

บทที่ 3

ระเบียบและวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตของการศึกษา ประชากร ขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย และรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค อันประกอบด้วยสื่อที่เลือกเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเคยซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรที่แท้จริง จึงใช้จำนวนประชากรทั้งหมดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นฐานในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 242,974 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2549) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม จึงใช้วิธีเปิดตารางกำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ของยามานะ (Yamane) (อุทุมพร จามรมาน, 2537) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ณ ร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ร้านนิมพานิช ร้านสหพานิช ร้านสยามทีวี ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ห้างบิ๊กซี ห้างคาร์ฟูร์ และห้างเทสโก้โลตัส โดยสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และเคยซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานการวิจัยและบทความของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ และระดับราคาของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ผู้บริโภคเลือกเปิดรับ และความถี่ในการรับสื่อ 16 ชนิด และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นการเล็งเห็นปัญหา (Problem recognition) การแสวงหาข้อมูล (Search for information) การประเมินทางเลือก (Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Decision making) และการประเมินผลหลังการซื้อ (Post purchase assessment) โดยใช้คำถามลักษณะปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค เป็นคำถามที่ใช้วัดผลของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยใช้คำถามแบบมาตราประเมินค่า ที่กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

| | | | |
|-----------------------------|---------|---|-------|
| มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด | เท่ากับ | 5 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจมาก | เท่ากับ | 4 | คะแนน |

| | | | |
|------------------------------|---------|---|-------|
| มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง | เท่ากับ | 3 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจน้อย | เท่ากับ | 2 | คะแนน |
| มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด | เท่ากับ | 1 | คะแนน |

จากการให้คะแนนข้อมูลในแบบสอบถามดังกล่าว เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาหาค่าคะแนนเฉลี่ย พบว่า มีค่าตั้งแต่ 1.00 – 5.00 คะแนน และค่าคะแนนเฉลี่ยดังกล่าวมีความหมายแทนสื่อแต่ละชนิดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยดังกล่าว โดยใช้เกณฑ์การแบ่งอัตรภาคชั้น (Class interval) ออกเป็น 5 ชั้นและให้ทุกอัตรภาคชั้นมีความกว้างเท่า ๆ กัน (ชั้นละ 0.80) ตามหลักวิชาสถิติพื้นฐานเบื้องต้น (อุทัย และคณะ, 2543 : 17)

| คะแนนเฉลี่ย | การแปลความหมาย |
|-------------|------------------------------|
| 4.21 – 5.00 | มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | มีผลต่อการตัดสินใจมาก |
| 2.61 – 3.40 | มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | มีผลต่อการตัดสินใจน้อย |
| 1.00 – 1.80 | มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด |

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้คือค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

ร้านนิตยสารร้าน สหพานิช ร้านสยามทีวี ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ห้างบิ๊กซี ห้างคาร์ฟูร์ ห้างเทสโก้โลตัส และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 17 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนพฤษภาคม 2551 และเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ 2551