$$0.05 = 1.96 \sqrt{0.77(1-0.77)/N}$$

$$N = (0.78)(0.22)(1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$N = 263.69$$

ในการศึกษาครั้งนี้ จึงใช้ขนาดการสุ่มตัวอย่างจำนวน 270 คน โดยการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อนมข้าวโพด โดยทำการเก็บตัวอย่างที่ สนามกีฬา 700 ปี จำนวน 50 ตัวอย่าง สวนสาธารณะสวนบวกหาด จำนวน 50 ตัวอย่าง สวนสุขภาพมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 50 ตัวอย่าง ภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 50 ตัวอย่าง สนามกีฬาเทศบาลจำนวน 50 ตัวอย่าง สวนรุกชาติห้วยแก้วจำนวน 20 ตัวอย่าง

### 3.2 วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ซื้อและผู้บริโภคคนมข้าวโพดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 270 คน โดยเลือกจากผู้ที่เคยบริโภคนมข้าวโพด
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการค้นคว้าข้อมูลจาก เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลออนไลน์ที่ค้นคว้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นมข้าวโพดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อนมข้าวโพด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคนมข้าวโพด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อนมข้าวโพด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ผู้ซื้อพบต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นมข้าวโพดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติเชิง พรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ในการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

เกณฑ์การให้ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในความคิดเห็นของ ผู้บริโภค เป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ดังนี้ (รวีวรรณ ชินะตระกูล, 2542)

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50-5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50-4.49	สำคัญมาก
2.50-3.49	สำคัญปานกลาง
1.50-2.49	สำคัญน้อย
1.00-1.49	สำคัญน้อยที่สุด

### 3.5 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมข้าวโพด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้เวลาประมาณ 4 เดือน ระหว่างเดือน มกราคม 2550 ถึงพฤษภาคม 2550 และใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2550