บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของผู้บริโภคอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ทำการศึกษาพฤติกรรมปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้ของผู้บริโภค อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เคยซื้อน้ำผลไม้บริโภคซึ่ง ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้บริโภคที่เคยซื้อน้ำผลไม้บริโภค จึงจะทำการเก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน (กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของ Yamane ที่ความเชื่อมั่น 95%) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปมาบริโภคแล้ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ที่เคยบริโภคน้ำผลไม้สำเร็จรูป โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแหล่งต่างๆ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

สถานที่	จำนวน (ชุด)
โรงเรียน วิทยาลัยอาชีวะ มหาวิทยาลัย วิทยาลัย	150
โรงพยาบาล ศูนย์การค้า ร้านค้า บริษัท	150
สถานที่ราชการ ตลาดสด	100

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็ปไซต์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) กุณฑลี เวชสาร(2548) กำหนดเกณฑ์การให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การแปรผลข้อมูลได้เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	**การแปลผล**
4.50 - 5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	สำคัญมาก
2.50 - 3.49	สำคัญปานกลาง
1.50 - 2.49	สำคัญน้อย
1.00 - 1.49	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของ ผู้บริโภคอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้เวลาประมาณ 8 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2550 – กรกฎาคม 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved