

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยสด : กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยสดของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) การซื้อ (Purchase) และการประเมินหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation)

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนประชากรจำนวน 1,596,078 คน และ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีประชากรจำนวน 5,782,159 คน รวมทั้งสิ้น 7,378,237 คน (กรมการปกครอง, 2545)

จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้เลือกกำหนดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกำหนดจากตารางสำเร็จรูปของ (ประชุม สุวดี, 2541) แล้วแบ่งเก็บตัวอย่างจากจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน และ กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่มาเดินห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และตลาดสด ดังนี้

จังหวัดเชียงใหม่ รวม 16 แห่ง แบ่งเก็บตัวอย่างจากห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 8 แห่ง จำนวนตัวอย่าง 100 คน ได้แก่ ศูนย์การค้า กาดสวนแก้ว ศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า เทสโก้โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาหางดง

เทศโก้โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาตลาดคำเที่ยง คาร์ฟูร์ซูเปอร์เซ็นเตอร์ บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์
ห้างสรรพสินค้า (ค้าส่ง) สยามแม็คโคร และวิมิงซูเปอร์มาร์เก็ต

ตลาดสด 8 แห่ง จำนวนตัวอย่าง 100 คน ได้แก่ ตลาดควโรรส ตลาดต้นลำไย ตลาดเมืองใหม่
ตลาดประตูเชียงใหม่ ตลาดช้างเผือก (โดยตลาดที่เลือกนี้เป็นตลาดที่มีผู้บริโภครวมทั้งที่อยู่ในอำเภอเมือง
และต่างอำเภอเข้าซื้อในตลาดสดดังกล่าว)

กรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 18 เขต ใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อเลือกเขต 5 เขต ที่ใช้ในการเก็บ
ตัวอย่าง แบ่งเก็บตัวอย่างจาก ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และซูเปอร์มาร์เก็ต 5 แห่ง
จำนวนตัวอย่าง 100 คน ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามจัสโก้ เขตจตุจักร ฟู้ดแลนด์ซูเปอร์มาร์เก็ต
เขตลาดพร้าว เทศโก้โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ เขตคลองเตย ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ เขตบางกะปิ
และศูนย์การค้ามาบุญครอง เขตปทุมวัน

ตลาดสด 5 แห่ง จำนวนตัวอย่าง 100 คน ได้แก่ ตลาดราชวัตร เขตจตุจักร ตลาดรวมโชค
เขตลาดพร้าว ตลาดคลองเตย เขตคลองเตย ตลาดเข้มเพชร เขตบางกะปิ ตลาดเจริญผล เขตปทุมวัน

เครื่องมือสำหรับรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือสำหรับรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้เพื่อเก็บรวบรวม
ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยสดของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และ
กรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อในจังหวัดเชียงใหม่ และ
กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยสดของผู้บริโภคในจังหวัด
เชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร

การรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อ
ลำไยสดของผู้บริโภคลำไยสดในจังหวัดเชียงใหม่และผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบ
สอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากเอกสาร ตำราต่างๆ วารสาร และงานวิจัย
รวมทั้งจากเว็บไซต์ต่างๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด นำมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ ไควสแคว์ และ t-test ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 ที่ประกอบด้วยข้อความที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญ ซึ่งเน้นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 4 ระดับ คือ มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย โดยมีหลักเกณฑ์ให้คะแนนในระดับต่างๆ ดังนี้ (ทองใบ สุธาโร , 2537)

ระดับ	คะแนน
มาก	4
ค่อนข้างมาก	3
ค่อนข้างน้อย	2
น้อย	1

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 6 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2546 ถึง เดือน กันยายน 2547

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved