

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไปในแต่ละร้าน โดยมีขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคคือใคร ซื้ออะไรบ้าง ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ ชื่ออย่างไร ชื่อเมื่อไร และชื่อที่ไหน

##### ขอบเขตประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งใช้บริการในร้าน ชื่อกลับบ้าน และตามเทศกาลงานต่าง ๆ

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้บริโภคที่แท้จริง ดังนั้นจึงกำหนดตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 300 ตัวอย่าง (วิรัตน์, 2549) จากการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามตามจุดมุ่งหมาย ( Purposive Sampling) เพื่อคัดเลือกเฉพาะผู้ที่เคยรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยเก็บข้อมูลผู้บริโภคไอศกรีมโฮมเมดตามสถานที่ที่มีการจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ร้านมนต์นมสด, I-berry, I-style, Mrs.Icy, Mont Banc, Amante del galato, Sasto's, Gusto, Witty, The Jalato, Red Mango, Ice Monster, ถนนนิมมานเหมินท์, ถนนคนเดินวัวลาย และถนนคนเดินท่าแพ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

**1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ทำการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามจากขนาดตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย

**2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร งานวิจัย เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลการค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ อันได้แก่ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ตอนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรพนักงานบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และข้อมูลในส่วนของปัญหาและข้อเสนอแนะ จะใช้การวิเคราะห์โดยวิธีหาค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรพนักงานบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยแต่ละคำถาม มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ตามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้ดังนี้ (วีรยา , 2539)

ระดับที่มีผล	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่สำคัญ	1

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยแปลผล และแปรความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	ไม่สำคัญ

### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล  
2551-เดือนมีนาคม 2552

5 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน