บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อนมผงของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการซื้อในด้าน ขนาดนมผงที่ซื้อ ประเภทบรรจุภัณฑ์ ความถี่ในการซื้อ สถานที่ซื้อ และตรายี่ห้อที่เลือกซื้อ

2. ศึกษาปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการเลือกซื้อนมผง ซึ่งพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ผู้บริโภคที่จะทำการเก็บข้อมูลคือ ผู้บริโภคที่เป็นพ่อหรือแม่ของลูกที่บริโภคนมผงเป็นประจำ และมีภูมิลำเนาอยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4. การเก็บข้อมูลจะเก็บจากผู้บริโภคตามสถานที่ซื้อนมผงคือซุปเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า ร้านซุปเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กหรือมินิมาร์เก็ต ร้านสหกรณ์ และร้านค้าปลีกทั่วไป จำนวน 200 ชุด

3.2 วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจ แก้ปัญหา และปรับปรุงแผนกลยุทธ์การตลาดให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งใช้ข้อมูลทั้ง 2 ลักษณะคือ

ข้อมูลปฐมภูมิ

- โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทุติยภูมิ

- เป็นการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานของตลาด ที่ใช้เป็นแนวทางการวิจัยต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 การเก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคตามสถานที่ซื้อนมผงคือซุปเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า ร้านซุปเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กหรือมินิมาร์เก็ต ร้านสหกรณ์ และร้านค้าปลีกทั่วไป 10 แห่ง จำนวน 200 ชุด จำนวนข้อมูลที่เก็บในแต่ละแห่งจะเท่ากัน แบ่งเป็น 4 กลุ่มอาชีพ ดังนี้

อาชีพ / สถานที่ซื้อนมผง	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	ประกอบธุรส่วนตัว	ข้าราชการรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน
ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ ท่าแพ	5	5	5	5
ห้างสรรพสินค้าตันตราภัณฑ์ ช้างเผือก	5	5	5	5
ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า	5	5	5	5
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	5	5	5	5
ห้างริมปิงซุปเปอร์สโตร์ แก้วนวรัฐ	5	5	5	5
ห้างริมปิงซุปเปอร์สโตร์ แก้วนวรัฐ	5	5	5	5
ห้างส.การค้า	5	5	5	5
ร้านส.การค้า มินิสโตร์	5	5	5	5
เซเว่น อีเลเว่น	5	5	5	5
ร้านค้า ทั่วไป	5	5	5	5
รวม	50	50	50	50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการทางสถิติแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1. แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มอาชีพ (Stratified sampling) คือกลุ่มพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน กลุ่มละเท่า ๆ กัน

2. การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งตามกลุ่มอาชีพ ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กันตามสถานที่ซื้อนมผงแต่ละแห่ง

3. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เป็นพ่อหรือแม่ของลูกที่บริโภคนมผงเป็นประจำ และมีภูมิลำเนาอยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental) คือเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่มาหาซื้อสินค้าตามสถานที่จำหน่ายนมผงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS/PC+ โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistic) คือการอธิบายลักษณะทั่วๆ ไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ เช่น การนำเสนอเป็น ตาราง ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม

2. สถิติแบบนอนพาราเมติก(Non-Parametic Statistic)คือค่าไคร์สแควร์ (Chi-Square Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.6 สถานที่ทำการศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา 18 เดือน ระหว่าง เดือนเมษายน 2535 ถึงเดือน กันยายน 2536

ขั้นตอน	2535			2536		
	เม.ย-มิ.ย	ก.ค-ก.ย	ต.ค-ธ.ค	ม.ค-มี.ค	เม.ย-มิ.ย	ก.ค-ก.ย
-ศึกษาหาข้อมูล ทบทวนวรรณกรรม จัดทำโครงการ	***	***				
-ออกแบบสอบถาม ทดสอบแบบสอบถาม			***			
-เก็บข้อมูล				***		
-ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล					***	
-สรุปจัดทำรูปเล่ม แก้ไขรายงาน สอบการค้นคว้าอิสระ						***

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved