

บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาแบบอิสระเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาไว้ดังนี้

- 3.1 ขอบเขตการศึกษา
- 3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย เวลาในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด

3.1.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ที่เคยซื้อและบริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรผู้บริโภคที่แท้จริงได้ จึงใช้วิธีการกำหนดตัวอย่าง 400 ราย โดยเปิดตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (อุทุมพร จามรมาน ,2530) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Selective Sampling)

3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดย

สอบถามจากผู้ที่เคยซื้อและบริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมบทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และตำราต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข้อมูล และงานวิจัยต่าง ๆ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และไม่มีผล ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

มีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด	5 คะแนน
มีผลต่อการเลือกซื้อมาก	4 คะแนน
มีผลต่อการเลือกซื้อปานกลาง	3 คะแนน
มีผลต่อการเลือกซื้อน้อย	2 คะแนน
มีผลต่อการเลือกซื้อน้อยที่สุด	1 คะแนน

คุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้องแม่นยำ ผู้วิจัยจึงทำการหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และผ่านการแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบในด้านความครอบคลุมเนื้อหา ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และความถูกต้องของภาษา จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบทดสอบที่เที่ยงตรงในเนื้อหาแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่จะทำการศึกษาซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อและ

บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 30 คน แล้วนำข้อมูลประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากการทดสอบแบบสอบถาม มาคำนวณหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยวิธีของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2538 : 174) ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (α - coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.8252 เมื่อเทียบกับเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ของนางนุช ภัทรนคร (2538 : 339) ซึ่งระบุว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่ควรต่ำกว่า 0.70 ดังนั้นจึงถือว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดย ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 400 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษาวินิจฉัยนำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบ ดังนี้

1. ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่า t - test และค่า F - test และได้้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปล ความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 100) มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย

ความหมาย

4.51 – 5.00

มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50

มีความสำคัญในระดับมาก

2.51 – 3.50

มีความสำคัญในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50

มีความสำคัญในระดับน้อย

1.00 – 1.50

มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2549 ถึงเดือนกันยายน 2549



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved