

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวกล้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา วิธีการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวกล้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถามถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้า พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้า และรวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้า เพื่อให้เข้าใจและทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ข้าวกล้า และเพื่อให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ข้าวกล้ารายเดิมและรายใหม่สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน (Yamane, 1973) ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากตัวอย่างประชากรซึ่งในการศึกษานี้ผู้ศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากขนาดประชากร เท่ากับ 240,046 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2551: ออนไลน์) และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มร้อยละ 5 หรือ 0.05 จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณ (เบญญาภา จงเกษม, 2549)

ได้คิดสูตรที่ใช้ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{240,046}{1 + (240,046)(0.05)^2}$$

$$n = 399 \sim 400$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ โควตา (Quota sampling) ตามอายุ การสุ่มเลือกกลุ่มผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ดังนี้

- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| 1. กลุ่มประชากรอายุน้อยกว่า 15 ปี | จำนวน 80 คน |
| 2. กลุ่มประชากรอายุ 15 - 30 ปี | จำนวน 80 คน |
| 3. กลุ่มประชากรอายุ 31 - 45 ปี | จำนวน 80 คน |
| 4. กลุ่มประชากรอายุ 46 - 60 ปี | จำนวน 80 คน |
| 5. กลุ่มประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป | จำนวน 80 คน |

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1. สถาบันการศึกษา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่ , โรงเรียนเทพดินทร์วิทยา
โรงเรียนวชิรวิทย์ , โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย , วิทยาลัยพลศึกษา เชียงใหม่

2. ห้างสรรพสินค้า

บิ๊กซี เอ็กซ์ตร้า , แม็คโคร , เทสโก้ โลตัส (คำเที่ยง)

3. ร้านอาหาร

เดอะสตั๊ดคอนเซ็ปต์ , คุณเชิญ (ร้านอาหารมังสวิรัต)

4. สวนสาธารณะ

สวนสุขภาพ มช. , สนามกีฬาเทศบาลนครเชียงใหม่

5. ตลาด

ตลาดสันป่าข่อย , ตลาดศิริวัฒนา (ภาคชานินทร์)

3.4 วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จะทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวเก่า พฤติกรรมของผู้บริโภคข้าวเก่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวเก่า และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวเก่า
2. **แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร รายงานวารสารวิชาการ บทความวิชาการ หนังสือ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสืบค้นข้อมูลออนไลน์

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวเก่า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคข้าวเก่า เช่น ความถี่ในการซื้อและรับประทาน แหล่งที่ซื้อ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวเก่า โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 7 คะแนน คือ สำคัญน้อยที่สุด 1 คะแนน จนถึง สำคัญมากที่สุด 7 คะแนน

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวเก่า

3.6 ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทดสอบ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Pre – test) เพื่อหาข้อบกพร่อง จำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความยากง่าย และความเข้าใจของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงให้มีความรัดกุมเหมาะสม แล้วจึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. ขั้นตอนการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ดังนี้

2.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม พิจารณาโครงสร้างของแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวที่เรียบร้อยแล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด ทำการทดสอบก่อน โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามทีผู้ศึกษาต้องการ และคำถามมีความยากง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.760

2.3 นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage)

2. ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวเก่า วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage)

3. ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคข้าวเก่า วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage)

4. ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวเก่า และข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคข้าวเก่า จำแนกตาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ วิเคราะห์ด้วยวิธี Chi-Square Test

5. ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม หากค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

6. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวก่ำ ใช้วิธีการจำแนกกลุ่มตัวแปรด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ทำการสกัดปัจจัยโดยวิธี Principal Analysis (PCA) โดยกำหนดค่า Eigenvalues ≥ 1 และหมุนแกนปัจจัย (Factor rotation) ด้วยวิธี Varimax เพื่อหาค่า loading ของตัวแปรที่มีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่เดือน มกราคม 2555 – กันยายน 2555