บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภค ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามหลักการ 6Ws และ1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ? (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร? (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ? (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ? (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด? (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน? (Where) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร? (How) และส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.1.2 ขอบเขตประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง ณ ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 11 เครื่อง (จากการสำรวจ ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2552) ใน 5 เขตการปกครอง

รายการ	ชาย	หญิง	รวม	บ้าน	จำนวนเครื่องที่มี
เทศบาลตำบลต้นเปา	5,683	6,366	12,049	6,541	5
เทศบาลตำบลสันกำแพง	8,344	9,497	17,841	7,466	1
ตำบลสันกลาง	2,948	3,333	6,281	2,932	3
ตำบลบวกค้าง	3,795	4,052	7,847	2,742	1
ตำบลทรายมูล	1,981	2,176	4,157	1,889	1
รวม	**22,751**	**25,424**	**48,175**	**21,570**	**11**

จำนวนประชากรในเขต อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้านรายจังหวัด อำเภอ และตำบล ณ 30 มกราคม พ.ศ.2552 กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการสำรวจดังกล่าว จึงเป็นมูลเหตุให้ผู้ศึกษา เลือกทำการศึกษาเฉพาะตำบลที่มีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ โดยอ้างอิงจากจำนวนประชากรในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ณ 30 มกราคม พ.ศ. 2552 ที่มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 48,175 ราย

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่พักอาศัยในเขต อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่พักอาศัยในเขต อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญได้อย่างแน่นอนว่า ทั้งหมดมีจำนวนเท่าใด ดังนั้นการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้หลักการคำนวณของ Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535: 68 อ้างจาก Yamane, 1973: 125) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% และจากฐานข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย มีจำนวนประชากรใน 5 ตำบลที่มีจำนวนเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญติดตั้ง เขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 48,175 ราย จึงนำมาเข้าสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{48,175}{1+(48,175)(0.05)^2}$$

$$= 396 \text{ ตัวอย่าง}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 396 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นขั้นตอนที่ผู้ศึกษาจะทำการกำหนดจำนวนตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรจากหมู่บ้านในแต่ละตำบลที่มีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ในพื้นที่และมีระยะห่างไม่เกิน 5 กิโลเมตรจากบริเวณที่ตั้งของแต่ละเครื่อง ซึ่งจากการสำรวจในเบื้องต้นพบว่า ในปัจจุบันอำเภอสันกำแพงมีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญจำนวน 11 เครื่อง (จากการสำรวจ ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2552) ใน 5 เขตการปกครอง ได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ลำดับ	ชื่อตำบล	สถานที่ตั้งเครื่อง	จำนวนเครื่องที่มี	ชื่อยี่ห้อ	ราคา /ลิตร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา
1.	เทศบาลตำบลต้นเปา	บ้านต้นเปา	3	1.RO Water 2.Fresh Drink 3.Ozone Drinking Water	1 บาท 50 สต. 50 สต.	108
		บ้านบ่อสร้าง	2	1. Good Life 2.Hydro Fresh	50 สต. 50 สต.	72
2.	เทศบาลตำบลสันกำแพง	บ้านตลาด	1	1. Good Drinks	50 สต.	36
3.	ตำบลสันกลาง	บ้านสันใต้	3	1. Fresh Drink 2.Clean Water 3.Aqua Teak	50 สต. 1 บาท 75 สต.	108
4.	ตำบลบวกค้าง	บ้านบวกค้าง	1	1.Hydro Fresh	50 สต.	36
5.	ตำบลทรายมูล	บ้านสันก้างปลา	1	1.Global Water	1 บาท	36
		รวม	**11**			**396**

ตารางแสดงการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อสัดส่วนจำนวนเครื่องออกเป็น (396 ตัวอย่าง /11 เครื่อง =36 ตัวอย่าง) โดยแบ่งเป็นชายและหญิงเท่าๆกัน

2. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสอบถามเฉพาะคนที่ใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญอยู่เป็นประจำ เป็นขั้นตอนที่ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยจะทำการเก็บข้อมูลแบบเจาะจงตามสถานที่ต่างๆ ที่ติดตั้งเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา(Descriptive Research) โดยใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลเบื้องต้นกับผู้บริโภคที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญโดยทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionaire) จำนวน 396 ตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารต่างๆ บทความ บทวิเคราะห์ ทฤษฎีและงานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง ซึ่งได้จากหนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสารต่างๆ ข้อมูลจากห้องสมุดตามสถาบันการศึกษาและองค์การทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ลักษณะที่พักอาศัย จำนวนผู้พักอาศัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของการเลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มหยอดเหรียญ ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้คำถามที่แสดงถึงลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ทำไมจึงเลือกใช้บริการ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ การเลือกสถานที่ใช้บริการ ขั้นตอนในการตัดสินใจ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ได้แก่ด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง การโฆษณาหรือส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (pre-test) จำนวน 20 ชุด และนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) กำหนดค่าการยอมรับไว้ที่มากกว่า 0.7 (Hair และคณะ, 1998)

เมื่อทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถาม จะได้ค่าสัมประสิทธิแอลฟาของ Cronbach เท่ากับ 0.820 ซึ่งมากกว่าค่าที่ยอมรับ จึงนำแบบสอบถามไปทำการศึกษาต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญ ของผู้บริโภค เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าแบบ โดยแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้ Rating Scale (กุณฑลี รื่นรมย์, 2545) จัดแบ่งระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อย และมีการกำหนดคะแนนดังนี้

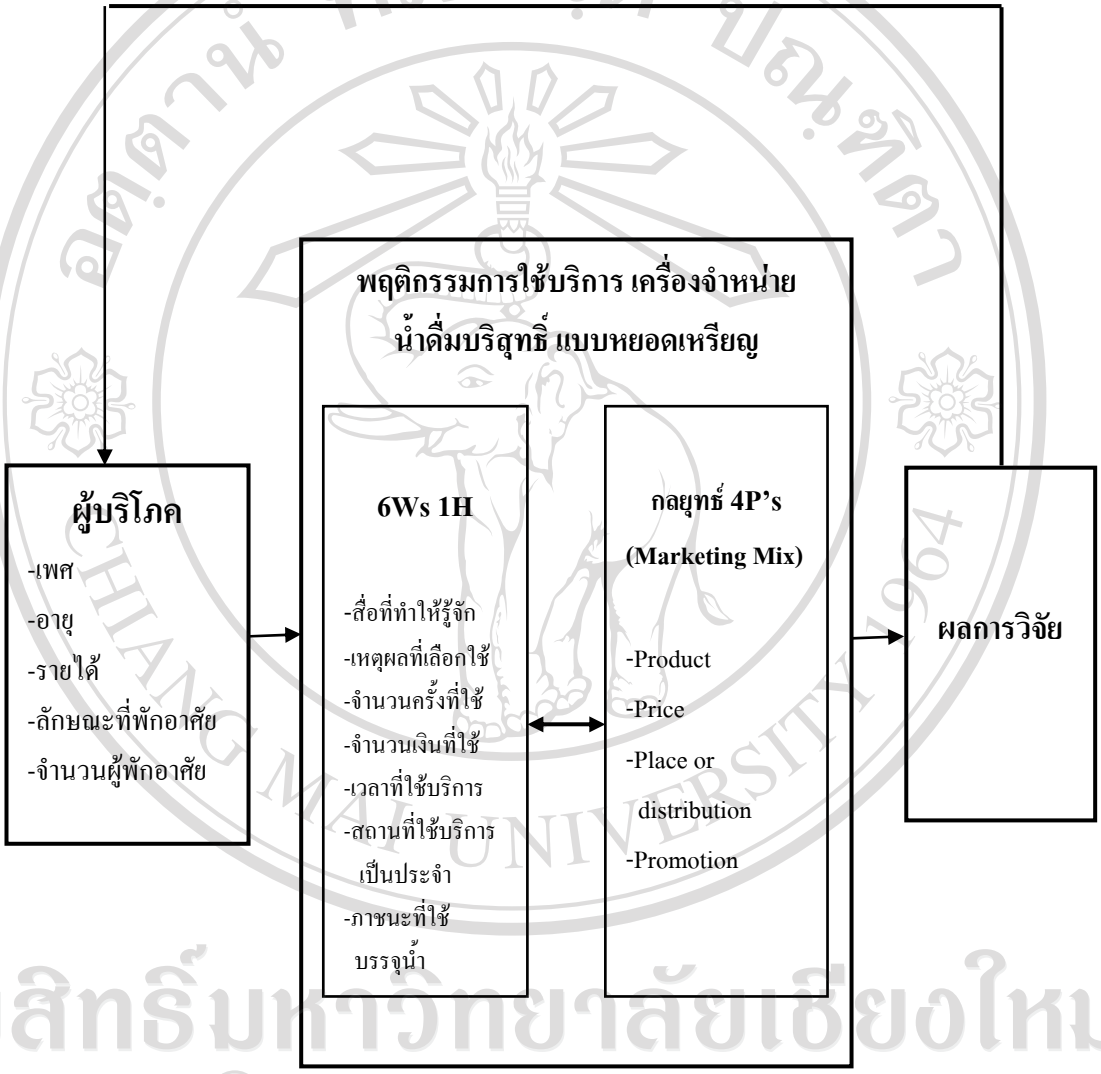
ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง น้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มาก
คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ อำเภอสันกำแพง บริเวณที่มีเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มแบบหยอดเหรียญตั้งอยู่ ใน 5 เขตการปกครอง ได้แก่ เทศบาลตำบลต้นเปา เทศบาลตำบลสันกำแพง ตำบลสันกลาง ตำบลบวกค้าง และตำบลทรายมูล

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2552 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved