

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา และขอบเขตประชากร วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อน้ำมันพืช โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภค โดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ ผู้ซื้อเพื่อใช้บริโภคซึ่งมีบทบาทในการเลือกซื้อน้ำมันพืชเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 77,966 คน และมีจำนวนครัวเรือน 39,333 ครัวเรือน (กรมการปกครอง, 2550)

3.1.3 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่เลขบริโภคและชื่อผลิตภัณฑ์น้ำมันพืชในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ที่แน่นอน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บกำหนดเป็นแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรจะใช้วิธีการเปิดตารางของ Yamane (อุทุมพร จามรมาน, 2532) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

-ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของ ผู้ที่เคยบริโภคและซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตามแหล่งต่างๆ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ จำนวน 400 ตัวอย่าง

-ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์การศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

- | | |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน |
| ส่วนที่ 2 | พฤติกรรมการใช้ น้ำมันพืชในการประกอบอาหารภายในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องเรื่องชนิดของน้ำมันพืชที่ใช้ เหตุผลในการเลือก ความเข้าใจในด้านโภชนาการ ขนาด และความถี่ในการซื้อ เป็นต้น |
| ส่วนที่ 3 | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการเลือกซื้อ น้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับเรื่องปัจจัย พฤติกรรม และแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกซื้อ น้ำมันพืช |
| ส่วนที่ 4 | ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ปัจจัยด้านราคา (Price), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) |
| ส่วนที่ 5 | ปัญหาการเลือกซื้อ น้ำมันพืช |

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

คุณทลี เวชสาร (2540) กำหนดเกณฑ์การให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

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

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

3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้เวลาประมาณ 7 เดือน ระหว่างเดือนเมษายน- ตุลาคม