

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษาซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1.) ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้ จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อข้าวสารของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้ง พฤติกรรมการซื้อข้าวสารที่กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws 1H) ในด้าน ข้อมูลของผู้ซื้อ ชนิด ตรายี่ห้อของข้าวสารที่เลือกซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ โอกาสหรือความถี่ในการซื้อ สถานที่และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อข้าวสาร ปัญหาการซื้อข้าวสารของผู้บริโภค

2.) ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือผู้ซื้อข้าวสาร เพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน จากข้อมูลเทศบาลนครเชียงใหม่ ระบุว่า จำนวนครัวเรือนที่อยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 67,984 ครัวเรือน (เทศบาลนครเชียงใหม่ : ระบบออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Herbert Askin and Raymond R. Colton (นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี, 2542: 103) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 321 ตัวอย่าง โดยจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งสถานที่ที่ใช้ในการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จะเลือกสอบถามจากสถานที่ทำงาน สถานประกอบการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น หน่วยงานราชการ สถานศึกษา สถานพยาบาล บริษัทห้างร้าน ตลาด ศูนย์การค้า ตลอดจนองค์กรรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อข้าวสารของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ดังนี้

- 1.) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตเทศบาล นครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 321 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
- 2.) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อข้าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scales) (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2538 : 96) โดยมีเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญของความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
ไม่สำคัญ	1

ค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาอธิบายผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย

4.50 – 5.00

3.50 – 4.49

2.50 – 3.49

1.50 – 2.49

1.00 – 1.49

แปลความ

ระดับความสำคัญ มากที่สุด

ระดับความสำคัญ มาก

• ระดับความสำคัญ ปานกลาง

ระดับความสำคัญ น้อย

ระดับความสำคัญ ไม่สำคัญ

สถานที่ศึกษา

ร้านค้า สถานศึกษา และหน่วยงานราชการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และคณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ตุลาคม 2548 ถึง กรกฎาคม 2549 และระยะเวลาการเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนเมษายน ถึง
พฤษภาคม 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved