

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตของการวิจัย วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ รายงานผลการวิจัย และ ระยะเวลาในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตของประชากร

การศึกษานี้จะศึกษาจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านค้าปลีก 5 แห่งคือ แม็คโคร เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ และท็อปส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตของเนื้อหา

ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้ตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีกในด้าน

- 2.1 คุณภาพ และความน่าเชื่อถือ ของสินค้า ความปลอดภัย
- 2.2 ลักษณะหือหือ และบรรจุภัณฑ์
- 2.3 ราคาขาย
- 2.4 การส่งเสริมการตลาด

วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เป็นการเลือกตัวอย่างร้านค้าแบบเจาะจง และสุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และคัดเลือกตัวอย่างโดยสะดวก (Convenience) โดยจะเลือกเก็บจำนวนตัวอย่าง จากสาขาของร้านค้าปลีก 5 ร้าน ร้านละ 4 สาขาโดยเลือกจากพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูง และร้านค้าปลีกที่จะศึกษา ทั้ง 5 ร้าน ตั้งอยู่ห่างกัน ไม่เกิน 10 กิโลเมตร ได้แก่

แม่โคร	เทสโกโลดัส	บิกซี	คาร์ฟูร์	ท็อปส์
สาขาศรีนครินทร์	สาขาศรีนครินทร์	สาขาบางนา	สาขาศรีนครินทร์	สาขาบางนา
สาขาแจ้งวัฒนะ	สาขาแจ้งวัฒนะ	สาขาแจ้งวัฒนะ	สาขาแจ้งวัฒนะ	สาขาแจ้งวัฒนะ
สาขารังสิต	สาขาหลักสี่	สาขารังสิต	สาขารังสิต	สาขารังสิต
สาขาบางบอน	สาขาพระราม 2	สาขาพระราม 2	สาขาบางบอน	สาขาบางแค

รวมทั้งสิ้น 20 ร้านค้า ร้านค้าละ 22 ตัวอย่าง รวมเป็น 440 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 ราย โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในการเลือกใช้บริการร้านค้า และการเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหาร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้าปลีก

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

จากเอกสาร ตำรา สิ่งตีพิมพ์ หนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ โดยข้อมูลทั่วไปใช้สถิติความถี่และอัตราร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ใช้สถิติความถี่ อัตรา ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การประมวลผลข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows

ลักษณะแบบสอบถามในส่วนที่ 3 เป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเกณฑ์ในการให้คะแนนและแปลความหมายของระดับความคิดเห็นและความพอใจเป็นดังนี้¹⁶

1. ระดับความคิดเห็น

1.1. ให้คะแนนดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

1.2. แปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	เฉย ๆ
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ระดับความพอใจ

2.1. ให้คะแนนดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

2.2. แปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	ไม่พอใจอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	ไม่พอใจ
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	เฉย ๆ
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	พอใจ
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	พอใจอย่างยิ่ง

¹⁶ กนกทิพย์ พัฒนาวัวพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยการศึกษา. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539: 58.

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความชอบ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร ภายใต้ตราห้อยเฉพาะของร้านค้าปลีก ตลอดจนแนวโน้มการเกิดพฤติกรรม ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลิตภัณฑ์อาหาร ในที่นี้หมายถึง หมายถึงสินค้าที่ใช้ในการบริโภค แต่ไม่รวมถึง อาหารสด ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น กาแฟผง ครีมเทียม น้ำอัดลม น้ำตาลทราย ปลากระป๋อง เป็นต้น

ตราห้อยเฉพาะของร้านค้า (Private Label หรือ Private Brand) คือ ตราห้อยสินค้าที่ร้านค้าปลีกเป็นเจ้าของ ซึ่งส่วนมากจะวางจำหน่ายแต่เฉพาะในร้านของร้านค้าปลีกนั้น ๆ ตัวอย่าง เช่น ตรา Super Save เป็นของร้าน Tesco Lotus เป็นต้น

รายงานผลการวิจัย

การรายงานผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 บทดังนี้

บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย ขอบเขตการวิจัย วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การรายงานผลการวิจัย

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษานี้ ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2545 ถึงเดือนเมษายน 2545 โดยใช้ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 10-19 เมษายน 2545