

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาซึ่งประกอบไปด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอายุอยู่ในช่วง 15-60 ปี

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอายุอยู่ในช่วง 15-60 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 114,342 ราย (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2552: ออนไลน์) และจากตารางสำเร็จรูปของ Seymour Sudman เกี่ยวกับการกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนและสถาบัน ด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย (กฤษณี รื่นรัมย์, 2551: 187) โดยทำการเลือกตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจะเก็บแบบสอบถามตามความสะดวกของผู้เก็บ หรือตามความเหมาะสมของสถานการณ์

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ด้วยแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานะภาพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขาย

ข่าวสารอัตโนมัติ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในอำเภอเมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแปลผลการศึกษาทำโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ และแปลความหมาย โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการวิจัย ประกอบไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ค่าลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแสดงระดับความสำคัญ โดยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 153) ซึ่งแบ่งระดับที่มีผลออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ มีดังนี้
ระดับความสำคัญต่อความต้องการซื้อข้าวสาร

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

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ
สถานที่ในการรวบรวมข้อมูล คือ หอพัก ย่านชุมชน โครงการบ้านจัดสรร และห้างสรรพสินค้า
ที่อยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 5 เดือน เริ่มตั้งแต่ เมษายน ถึง สิงหาคม
พ.ศ. 2554 ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลา 1 เดือน คือ กรกฎาคม พ.ศ. 2554