

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค อันประกอบด้วย สิ่งกระตุ้น กล้องคำหรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ การตอบสนองของผู้ซื้อ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคกาแฟสำเร็จรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่เคยซื้อและบริโภคกาแฟสำเร็จรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่ทั้งหมด แต่จำนวนประชากรของอำเภอเมืองเชียงใหม่มีจำนวน 241,825 ราย (กรมการปกครอง, 2554: ออนไลน์) เมื่อพิจารณาด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Yamane, Taro. 1967) ในทางสถิติขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 ราย และทำการเก็บข้อมูลโดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling)

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามของผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสำเร็จรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแจกแบบสอบถามบริเวณสถานที่จำหน่ายที่ผู้บริโภคมาทำการซื้อกาแฟสำเร็จรูปในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** คือ ข้อมูลสถิติต่างๆ จากรายงาน บทความ วารสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อกาแฟสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูป เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการจัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญของความคิดเห็น ดังนี้ (นราศรี ไววนิชกุล, 2542)

ระดับความสำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	4	คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	3	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	2	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป เป็นคำถามแบบเลือกตอบ และข้อเสนอแนะ

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ โดยผู้ศึกษานำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 400 ชุด ไปจัดหมวดหมู่ และนำไปวิเคราะห์ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)
2. พฤติกรรมการซื้อกาแฟสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อกาแฟสำเร็จรูปกับปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)
3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูป วิเคราะห์ด้วยการนำคะแนนค่าเฉลี่ยคำตอบของความคิดเห็นมาเทียบกับเกณฑ์ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

และวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean)

4. ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการเลือกซื้อกาแฟสำเร็จรูป วิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

3.3 สถานที่ที่ใช้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถานที่ที่จำหน่ายกาแฟสำเร็จรูปที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยการเลือกสถานที่เก็บข้อมูล เป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคมาทำการซื้อสินค้า ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อทั่วไป และร้านขายของชำ ซึ่งขนาดของตัวอย่างทั้งหมดคือ 400 ตัวอย่าง

3.4 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษา 6 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2554 ถึงเดือนสิงหาคม 2554



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved