

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ทฤษฎีทัศนคติทั้ง 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ องค์ประกอบด้านความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษา เรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานี้ คือ ประชากรที่มีอายุ 20 - 60 ปี ที่บริโภคเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม และอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การคำนวณขนาดตัวอย่าง คำนวณจากสูตรที่ใช้ในกรณีที่จำนวนประชากรไม่แน่นอน (นราศรี, 2540) ซึ่งจากการคำนวณพบว่า ต้องใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง ดังแสดงในภาคผนวก ข ในการคัดเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกตามพื้นที่ (Area sampling) และการสุ่มแบบสะดวก (Convenience sampling) ประกอบกันตามพื้นที่ต่าง ๆ ดังนี้

- | | |
|--------------------|-------------|
| 1. ซูเปอร์มาร์เก็ต | จำนวน 50 คน |
| 2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต | จำนวน 50 คน |
| 3. ห้างสรรพสินค้า | จำนวน 50 คน |
| 4. ร้านสะดวกซื้อ | จำนวน 50 คน |
| 5. ร้านอาหาร | จำนวน 50 คน |

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนของข้อมูลทั่วไป ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการหาข้อมูลด้วยการค้นคว้าจากเอกสาร และบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้การศึกษา เรื่อง ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ผู้ศึกษาจึงได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ดังแสดงในภาคผนวก ก โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การคั้มเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม ด้านความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม ด้านความพึงพอใจ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating scale) จำนวน 28 ข้อ โดยมีเกณฑ์การประเมินค่าดังนี้

5	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	พอใจมาก
3	หมายถึง	พอใจปานกลาง
2	หมายถึง	พอใจน้อย
1	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคั้มผสมแอลกอฮอล์พร้อมคั้ม ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 9 ข้อ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) คือ อธิบายลักษณะต่างๆ ไปของข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยข้อมูลด้านระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มใช้เครื่องมือ Likert scale (อาภากร, 2544) จะอาศัยเกณฑ์ระดับความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับความพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับความพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับความพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับความพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ระดับความพอใจน้อยที่สุด