

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งหมด 98,722 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน: งานสถิติประชากร ปี 2548) และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 คน โดยดูจากตารางของ Yamane (อุทุมพร จามรมาน, 2530) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 %

3.2 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 398 คน โดยการแจกแบบสอบถามนั้นเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยศึกษากลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นม ตามสถานที่ที่มีคนอยู่จำนวนมาก โดย สถานที่ราชการ จำนวน 100 ชุด ตลาดสด จำนวน 100 ชุด สถาบันการศึกษา จำนวน 50 ชุด ศูนย์การค้า จำนวน 50 ชุด นิคมอุตสาหกรรม จำนวน 98 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามขอความร่วมมือ ผู้ที่อยู่บริเวณดังกล่าวช่วยสละเวลาตอบแบบสอบถามให้
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสาร รายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่สามารถค้นคว้าได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่สร้างโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นม
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ทั้งนี้ การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถาม จะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ตามวิธี Rating scales (กฤษชาติ เวชสาร, 2545: 111-123) โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนนและค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน	การแปลผล
สำคัญมากที่สุด	5	4.50 – 5.00
สำคัญมาก	4	3.50 – 4.49
สำคัญปานกลาง	3	2.50 – 3.49
สำคัญน้อย	2	1.50 – 2.49
สำคัญน้อยที่สุด	1	1.00 – 1.49

3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 5 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2549-31 สิงหาคม 2549

3.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สถานที่ราชการ ตลาดสด ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา และนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved