

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมการชื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรที่เป็นผู้หญิงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สิ้นสุดเดือนมิถุนายน 2546 มีจำนวน 106,247 คน (สำนักทะเบียนราษฎรอำเภอเมืองเชียงใหม่, 2546) เมื่อพิจารณาตามตาราง กำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับความเชื่อมั่น 95% ของ Herbert Askin and Raymond R. Colton, Table for Statiscian (นราศรี ไววนิชกุล, 2542) จึงได้ขนาดตัวอย่างคือ 321 ตัวอย่าง จึงเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกเฉพาะผู้หญิงที่ชื้อนมพาสเจอร์ไรซ์เท่านั้น

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมการชื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ว่าใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ทำไมผู้บริโภคถึงชื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจชื้อ ผู้บริโภคชื้อเมื่อใด ชื้อที่ไหน และชื้ออย่างไร

วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามข้อมูลจากผู้หญิงที่ชื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสุ่มจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 321 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร เว็บไซต์ วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อ ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How) และส่วนประสมทางการตลาด 4 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้ศึกษาดำเนินการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค จากนั้นสำรวจพื้นที่เป้าหมายเพื่อสังเกตและเก็บข้อมูลต่าง ๆ เบื้องต้น ขณะเดียวกันก็ศึกษารูปแบบและเทคนิคการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการศึกษา และดำเนินการสร้างแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างมีระบบ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ โดยการแจกแบบสอบถามและขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามบริเวณหน้าสถานที่จำหน่าย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 321 ชุด ได้แก่ ห้างเทสโก้โลตัส สาขาหางดงและสาขาตลาดค้าปลีก คาร์ฟูร์ บิ๊กซี และร้านขายของชำ โดยกระจายการเก็บแบบสอบถามไปยังสถานที่เหล่านี้ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้คัดเลือกเฉพาะสตรีที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลโดยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของที่ได้จากแบบสอบถามว่า ตรงตามวัตถุประสงค์และอยู่ในขอบเขตของเรื่องที่ดำเนินการศึกษาหรือไม่ หากส่วนใดยังไม่สมบูรณ์ จะทำการศึกษาเพิ่มเติม จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

2. การวัดระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลจากค่าเฉลี่ย ดังนี้ (นรวิสิริ ไวมินชกุล, 2542)

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

เกณฑ์การแปลความหมาย

ช่วงของคะแนน

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีอิทธิพลระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีอิทธิพลระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีอิทธิพลระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีอิทธิพลระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีอิทธิพลระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อนมพาสเจอร์ไรซ์ของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้เวลาประมาณ 6 เดือน ระหว่างเดือน ตุลาคม 2546 – มีนาคม 2547 และใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน ในเดือนกุมภาพันธ์ 2547