

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะคิดต่อการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภค ในจังหวัด เชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาดังนี้ ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความสำคัญ ของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจบริโภคเนื้อจระเข้และพฤติกรรมการบริโภคเนื้อจระเข้ ของผู้บริโภคโดยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาดังนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารที่ บริษัทเวนเจอร์เทคโนโลยีสาขาเชียงใหม่ ส่งเนื้อจระเข้ให้ จำนวน 8 ร้าน ได้แก่ ร้านอาหารเก้าอี้ ร้านอาหารอ้วนเส้าหัวปลาหม้อไฟ ร้านอาหารเรนฟลอเรสต์ ร้านอาหาร สเต็กบ้านไร่ กัดดาการ หูจลามแป๊ะแปดนิ้ว ห้องอาหารนางนวล อิมพีเรียลแม่ปิงบาร์เบียร์ และโรงเบียร์ไทย-เยอรมัน ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 399 ตัวอย่าง

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากสมุดบันทึกจำนวนกลุ่มผู้บริโภคที่มารับประทาน อาหารในแต่ละวันของทุกร้าน และการสัมภาษณ์เจ้าของร้านที่เปิดให้บริการทั้ง 8 ร้าน ได้ข้อมูล จำนวนกลุ่มผู้บริโภคที่มารับประทานอาหารในแต่ละร้าน ในช่วงเดือนตุลาคม 2545 – ธันวาคม 2545 ดังตารางที่ 3.1

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้บริโภคที่เข้ามารับประทานอาหารเช้าในแต่ละร้านในช่วงเดือนตุลาคม 2545 – ธันวาคม 2545²⁴

ชื่อร้านอาหาร	จำนวนผู้บริโภค (คน)
ร้านอาหารเก๋ากี้	16,560
ร้านอาหารฮวันเฮฮาหัวปลาหม้อไฟ	18,400
ร้านอาหารเรนฟลอเรสต์	32,200
ร้านอาหาร สเด็กบ้านไร่	8,280
ภัตตาคารหูลลามแป๊ะแปดนิ้ว	5,520
ห้องอาหารนางนวล	32,200
อิมพีเรียลแม่ปิงบาร์เบียร์	13,800
โรงเบียร์ไทย-เยอรมัน	15,640
รวม	142,600

3.1.3 การกำหนดขนาดตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ก. การกำหนดขนาดตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้สูตรของ Pagoso, Garcia and Leon²⁵ กำหนดยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง 0.05 หรือร้อยละ 5

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

โดยที่ N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิด

²⁴ จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นและการสัมภาษณ์เจ้าของร้านทั้ง 8 ร้าน ในช่วงเดือนตุลาคม 2545 – ธันวาคม 2545

²⁵ นำชัย ทนผล, *วิธีการเตรียมโครงการวิจัย* (เชียงใหม่ : ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2532), หน้า 134 – 135.

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{142,600}{1 + (142,600)0.05^2} \\ &= \frac{142,600}{357.5} \\ &= 398.88 \end{aligned}$$

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบปรมุณีทั้งหมด 399 ตัวอย่าง

โดยผู้ศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 8 ร้าน ตามรายละเอียดในตาราง โดยแต่ละร้านมีการเก็บข้อมูลในสัดส่วนที่แตกต่างกัน ตามจำนวนที่นั่งของร้านอาหาร ช่วงเวลาในการให้บริการ แตกต่างกัน รวมถึงความหนาแน่นของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลาที่เปิดให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างที่จัดเก็บในแต่ละร้าน

ชื่อร้านอาหาร	จำนวนผู้บริโภค (คน)	จำนวนตัวอย่าง
ร้านอาหารเก้าอี้ก๊ก	16,560	46
ร้านอาหารฮ้วนเฮฮาหัวปลาหม้อไฟ	18,400	52
ร้านอาหารเรนฟลอเรสค์	32,200	90
ร้านอาหาร สเต็กบ้านไร่	8,280	23
ภัตตาคารหูลดามเป๊ะแปดนิ้ว	5,520	15
ห้องอาหารนางนวล	32,200	90
อิมพีเรียลแม่ปิงบาร์เบียร์	13,800	39
โรงเบียร์ไทย-เยอรมัน	15,640	44
รวม	142,600	399

ข. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษากำหนดช่วงเวลาในการสุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บแบบสอบถาม (โดยการสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหาร ทั้ง 8 ร้าน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ร้านอาหารที่เปิด 2 ช่วง คือ 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 23.00 น. และร้านอาหารที่เปิดช่วง 17.00 – 02.00 น. โดยร้านอาหารส่วนใหญ่ระบุว่าช่วงกลางวันผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 12.01 – 13.00 น.

