

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคที่อาศัยและทำงานอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร ในครั้งนี้มีระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคที่อาศัยและทำงานอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสบู่สมุนไพร โดยเน้นคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เพศชายและเพศหญิงที่เคยซื้อและใช้สบู่สมุนไพร โดยจะเป็นผู้ที่อยู่อาศัยหรือทำงาน/ศึกษา ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือเพศชายและเพศหญิงที่เคยซื้อและใช้สบู่สมุนไพร ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ตารางขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กุนฑลลี รื่นรมย์, 2551 : 187) และใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า (Quota sampling) จำนวนทั้งสิ้น 300 คน โดยกำหนดสัดส่วนตามเพศ จากจำนวนประชากร 135,758 คน ชาย 63,472 คน หญิง 72,286 คน (เทศบาลนครเชียงใหม่, 2555 : ออนไลน์) ซึ่งแบ่งได้ดังนี้ ชาย 140 คน หญิง 160 คน โดยจะเก็บข้อมูลจาก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ร้านค้าที่จำหน่ายสบู่สมุนไพร เก็บในบริเวณแหล่งชุมชนต่าง ๆ เช่น ถนนคนเดิน ตลาดในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อและใช้สมุนไพรในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 300 ราย

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการซื้อสมุนไพร

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของประชากร คือ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคต่อการซื้อสมุนไพร โดยใช้มาตราวัดของ Rating Scale ซึ่งในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และ สำคัญน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

3.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ร้านค้าที่จำหน่ายสบู่สมุนไพร และเก็บในบริเวณแหล่งชุมชนต่าง ๆ เช่น ถนนคนเดิน ตลาดในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนสิงหาคม 2557 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนมิถุนายน 2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved