

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่งในอำเภอไชยปราการ อำเภอฝางและอำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาคั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่งในอำเภอไชยปราการ อำเภอฝางและอำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

##### ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ค้าส่งส้มสายน้ำผึ้งในอำเภอไชยปราการ อำเภอฝาง และอำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่เข้ามารับซื้อส้มสายน้ำผึ้งเพื่อไปจำหน่ายต่อเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดตัวอย่าง จำนวน 200 ราย และคัดเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

##### วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากการสำรวจผู้ค้าส่งส้มสายน้ำผึ้ง โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด

### สถานที่เก็บแบบสอบถาม

สถานที่	จำนวนชุด
โรงเรียนวัดอ่าวขวาง	26
โรงเรียนวัดคอกยทอง	14
โรงเรียนวัดวันชัย	20
โรงเรียนวัดวังกานิล	12
โรงเรียนวัดจตุรคัยณ	17
โรงเรียนวัดชันนี้	5
โรงเรียนวัดรัตนไพศาล	19
โรงเรียนวัดผลบุญ	18
อื่นๆ	89
<b>รวม</b>	<b>200</b>

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการและข้อมูลทางสถิติ โดยผู้ศึกษาได้รวบรวมจาก หนังสือ อินเทอร์เน็ต และจากรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ วิเคราะห์ผลโดยการใช้การแจกแจงความถี่ และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง วิเคราะห์ผลโดยการค่าเฉลี่ย (Mean) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง วิเคราะห์ผลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ค้าส่งที่มีต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้ง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษานำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการและข้อมูลทางสถิติ อินเทอร์เน็ต และจากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage) ทั้งนี้ การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถาม จะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ตามวิธี Rating Scales (คุณทลี เวชสาร, 2545) โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนนและค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ/ความหมาย	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

### สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ศึกษาวิจัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ผู้ค้าส่งส้มสายน้ำผึ้งจากอำเภอไชยปราการ อำเภอฝางและอำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่

### ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่งในอำเภอไชยปราการ อำเภอฝางและอำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ คือระหว่างเดือนกรกฎาคม 2550 – กรกฎาคม 2551