

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้บริโภคที่มาซื้อส้มสายน้ำผึ้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้จำนวน 300 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 150 ตัวอย่างและผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 150 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บตามสถานที่ที่กำหนด ได้แก่ ตลาดวโรรส ตลาดต้นลำไย ตลาดชานินทร์ ตลาดต้นพยอม และแหล่งขายทั่วไป

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งที่กำหนดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคส้มสายน้ำผึ้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการสำรวจข้อมูลจากหนังสือ รายงานวิจัย เอกสาร บทความ สิ่งพิมพ์ ตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา(Price) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด นำมาประมวลผลโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยลักษณะของคำถามจะประกอบด้วยรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2530)

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 – 4.49
น้อย	2.50 – 3.49
น้อยที่สุด	1.50 – 2.49
ไม่มีผล	1.00 – 1.49

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคมพบจากการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ระดับปัญหา	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีปัญหา	1

ระดับปัญหา	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 – 4.49
น้อย	2.50 – 3.49
น้อยที่สุด	1.50 – 2.49
ไม่มีปัญหา	1.00 – 1.49

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม – กันยายน 2548

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ 15- 31 สิงหาคม 2548