

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาแบบอิสระเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาไว้ดังนี้

- 3.1 ขอบเขตการศึกษา
- 3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีประชากรทั้งหมดจำนวน 248,340 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่, 2548) และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Selective Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยดูจากตาราง Yamane (อุทุมพร จามรมาน, 2530) ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์

#### 3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

**3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยสอบถามจากผู้บริโภคนม ผลิตภัณฑ์นมและสินค้าทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยการแจกแบบสอบถามได้แจกไปยังสถานที่ที่มีผู้อยู่อาศัยจำนวนมาก เช่น ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา สถานที่ราชการและหน่วยงานเอกชน เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทและห้างร้านทั่วไป

**3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมบทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เอกสารการอบรม เอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และตำราต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข้อมูล และงานวิจัยต่าง ๆ

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดย ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 400 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษาวินิจฉัยนำเสนอในรูปแบบลักษณะของการใช้ตารางประกอบ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	5 คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจมาก	4 คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	3 คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	2 คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	1 คะแนน

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปล ความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 – 5.00	มีความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความคิดเห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความคิดเห็นด้วยในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความคิดเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตาราง ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม โดยลักษณะคำถามเป็น แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อ คำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มาก ที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

พบปัญหามากที่สุด	5 คะแนน
พบปัญหามาก	4 คะแนน
พบปัญหาปานกลาง	3 คะแนน
พบปัญหาน้อย	2 คะแนน
พบปัญหาน้อยที่สุด	1 คะแนน

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปล ความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 – 5.00	มีปัญหาในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีปัญหาในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีปัญหาในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีปัญหาในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีปัญหาในระดับน้อยที่สุด

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)

### 3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2549 ถึงเดือนกันยายน 2549