

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มีวิธีการดำเนินการศึกษาในเรื่อง ขอบเขต การศึกษาข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาเฉพาะเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก โดยเลือกประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่มีจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่สดอยู่เท่านั้นและมีสาขามากที่สุดของ 4 อันดับแรก ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้คือ

อันดับที่ 1 ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต มี 53 แห่ง ([www.tops.co.th](http://www.tops.co.th) : 2549)

อันดับที่ 2 เทสโก้โลตัส มี 24 แห่ง ([www.tescolotus.net/company/location.asp](http://www.tescolotus.net/company/location.asp): 2549)

อันดับที่ 3 บิ๊กซี มี 20 แห่ง ([www.bigc.co.th/th/branch/bangkok.asp](http://www.bigc.co.th/th/branch/bangkok.asp) : 2549)

อันดับที่ 4 คาร์ฟูร์ มี 18 แห่ง ([www.carrefour.co.th/location.php](http://www.carrefour.co.th/location.php) : 2549)

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ใน กรุงเทพมหานคร

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรในกรุงเทพมหานครทั้งหมด มีจำนวนถึง 5,695,956 คน ([www.dopa.go.th/xstat/pop49\\_1.html](http://www.dopa.go.th/xstat/pop49_1.html) :2549) แต่ประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่นั้น ไม่ทราบจำนวนแน่นอน (Infinite Population) และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนจากการนับได้ หรือ ถ้าต้องนับจะใช้เวลานานมาก จึงใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) การเลือกโดยไม่คำนึงถึงโอกาสที่จะถูกเลือก (Low of Change) ของประชากรแต่ละหน่วย จึงไม่สามารถคำนวณได้ว่า แต่ละหน่วยของประชากรจะมีโอกาสถูกเลือกเป็นเท่าใด ในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดย

การเลือกตัวอย่างตามลักษณะที่ผู้ศึกษากำหนดคุณสมบัติไว้ เช่น การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ก็จะเลือกเฉพาะคนที่ซื้อ หรือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ไก่สดที่นำไปปรุงสุกเท่านั้น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรเท่าที่จะสามารถหาได้จนครบตามจำนวนตัวอย่างที่ผู้ศึกษาต้องการ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ แบบทราบจำนวนประชากร (Black, Ken 1994 อ้างถึงใน เอี่ยมพร เขียรหิรัญ, 2546) ดังนี้

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$n$  = จำนวนตัวอย่าง  
 $n_0$  = จำนวนตัวอย่างที่กำหนด คือ 200  
 $N$  = จำนวนประชากรทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานคร  
**การคำนวณ**  $n$  =  $\frac{200}{1 + \frac{200}{5,695,956}}$   
 จำนวนตัวอย่าง = 200 ตัวอย่าง

จากนั้นจึงได้ใช้วิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเก็บจากที่สาขาของแต่ละห้างที่ตั้งอยู่พื้นที่ทั้ง 4 ส่วนพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ส่วนพื้นที่ตอนเหนือ คือ บิ๊กซีสาขาคอนเมือง และท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาเกษตร แห่งละ 25 ตัวอย่างเท่ากัน ส่วนพื้นที่ตอนกลาง คือ คาร์ฟูร์ สาขาพระราม 4 และเทสโก้โลตัส สาขาพระราม 4 แห่งละ 25 ตัวอย่างเท่ากัน ส่วนพื้นที่ตอนตะวันออก คือ คาร์ฟูร์สาขาอ่อนนุช และท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขา ศรีนครินทร์ แห่งละ 25 ตัวอย่างเท่ากัน และส่วนพื้นที่ตอนตะวันตก คือ เทสโก้โลตัส สาขาพระราม 2 และห้างบิ๊กซีสาขาพระราม 2 แห่งละ 25 ตัวอย่างเท่ากัน

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนตัวอย่างเก็บตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่  
ในกรุงเทพมหานคร

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร	จำนวนตัวอย่าง	คิดเป็นร้อยละ
บิ๊กซีสาขาดอนเมือง	25	12.5
ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาเกษตร	25	12.5
คาร์ฟูร์สาขาพระราม 4	25	12.5
เทสโก้โลตัส สาขาพระราม 4	25	12.5
คาร์ฟูร์สาขาอ่อนนุช	25	12.5
ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาศรีนครินทร์	25	12.5
เทสโก้โลตัสสาขาพระราม 2	25	12.5
บิ๊กซีสาขาพระราม 2	25	12.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงถึง จำนวนตัวอย่างที่เก็บตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตามวิธีการเก็บข้อมูลแบบโควต้า ได้แก่ บิ๊กซีสาขาดอนเมือง ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาเกษตร คาร์ฟูร์สาขาพระราม 4 เทสโก้โลตัสสาขาพระราม 4 คาร์ฟูร์สาขาอ่อนนุช ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตสาขาศรีนครินทร์ เทสโก้โลตัสสาขาพระราม 2 บิ๊กซีสาขาพระราม 2 โดยทุกแห่งเท่ากัน คือ 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

### วิธีการศึกษา

#### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ผู้บริโภคเนื้อไก่ของลูกค้าตามห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูล
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และ รายได้

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดใช้หัตถ์นก ในด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึกเชื่อมั่นเชื่อมั่น ในการซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดใช้หัตถ์นกโดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดใช้หัตถ์นก

ส่วนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะผู้ตอบแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ลักษณะของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด จะเป็นการให้ระดับความสำคัญด้วยคะแนน (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

เชื่อมั่นมากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
เชื่อมั่นมาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
เชื่อมั่นปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
เชื่อมั่นน้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
เชื่อมั่นน้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00	หมายถึง	เชื่อมั่นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50	หมายถึง	เชื่อมั่นมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50	หมายถึง	เชื่อมั่นปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50	หมายถึง	เชื่อมั่นน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50	หมายถึง	เชื่อมั่นน้อยที่สุด

#### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม 2550 ถึง เมษายน 2550  
โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved