

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน โดยพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้หญิงที่อาศัยและทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ซึ่งประชากรเพศหญิงอายุ 18 ปีขึ้นไปในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีจำนวน 105,737 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษานี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้ตารางสำเร็จของทาโร ยามานะ (Yamane Taro, 1967: 1088) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และระดับความคลาดเคลื่อน 5% โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ 7 แห่ง ได้แก่ ริมปิง ซูเปอร์มาร์เก็ต, ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต, เทสโก้ โลตัส, คาร์ฟูร์, บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์, ร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น, ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น ซีพี เฟรชมาร์ท ในจำนวนที่เท่า ๆ กัน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่เลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร ตำรา งานวิจัย สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการทำการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งดัดแปลงมาจากแบบสอบถามพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานขององค์กรวิจัย (2551) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไม ผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง จะนำมาวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 และ 2 วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลในส่วนที่ 2 ที่ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวัดระดับความสำคัญแบบมาตราวัดแบบ Rating Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

| ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อ | คะแนน |
|--------------------------------------|-------|
| มากที่สุด | 5 |
| มาก | 4 |
| ปานกลาง | 3 |
| น้อย | 2 |
| น้อยที่สุด | 1 |

โดยการกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงเฉลี่ย

ดังนี้

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

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 7 เดือน ตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved