บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคชายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) ซึ่งหมายถึงกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรชายผู้มีอายุตั้งแต่ 18-50 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 19,875 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ธันวาคม 2551)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ มีประชากร คือ ประชากรชายผู้มีอายุตั้งแต่ 18-50 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 19,875 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ธันวาคม 2551) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม จึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างโดยการใช้สูตรของ Taro Yamane (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถคำนวณ ได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

N = ขนาดประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แทนค่าในสูตร ได้กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

$$n = \frac{19,875}{1 + 19,875\ (0.05)^2}$$

$$n = 392$$

จากการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 392 ราย แต่ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย เพื่อป้องกันความผิดพลาดและสะดวกในการกระจายกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

1. กลุ่มห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว จำนวน 50 ราย และศูนย์การค้าโรบินสัน จำนวน 50 ราย
2. กลุ่มร้านขายยารูปแบบใหม่ ได้แก่ ร้านวัตสัน สาขาสุเทพ จำนวน 50 ราย และร้านบูทส์ สาขาท่าแพ จำนวน 50 ราย
3. กลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง จำนวน 50 ราย และคาร์ฟูเชียงใหม่ จำนวน 50 ราย
4. กลุ่มร้านเครื่องสำอางทั่วไป ได้แก่ ร้านวินคอสเมติกส์ จำนวน 50 ราย และร้านเชียงใหม่ไดเร็ก จำนวน 50 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบแบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามจากผู้ชาย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน งานอดิเรก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงและดูแลผิวหน้าสำหรับผู้ชาย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ประเภทสินค้า ตรายี่ห้อที่เลือกซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ช่วงเวลาที่ซื้อ สถานที่ซื้อ การหาข้อมูลก่อนซื้อ วิธีการเดินทางไปซื้อ ค่าใช้จ่ายและปริมาณโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จะนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย

สำหรับคำถามที่ใช้การวัดความสำคัญของปัจจัยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale (กุลฑลี รื่นรมย์, 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 การแปลความหมายของระดับคะแนนโดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร, 2542)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 - กันยายน 2554 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved