

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตของการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้ เป็นการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาตามแนวคิดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws 1H) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อและความต้องการของผู้บริโภค
2. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
3. แนวคิดการทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product Testing) ศึกษาถึงการยอมรับและความชอบของผู้บริโภคโดยการทดสอบผลิตภัณฑ์แบบ Field Test

3.1.2 ขอบเขตของประชากรที่ศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดประชากรเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไปที่มาเที่ยวงานอุตสาหกรรมแฟร์ 2007 จากยอดการประมาณการของสภาอุตสาหกรรมผู้จัดงาน เฉลี่ยผู้เข้าชมงานวันละ 5,000 คน หรือจำนวนกลุ่มประชากรทั้งหมดประมาณ 50,000 คน สถานที่จัดงานคือ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ถนนทุ่งโฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ งานจัดระหว่างวันที่ 2 – 11 กุมภาพันธ์ 2550 เป็นเวลา 10 วัน (นิภาวดี นิรัตติยวานิช, 2550: สัมภาษณ์)

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปที่มาเที่ยวงานอุตสาหกรรมแฟร์ 2007 จำนวนไม่น้อยกว่า 204 คน โดยการเปิดตารางของ Taro Yamane, 1967 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ในการให้กลุ่มตัวอย่างทดสอบผลิตภัณฑ์ด้วยการชิม (Field Test) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษาเลือกวิธีการทดสอบผลิตภัณฑ์แบบ Field Test เนื่องจากมีความเหมาะสมในการเก็บข้อมูลและทดสอบสินค้า เพราะได้ทำร่วมกับการออกบูธแสดงสินค้าในงานอุตสาหกรรมแฟร์ 2007 อีกทั้งในงานแสดงสินค้ามีกลุ่มคนที่หลากหลายมาร่วมงาน ทำให้ผู้ศึกษาทราบแนวโน้มความต้องการจากกลุ่มเป้าหมายที่กว้างกว่าการทดสอบแบบ Home Use Test

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาโดยการเก็บข้อมูลรวบรวมจากการออกแบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งแยกรายละเอียดออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกบูธในงานอุตสาหกรรมแฟร์ 2007 มีการให้ชิมเพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์ แจกผลิตภัณฑ์ให้ใช้ฟรี และใช้แบบสอบถามถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 204 ราย
- 2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวม ค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ หนังสือที่เกี่ยวข้อง เอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด (Open-ended question) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูป
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลสอบถามความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฟักรวมอบแห้งกึ่งสำเร็จรูป
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 204 ชุด ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ จัดหมวดหมู่ และทำวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพแนวความคิดเห็นหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเพื่อทำการคำนวณหาค่าสถิติ แล้วสรุปผลการศึกษานำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูป วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
3. ข้อมูลความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าแปรปรวนของประชากรโดย t-Test F-test เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ จะมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

3.1) การวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ฝักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

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

แต่ระดับความคิดเห็นสามารถแปลผลเป็นความพอใจหลังจากได้ชิมผลิตภัณฑ์ฝักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป โดยให้คะแนนไว้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 - 5.00	พอใจมาก
3.50 - 4.49	พอใจ
2.50 - 3.49	เฉย ๆ
1.50 - 2.49	พอใจน้อย
1.00 - 1.49	พอใจน้อยที่สุด

3.2) การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ฝักรวมอบแห้งกิ่งสำเร็จรูป กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

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

แต่ละระดับความสำคัญสามารถแปลผลเป็นความมีอิทธิพลต่อความต้องการ
ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมแห่งกิ่งสำเร็จรูป โดยให้คะแนนไว้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	มีอิทธิพลมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีอิทธิพลมาก
2.50 – 3.49	มีอิทธิพลปานกลาง
1.50 – 2.49	มีอิทธิพลน้อย
1.00 – 1.49	มีอิทธิพลน้อยที่สุด

4. ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เดือน พฤษภาคม 2550 โดยเก็บข้อมูลในเดือนเมษายน 2550

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบุคลากรในงานอุตสาหกรรมแฟร์ 2007 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ถนนทุ่งโฮเต็ล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่