

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

##### ขอบเขตการศึกษา

###### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก เนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก โดยการใช้คำถาม 6Ws 1H เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

###### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากร ที่เคยซื้อสินค้าภายในระยะเวลา 1 ปี ผ่านแคตตาล็อก ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่

###### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 200 ตัวอย่าง (Sudman, 1976: 87 อ้างถึงใน กุณฑลี รื่นรัมย์, 2549:187) และมีขั้นตอนการเลือกตัวอย่างดังนี้

จำนวนสาขา เซเว่น อีเลฟเว่น ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แยกตามเขตตำบล  
16 ตำบล จำนวนทั้งหมด 72 สาขา

ตำบล	จำนวนสาขา เซเว่นอีเลฟเว่น	ตำบล	จำนวนสาขา เซเว่นอีเลฟเว่น
1. ตำบลศรีภูมิ	14	9. ตำบลแม่เหียะ	2
2. ตำบลพระสิงห์	5	10. ตำบลป่าแดด	2
3. ตำบลหายยา	2	11. ตำบลหนองหอย	1
4. ตำบลช้างม่อย	6	12. ตำบลท่าศาลา	1
5. ตำบลช้างคลาน	5	13. ตำบลหนองป่าครั่ง	2
6. ตำบลวัดเกต	9	14. ตำบลฟ้าฮ่าม	1
7. ตำบลช้างเผือก	12	15. ตำบลป่าตัน	1
8. ตำบลสุเทพ	9	16. ตำบลสันผีเสื้อ	-

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาในครั้งนี้จะเลือกเฉพาะ 5 ตำบล คือ ตำบลศรีภูมิ ตำบลช้างเผือก ตำบลสุเทพ ตำบลวัดเกต ตำบลช้างม่อย เนื่องจากมีจำนวนสาขาของร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น ในพื้นที่มากที่สุด 5 อันดับแรก จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับสลากของสาขาร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น ที่อยู่ใน 5 ตำบลที่ได้เลือก โดยจับสลากเลือกเอาตำบล ละ 1 สาขา ได้ดังต่อไปนี้

ตำบล	กลุ่มตัวอย่างสาขาเซเว่น อีเลฟเว่น
1. ตำบลศรีภูมิ	ตลาดสมเพชร ถนนมูลเมือง ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่
2. ตำบลช้างเผือก	ห้าแยกสันติธรรม ถ.สันติธรรม ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่
3. ตำบลวัดเกต	หน้าโรงพยาบาลแมคคอร์มิค ถ.แก้ววรัฐ ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่
4. ตำบลสุเทพ	หน้าตลาดต้นพยอม ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่
5. ตำบลช้างม่อย	ตลาดต้นลำไย ถ.ช้างม่อย ต.ช้างม่อย อ.เมือง จ.เชียงใหม่

**ขั้นตอนที่ 2** ใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประชากร ที่เคยซื้อสินค้าภายในระยะเวลา 1 ปี ผ่านแคตตาล็อก ณ ร้าน เซเว่น-อีเลฟเว่น ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ ตามสาขาขั้นตอนแรก สาขาละ 40 ตัวอย่าง รวมเป็นทั้งหมด 200 ตัวอย่าง

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามที่ได้สอบถามจาก ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้า ภายในระยะเวลา 1 ปี ผ่านแคตตาล็อก ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 200 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ วารสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิของ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก ได้แก่ ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อ ผู้มีส่วนตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าในแคตตาล็อก ช่วง โอกาสที่สั่งซื้อสินค้าในแคตตาล็อก แหล่งสถานที่สั่งซื้อสินค้าในแคตตาล็อก ปริมาณในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งในแคตตาล็อก สาเหตุที่เลือกซื้อสินค้าในแคตตาล็อก สื่อที่ทำให้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแคตตาล็อก แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าในแคตตาล็อก ถ้าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในแคตตาล็อกแต่ละครั้ง และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับค่าที่ใช้การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale (กฤษสิริ รื่นรัมย์, 2551) ทั้ง 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

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

โดยคะแนนที่ได้ นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนน โดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้ (ประกอบ กรรณสูตร, 2542)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

#### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการตามร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทั้ง 5 แห่ง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เมษายน 2554 ถึงเดือนกันยายน 2554 การเก็บรวบรวมข้อมูลเดือน กรกฎาคม 2554