เป็นสัดส่วนมากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงเวลา 11.00 – 12.00 น. และช่วงเวลา 13.01 – 14.00 น. มีผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการเป็นสัดส่วนน้อยที่สุด และช่วงเย็นผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 20.01 – 23.00 น. เป็น สัดส่วนมากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงเวลา 17.00 – 20.00 น. และช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น. มีผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการเป็นสัดส่วนน้อยที่สุด) จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงทำการแบ่งช่วงเวลาการเก็บแบบสอบถามเป็น 3 ช่วงเวลาเพื่อความเหมาะสมตามสัดส่วนที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ช่วงกลางวัน แบ่งออกเป็น ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เวลา 11.00 – 12.00 น. คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 30 ช่วงที่สองตั้งแต่เวลา 12.01 – 13.00 น. คิดสัดส่วนร้อยละ 45 และช่วงที่สามตั้งแต่เวลา 13.01 – 14.00 น. คิดสัดส่วนที่ร้อยละ 25 และช่วงเย็น แบ่งออกเป็น ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เวลา 17.00 – 20.00 น. คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 40 ช่วงที่สองตั้งแต่เวลา 20.01 – 23.00 น. คิดสัดส่วนร้อยละ 50 และช่วงที่สามตั้งแต่เวลา 23.01 – 02.00 น. คิดสัดส่วนที่ร้อยละ 10 โดยทำการแจกแบบสอบถามตามจำนวนสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงเวลา ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงสัดส่วนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากร

ชื่อร้าน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บในช่วงเวลา						รวม
	ช่วงกลางวัน			ช่วงเย็น			
	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	สัดส่วน	
	30	45	25	40	55	5	
	11.00-12.00	12.01-13.00	13.01-14.00	17.00-20.00	20.01-23.00	23.01-02.00	
ร้านอาหารเก้าอี้ก๊ก	-	-	-	18	25	3	46
ร้านอาหารฮวันเฮฮาหัวปลาหม้อไฟ	-	-	-	21	29	2	52
ร้านอาหารเรนฟลอเรสต์	12	17	10	20	28	3	90
ร้านอาหาร สเด็กบ้านไร่	3	5	2	5	7	1	23
ภัตตาคารหูลดามแป๊ะแปดนิ้ว	2	3	2	3	4	1	15
ห้องอาหารนางนวล	12	18	10	20	28	2	90
อิมพีเรียลแม่โป่งบาร์เบียร์	-	-	-	16	21	2	39
โรงเบียร์ไทย-เยอรมัน	-	-	-	18	24	2	44
รวม	29	43	24	121	166	16	399

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวารสารสิ่งพิมพ์ การค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และการสัมภาษณ์ กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการสาขาเชียงใหม่ บริษัท เวนเจอร์เทค มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

3.2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลจากแบบสอบถามผู้บริโภคร้านอาหารที่เข้ามาบริโภคที่ร้านอาหาร ทั้ง 8 ร้าน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) แบ่งออกเป็น ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่อการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่พบสำหรับการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภค

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความสำคัญของการตัดสินใจในการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภคในแต่ละด้าน โดยการให้คะแนน (Rating Scale) โดยลักษณะของคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ประกอบด้วย มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้²⁶

เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนคือ

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

²⁶ บุญชม ศรีสะอาด, การวิจัยเบื้องต้น (กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2543), หน้า 99-100.

การกำหนดคะแนนเพื่อแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ของคะแนนใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นเกณฑ์ ซึ่งแปลความหมายค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ดังนี้²⁷

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

3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาหัวข้อดังกล่าวนี้ ใช้ระยะเวลา 35 เดือน ระหว่างเดือน กรกฎาคม 2545 – พฤษภาคม 2548 โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 3 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม 2546 – มีนาคม 2546

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University -
All rights reserved

²⁷ บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น, 2543), หน้า 99-100.