

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ว่าใครอยู่ตลาดเป้าหมาย ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหนและซื้ออย่างไร

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่บริโภคผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่บริโภคผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาที่แน่นอนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ทั้งหมด จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Yamane (อุทุมพร จามรمان, 2530) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ± 5 จากข้อมูลการสำรวจจำนวนประชากรอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีจำนวน 242,974 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่, 2550) ต้องใช้ตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) (คุณชาติ เวชสาร, 2546) เฉพาะผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่บริโภคผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟาจำนวน 400 คน โดยการแจกแบบสอบถามเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เฉพาะผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา สถานที่ และวิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษานี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนี้

สถานที่/วิธีการเก็บ	ขนาดตัวอย่างที่เก็บ	ร้อยละ
ส่งทาง E-mail	20	5
ร้านขายยา	40	10
ห้างสรรพสินค้า	40	10
สถาบันการศึกษา	100	25
ที่ทำงานต่างๆ	100	25
บริษัทขายตรง	100	25

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาผู้ที่บริโภคผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 400 ชุด มาจัดหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็น หรือตัวแปรที่ต้องการศึกษามาเป็นเชิงปริมาณ เพื่อทำการคำนวณหาค่าทางสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษาวิจัย นำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มคลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา มาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มคลอโรฟิลล์ โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อน้อยที่สุด
1.50-2.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อน้อย
2.50-3.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อปานกลาง
3.50-4.49	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อมาก
4.50-5.00	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการซื้อมากที่สุด

และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์คลอโรฟิลล์จากอัลฟัลฟา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 4 ระดับ คือ ไม่พบ น้อย ปานกลาง และมาก (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ไม่พบปัญหา	0	คะแนน
พบปัญหาน้อย	1	คะแนน
พบปัญหาปานกลาง	2	คะแนน
พบปัญหามาก	3	คะแนน

สำหรับการแปลผล ได้นำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
0.00-0.49	ระดับความสำคัญของปัญหาที่ไม่พบ
0.50-1.49	ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบน้อย
1.50-2.49	ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบปานกลาง
2.50-3.00	ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบมาก

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ระยะเวลาของการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม 2551 ถึงเดือนมิถุนายน 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved