บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ระยะเวลาที่ศึกษา และสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความรู้ความเข้าใจเรื่องน้ำมันไบโอดีเซล ความรู้สึก หรือความคิดเห็น ความโน้มเอียงของพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด อันประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่ใช้น้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากข้อมูลของสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จำนวนผู้ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ซึ่งจดทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2550 มีจำนวน 152,197 คัน (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2550)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่างโดยนำจำนวนประชากรเปรียบเทียบกับตารางการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Zikmund, 2003: 429) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 322 คน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 330 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามจากผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในสถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 15 แห่ง แบ่งเป็นสถานีบริการน้ำมันของปตท. จำนวน 9 แห่ง และสถานีบริการน้ำมันของบางจาก จำนวน 6 แห่ง ดังแสดงในตารางที่ 2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงรายชื่อสถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ชื่อสถานีบริการน้ำมัน	สถานีบริการน้ำมัน	บริเวณที่ตั้ง
หจก. สหทวีปิโตรเลียม	ปตท.	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
หจก. นอร์ธเทิร์น เชียงใหม่ ออยล์	ปตท.	ตำบลท่าศาลา
หจก. ปัญญามอเตอร์	ปตท.	ตำบลหนองหอย
หจก. ปัญญามอเตอร์	ปตท.	ตำบลหายยา
หจก.เชียงใหม่ขนส่งน้ำมันบริการ	ปตท.	ตำบลช้างเผือก
สถานีบริการสวัสดิการ กองบิน41	ปตท.	กองบิน 41
บริษัท สมจิตรเชียงใหม่ (1995) จำกัด	ปตท.	ตำบลวัดเกตุ
บริษัท สุขุมเซอร์วิส จำกัด	ปตท.	ตำบลฟ้าฮ่าม
บริษัท เชียงใหม่ลักษณพงษ์ จำกัด	ปตท.	ตำบลสุเทพ (คลองชลประทาน)
บริษัท สุวรรณก้าวหน้า จำกัด	บางจาก	ตำบลช้างเผือก
สถานีบริการน้ำมันบางจาก - คลองชลประทาน	บางจาก	ชลประทาน
สถานีบริการน้ำมันบางจาก - เจริญเมือง	บางจาก	เจริญเมือง
สถานีบริการน้ำมันบางจาก - โชตนา	บางจาก	โชตนา
สถานีบริการน้ำมันบางจาก - มหิดล	บางจาก	มหิดล
สถานีบริการน้ำมันบางจาก - ราชเชียงแสน	บางจาก	ราชเชียงแสน (ตำบลหายยา)

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ (2551, ออนไลน์)

โดยแบ่งจำนวนแบบสอบถามผู้บริโภคน้ำมันไบโอดีเซลในสถานีบริการน้ำมันทั้ง 15 แห่ง แห่งละ 22 ชุด รวมเป็น 330 ชุด

ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่มาเติมน้ำมันไบโอดีเซลที่สถานีบริการน้ำมันเท่านั้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามสอบถามจากผู้ใช้รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่ใช้น้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 330 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร ตำราวิชาการ บทความ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อน้ำมันไบโอดีเซล

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซล ใช้คำถามปลายปิด โดยคำตอบมีตัวเลือก 3 ตัวเลือก ได้แก่ ใช่ ไม่ใช่ ไม่ทราบ

2.2 ด้านความรู้สึก หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซล ใช้คำถามปลายปิด โดยแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.3 ด้านพฤติกรรมในการใช้น้ำมันไบโอดีเซล ใช้คำถามปลายปิดแบบมีตัวเลือก ได้แก่ น้ำมันที่ใช้ ความถี่ในการเติมน้ำมัน ปริมาณน้ำมันที่เติมในแต่ละครั้ง วิธีการชำระค่าน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันที่ใช้มากที่สุด จะใช้รถยนต์เครื่องยนต์ดีเซลหรือไม่

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันไบโอดีเซล โดยแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ คือ มีผลมากที่สุด มีผลมาก มีผลปานกลาง มีผลน้อย มีผลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซล ใช้คำถามปลายปิด โดยแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด และคำถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาต่าง ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) รวมทั้งมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) (กุณฑลี รื่นรมย์, 2549: 122)

คำถามเกี่ยวกับความรู้สึก หรือความคิดเห็น ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนจำนวน 5 ระดับ ดังนี้

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนจำนวน 5 ระดับ ดังนี้

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00	หมายถึง	มีผลมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50	หมายถึง	มีผลมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50	หมายถึง	มีผลปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 4.50	หมายถึง	มีผลน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีผลน้อยที่สุด

คำถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่พบ ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนจำนวน 5 ระดับ ดังนี้

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 4.50	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 7 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved