

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวันในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เรียน หรือทำงาน หรืออยู่อาศัยในอำเภอเมือง เชียงใหม่

##### ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ที่เคยซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เรียน หรือทำงาน หรืออยู่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แต่เนื่องจาก ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงที่เคยซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือสถาบันของ Seymour Sudman (คุณทธิ รื่นรมย์, 2551:187) โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) (คุณทธิ รื่นรมย์, 2551 : 144) จากผู้บริโภคที่หาซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน โดยกระจายการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆที่เป็นช่องทางจำหน่ายสำคัญของกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ในอัตราส่วน 2 : 1 คือ เก็บข้อมูลจากห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักของกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน (นิตยสาร โฟกัสซันนิ่ง, 2553 : ออนไลน์) จำนวน 200 ชุด และตลาดสดต่างๆที่มีขนาดใหญ่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 100 ชุด โดยแบ่งเก็บข้อมูล ดังนี้

สถานที่เก็บตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า	40
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว	40
เทสโก้โลตัสสาขาคำเที่ยง	40
คาร์ฟูร์สาขาเชียงใหม่	40
บิ๊กซีสาขาเชียงใหม่	40
ตลาดวโรรส	20
ตลาดศิริวัฒนา (ตลาดธานีรินทร์)	20
ตลาดต้นพะยอม	20
ตลาดสันป่าข่อย	20
ตลาดเมืองใหม่	20
<b>รวม</b>	<b><u>300</u></b>

### วิธีการศึกษา

#### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยการออกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ ตำรา บทความทางวิชาการ วารสาร หนังสือพิมพ์ การค้นคว้าผ่านเว็บไซต์ และเอกสารงานวิจัยทั้งของภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้อง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะในการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ได้แก่ ทรายี่ห้อที่เลือกซื้อ ปริมาณที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ รสชาติที่ชื่นชอบ เหตุผลที่ซื้อ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน โดยระดับของอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด นั้น ใช้มาตราวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551 : 113) โดยวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามความคิดเห็น ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
ระดับมากที่สุด	5
ระดับมาก	4
ระดับปานกลาง	3
ระดับน้อย	2
ระดับน้อยที่สุด	1

### เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้ง ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และตลาดสดต่างๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแบ่งเก็บข้อมูล ดังนี้ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว เทสโก้โลตัสสาขาคำเที่ยง คาร์ฟูร์สาขาเชียงใหม่ บิ๊กซีสาขาเชียงใหม่ แห่งละ 40 ชุด ตลาดวโรรส ตลาดศิริวัฒนา (ตลาดธานีรินทร์) ตลาดต้นพยอม ตลาดสันป่าข่อย และตลาดเมืองใหม่ แห่งละ 20 ชุด

### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน ใช้เวลาตั้งแต่ มกราคม 2554 ถึง กันยายน 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved