

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการซื้อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาซึ่งประกอบไปด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้านี้จะทำการศึกษเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการซื้อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งประกอบไปด้วย ความถี่ ระยะเวลา และช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ นิตยสาร แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านคำถาม 6Ws 1H ซึ่งประกอบไปด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไม ผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคว่าซื้ออย่างไร และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารบันเทิง ซึ่งประกอบไปด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ คือ ผู้ซื้อและรับข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารบันเทิงที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้านี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงอ้างอิงการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Sudman ซึ่งในการศึกษาหน่วยตัวอย่างระดับคน ทำการศึกษาในระดับท้องถิ่น และไม่มีการจำแนกกลุ่มย่อยในการวิเคราะห์ กำหนดให้ใช้ตัวอย่างจำนวน 200-500 ราย (Sudman; 1967: 87 อ้างถึงใน กุณทลี รื่นรมย์, 2551: 187) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ จำนวน 300 ราย และเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจะเก็บแบบสอบถามตามความสะดวกของผู้

เก็บข้อมูลหรือตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ทั้งนี้การเก็บข้อมูลได้กระจายการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเลือกซื้อและรับข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารบันเทิงตามสถานที่ต่างๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ซื้อและรับข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารบันเทิง ที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากการศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำราวิชาการ รายงานการวิจัย การค้นคว้าแบบอิสระ บทความจากวารสารสิ่งพิมพ์ รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ ระยะเวลา และช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ เช่น ท่านใช้เวลาในการอ่านนิตยสารบันเทิงต่อครั้งนานเท่าใด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ นิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภค โดยใช้คำถาม 6Ws 1H ซึ่งประกอบไปด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร เช่น ท่านเคยอ่านนิตยสารบันเทิงฉบับใดบ้าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสาร
บันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย
ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เนื้อหาของนิตยสาร รูปภาพประกอบ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารในระดับใด
ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแสดงระดับที่มีผล โดยใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale
(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 153) ซึ่งแบ่งระดับที่มีผลออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับการแปลผลคะแนน ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยของคำตอบที่ได้มาแปล
ความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.51-5.00
มาก	3.51-4.50
ปานกลาง	2.51-3.50
น้อย	1.51-2.50
น้อยที่สุด	1.00-1.50

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
(Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และ
ค่าเฉลี่ย (Mean)

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม คือ บริเวณร้านหนังสือใน
อำเภอเมืองเชียงใหม่ ร้านค้าแผงลอยที่มีการจำหน่ายนิตยสารบันเทิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 6 เดือน เริ่มตั้งแต่ สิงหาคม พ.ศ. 2553 ถึง มกราคม
พ.ศ. 2554 ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลา 1 เดือน คือ ตุลาคม พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved