

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของเด็กก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของเด็กก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยการศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อตามกรอบแนวคิดทฤษฎี 6Ws1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหนและผู้บริโภคซื้ออย่างไร และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรคือประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่อยู่ในวัยก่อนวัยรุ่น อายุ 11-14 ปี โดยเป็นผู้ที่ใช้และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายด้วยตนเอง ดังนั้นในการศึกษานี้จึงอาศัยการประมาณการตัวเลขของประชากร จากกลุ่มเด็กก่อนวัยรุ่นอายุ 11-14 ปี ที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 4,600 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2551 : ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (Yamane, 1970. อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2548) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 368 ตัวอย่าง ผู้ทำการศึกษาจึงได้ปรับขนาดตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะเด็กก่อนวัยรุ่นอายุ 11-14 ปี ที่ใช้และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายด้วยตนเอง ทำการเก็บข้อมูลกระจายตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

สถานที่เก็บข้อมูล	จำนวน ตัวอย่าง
ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ได้แก่ เซ็นทรัล, โรบินสัน ซึ่งรวมถึง บุธส์, วัตสัน, ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต เพราะว่า ร้านค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ใน ห้างสรรพสินค้า	100
ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Supercenter) ได้แก่ เทสโกโลตัส, บิ๊กซี, คาร์ฟูร์	100
ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ได้แก่ ร้านเชียงใหม่ไคเร็กซ์, ร้านวินคอส เมติกส์	100
ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store หรือ Minimart) ได้แก่ เซเว่น อีเลฟเว่น	100
รวม	400

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่น่ามาศึกษาจะเก็บรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

- ข้อมูลปฐมภูมิ** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากเด็กก่อนวัยรุ่น
อายุระหว่าง 11-14 ปี ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้ใช้และมี
ส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายด้วยตนเอง
- ข้อมูลทุติยภูมิ** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร
ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่ง
ออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ
ผู้ปกครอง ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครอง และสถานศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของเด็กก่อน
วัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ
6Ws1H ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ
(Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน
(Where) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมการณ์ซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์ระดับกลิ่นกายและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Chi-square, t-Test

การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ระดับกลิ่นกายของเด็กก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541 : 167) โดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลคะแนนค่าเฉลี่ย เป็นระดับ จากข้อมูลที่เป็น Rating Scale ใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) แบบวิธีการใช้ขอบเขตที่แท้จริง (Exact Limits) คือ ค่าที่อยู่ระหว่างขอบเขตต่ำ และ ขอบเขตสูง (ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล, 2552 : ออนไลน์) ดังนี้

ระดับมากที่สุด 5 คะแนน มีขอบเขตที่แท้จริงเท่ากับ 4.51 - 5.00 หรือ 4.51 – 5.00 (เนื่องจากค่าสูงสุดคือ 5.00)

ระดับมาก 4 คะแนน มีขอบเขตที่แท้จริงเท่ากับ 3.51 - 4.50

ระดับปานกลาง 3 คะแนน มีขอบเขตที่แท้จริงเท่ากับ 2.51 - 3.50

ระดับน้อย 2 คะแนน มีขอบเขตที่แท้จริงเท่ากับ 1.51 - 2.50

ระดับน้อยที่สุด 1 คะแนน มีขอบเขตที่แท้จริงเท่ากับ 0.51 - 1.50 หรือ 1.00 – 1.50
(เนื่องจากค่าต่ำสุดคือ 1.00)

โดยค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณสามารถนำมาแปลความหมายได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 1.50	มีผลน้อยที่สุด
1.51 - 2.50	มีผลน้อย
2.51 - 3.50	มีผลปานกลาง
3.51 - 4.50	มีผลมาก
4.51 - 5.00	มีผลมากที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน 8 เดือน นับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์
2552 ถึงเดือนกันยายน 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved