

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's1H ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ได้แก่ ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน และน้ำยาทำความสะอาดพื้นผิวโดยเป็นชุดคำถามที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์หลักขงและพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) และ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ได้แก่ ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน และ น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิว ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (อ้างใน กุณฑลี รื่นรมย์ 2551: 187) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นซึ่งจะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดสัดส่วนตามเพศและรายได้ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการแจกแจงการเก็บตัวอย่าง

รายได้	เพศชาย	เพศหญิง	รวม
ต่ำกว่า 15,000 บาท	50	50	100
15,000 – 35,000 บาท	50	50	100
35,001 บาทขึ้นไป	50	50	100
รวม	150	150	300

3.2 วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภควัยทำงานทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 – 59 ปีที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในช่วง 6 เดือน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 300 ราย โดยเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้จะใช้แบบสอบถามสำรวจผู้บริโภควัยทำงานที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ได้แก่ ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน และน้ำยาทำความสะอาดพื้นผิว โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้แบบสอบถาม 6Ws 1H เพื่อวิเคราะห์ห้าลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่ามาตรา (Rating Scale) ประเภท Interval Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551) ดังนี้

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

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ดำเนินการศึกษาคือ ห้างเทศโก โลตัส ห้างบิ๊กซี ท็อปซูเปอร์มาเก็ต ริมปิงซูเปอร์มาเก็ต ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่าเชียงใหม่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้ว ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ ศูนย์การค้าโพรมานาดา แอมเวย์ ซี้อป เชียงใหม่และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือน สิงหาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2557 และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือตั้งแต่วันที่ 10 – 20 กันยายน พ.ศ. 2557