

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัย โดยครอบคลุมถึง ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภครู้อะไร) Why (ทำไมผู้บริโภครู้) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภครู้เมื่อใด) Where (ผู้บริโภครู้ที่ไหน) How (ผู้บริโภครู้อย่างไร)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ ผู้บริโภคที่พักอาศัยหรือทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปในการปรุงอาหาร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิงซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กฤษณี รื่นรัมย์, 2540: 169) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามกับผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ บริเวณศูนย์การค้าต่าง ๆ ตลาดสดและร้านสะดวกซื้อทั่วไปในอำเภอเมืองเชียงใหม่

โดยมีการกระจายการเก็บข้อมูลดังนี้

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต	จำนวน 35 ตัวอย่าง
ศูนย์การค้าคาสวนแก้ว	จำนวน 35 ตัวอย่าง
ร้านสะดวกซื้อทั่วไป เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	จำนวน 35 ตัวอย่าง
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น เทส โก โลตัส คาร์ฟูร์ บิ๊กซี	จำนวน 45 ตัวอย่าง
ตลาดสด	จำนวน 150 ตัวอย่าง
	รวม 300 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการออกแบบสอบถาม ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูปจำนวน 300 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลในรูปของแนวคิด วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ได้จากห้องสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ประกอบด้วย หนังสือ เอกสารคู่มือต่างๆ ฐานข้อมูลและ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อให้ทราบพื้นหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป ได้แก่ ใครคือกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคชื่ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคชื่อเมื่อใด ผู้บริโภคชื่อที่ไหน และผู้บริโภคชื่ออย่างไร ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ได้แก่ การนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ F-test คือ One-way Analysis of Variance : One-way ANOVA ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร 2 กลุ่มขึ้นไป

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม

ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ปรุงรสสำเร็จรูป เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้านใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (กุนทลี รื่นรัมย์, 2549: 122) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

เกณฑ์ในการแปลผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

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

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 8 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554