

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตการศึกษา ขนาดตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1. ขอบเขตการศึกษา

3.1.1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภค ตามโมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ขั้นการรับรู้ปัญหาหรือการรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยในขั้นการประเมินผลทางเลือกนั้น จะใช้เนื้อหาเรื่องส่วนประสมการตลาดในการศึกษา อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.1.2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

3.1.3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยอ้างอิงจากตารางขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Yamane ที่ระดับความ

เชื่อมั่นร้อยละ 95 (ประสพชัย พสุนนท์, 2555: 395) และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะเลือกเฉพาะผู้ที่เคยซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

3.2. วิธีการศึกษา

3.2.1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา และแหล่งชุมชนในอำเภอเมือง เชียงใหม่

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการศึกษาจากหนังสือ เอกสารงานวิจัย และการค้นคว้าข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2.2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้รูปแบบให้เลือกตอบ และสำหรับบางส่วนในขั้นการรับรู้ปัญหาหรือการรับรู้ถึงความต้องการ และในขั้นการประเมินผลทางเลือก จะใช้รูปแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ ตามระดับความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม

3.2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

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

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

และนำค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้มาแปลผลดังนี้ (ประสพชัย พสุนนท์, 2555: 214)

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

3.3. ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 9 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 จนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved