

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลในการศึกษาทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามจากประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการบริโภคกาแฟ และคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟและไม่บริโภคกาแฟ และข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อการค้นคว้าแบบอิสระ

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ชายที่มีต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟของผู้บริโภค ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ จะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จากการรวบรวมข้อมูลที่มีผู้ที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้ว จากเอกสารบทความ ข้อมูลทางสถิติ รายงานวิจัย รายงานค้นคว้าแบบอิสระ อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เอกสารเผยแพร่ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 242,974 คน (ที่มา : ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดเชียงใหม่, 2550)

ใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถาม เป็นเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1-31 สิงหาคม 2550 โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ สามารถแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 บริโภคกาแฟที่บ้าน/สถานที่ทำงาน มีจำนวน 141 ราย กลุ่มที่ 2 บริโภคกาแฟที่ร้านกาแฟ/เคาน์เตอร์เครื่องดื่มตามห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 137 ราย สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการรวบรวมข้อมูลของการศึกษารั้งนี้ คือ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน เซ็นทรัล โลตัส คาร์ฟู และถนนคนเดิน

โดยกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเท่ากับ 400 คน กำหนดโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ดังข้างล่าง กำหนดความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05

n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สูตร  $n = N/[1+N(e^2)]$

แทนค่า

$n = 242,974/[1+242,974(0.0025)] = 399.34$

$n \sim 400$  ราย

### 3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ การศึกษา อาชีพ ฯลฯ ในรูปของค่าร้อยละและแจกแจงความถี่

ส่วนที่ 2 ทำการทดสอบสมมุติฐานของความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามโดยใช้แบบจำลองโลจิท เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างต้องเผชิญกับทางเลือกเชิงคุณภาพ 2 ทางเลือกคือการตัดสินใจเลือกบริโภคและไม่เลือกบริโภคกาแฟ ดังนั้นตัวแปรตามมีลักษณะเป็นตัวแปรหุ่นที่มีค่าเป็น 1 หรือ 0 และประมาณค่าพารามิเตอร์โดยใช้วิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation)

### 3.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาจะนำข้อมูลตัวอย่างที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลที่ได้โดยแบ่งแยกผลการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 บริโภคกาแฟที่บ้าน/สถานที่ทำงาน กลุ่มที่ 2 บริโภคกาแฟที่ร้านกาแฟ/เคาน์เตอร์เครื่องดื่มตามห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากคาดว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคกาแฟที่บ้าน/สถานที่ทำงานกับกลุ่มที่บริโภคกาแฟที่ร้านกาแฟ/เคาน์เตอร์เครื่องดื่มตามห้างสรรพสินค้า บางปัจจัยอาจแตกต่างกัน ซึ่งมีแบบจำลองในการศึกษาดังนี้

กลุ่มที่ 1 บริโภคกาแฟที่บ้าน/สถานที่ทำงาน มีจำนวน 141 ราย โดยการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟ นั้นจะขึ้นอยู่กับตัวแปรจำนวน 16 ตัว ดังต่อไปนี้

$$Y_i = f(\text{SEX}_i, \text{AGE}_i, \text{INCOME}_i, X1_i, X2_i, X3_i, \dots, X13_i)$$

จากแบบจำลองเป็นการแสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค และความพึงพอใจ ของผู้บริโภคกาแฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากแบบจำลองนี้สามารถที่จะเขียนให้อยู่ในรูปของความสัมพันธ์เชิงเส้นได้ดังต่อไปนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX}_i + \beta_2 \text{AGE}_i + \beta_3 \text{INCOME}_i + \beta_4 X1_i + \beta_5 X2_i + \beta_6 X3_i + \dots + \beta_{17} X13_i + \varepsilon_i$$

โดยที่

$Y_i = 1$  คือ ประชาชนที่ตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟ

$Y_i = 0$  คือ ประชาชนที่ตัดสินใจไม่เลือกบริโภคกาแฟ

$\beta_0$  คือ ค่าคงที่

$\beta_1 - \beta_{17}$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ

SEX คือ เพศของผู้บริโภค

= 1 เมื่อเป็นเพศชาย

= 0 เมื่อเป็นเพศหญิง

AGE คือ จำนวนอายุของผู้บริโภค (ปี)

INCOME คือ ระดับรายได้ของผู้บริโภค

= 1 เมื่อมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

= 0 เมื่อรายได้มากกว่า 10,000 บาท

หมายเหตุ เนื่องจากค่าเฉลี่ยรายได้ของกลุ่มตัวอย่างคือ 10,906.58 บาท

X1 คือ รสชาติกาแฟ

= 1 เมื่อรสชาติมีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 เมื่อรสชาติไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X2 คือ คุณภาพของกาแฟ

= 1 เมื่อคุณภาพของกาแฟมีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 เมื่อคุณภาพของกาแฟไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X3 คือ ภาวะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม

= 1 เมื่อภาวะบรรจุ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 เมื่อภาวะบรรจุ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X4 คือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก

= 1 กาแฟหลากหลายรสชาติ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 กาแฟหลากหลายรสชาติ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X5 คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ

= 1 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X6 คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

= 1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X7 คือ สินค้าหาซื้อง่าย

= 1 สินค้าหาซื้อง่าย มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 สินค้าหาซื้อง่าย ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X8 คือ การโฆษณา

= 1 การโฆษณา มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การโฆษณา ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X9 คือ มีการลด แลก แจก แถม

= 1 การลด แลก แจก แถม มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การลด แลก แจก แถม ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X10 คือ การประชาสัมพันธ์

= 1 การประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การประชาสัมพันธ์ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X11 คือ การขายโดยใช้พนักงานขาย

= 1 การขายโดยใช้พนักงานขาย มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การขายโดยใช้พนักงานขาย ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X12 คือ การสื่อสาร ณ จุดซื้อ

= 1 การสื่อสาร ณ จุดซื้อ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การสื่อสาร ณ จุดซื้อ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

$X_{13}$  คือ การสนับสนุนทางการตลาด

= 1 การสนับสนุนทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การสนับสนุนทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

$\varepsilon_i$  = เทอมความคลาดเคลื่อน (error terms)

$i$  = ข้อมูลที่  $i$  (observation  $i$ )

กลุ่มที่ 2 บริโภคกาแฟที่ร้านกาแฟ/เคาน์เตอร์เครื่องดื่มตามห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 137 ราย โดยการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟ นั้นจะขึ้นอยู่กับตัวแปรจำนวน 16 ตัว ดังต่อไปนี้ โดยที่

$Y_i = 1$  คือ ประชาชนที่ตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟ

$Y_i = 0$  คือ ประชาชนที่ตัดสินใจไม่เลือกบริโภคกาแฟ

$\beta_0$  คือ ค่าคงที่

$\beta_1 - \beta_{17}$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ

SEX คือ เพศของผู้บริโภค

= 1 เมื่อเป็นเพศชาย

= 0 เมื่อเป็นเพศหญิง

AGE คือ จำนวนอายุของผู้บริโภค (ปี)

INCOME คือ ระดับรายได้

= 1 เมื่อมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท

= 0 เมื่อรายได้มากกว่า 10,000 บาท

หมายเหตุ เนื่องจากค่าเฉลี่ยรายได้ของกลุ่มตัวอย่างคือ 10,906.58 บาท

$X_1$  คือ รสชาติกาแฟ

= 1 เมื่อรสชาติมีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 เมื่อรสชาติไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

$Z_2$  คือ มีกาแฟให้เลือกหลากหลายรสชาติและแปลกใหม่

= 1 มีกาแฟหลากหลายรสชาติและแปลกใหม่ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 มีกาแฟหลากหลายรสชาติและแปลกใหม่ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X3 คือ ภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม

= 1 เมื่อภาชนะบรรจุ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 เมื่อภาชนะบรรจุ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

Z4 คือ ราคาเหมาะสมกับรสชาติ

= 1 ราคาเหมาะสมกับรสชาติ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ราคาเหมาะสมกับรสชาติ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X5 คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ

= 1 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

X6 คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

= 1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

Z7 คือ การจัดแต่งร้านและบรรยากาศในร้าน

= 1 การจัดแต่งร้านและบรรยากาศในร้าน มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การจัดแต่งร้านและบรรยากาศในร้าน ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

Z8 คือ ทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ

= 1 ทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

Z9 คือ การบริการของพนักงาน

= 1 การบริการของพนักงาน มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การบริการของพนักงาน ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

Z10 คือ ชื่อเสียงของร้านกาแฟ

= 1 ชื่อเสียงของร้านกาแฟ มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 ชื่อเสียงของร้านกาแฟ ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

Z11 คือ การโฆษณา

= 1 การโฆษณา มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 การโฆษณา ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ



Z12 คือ நடப்பபะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเจรจาธุรกิจ

= 1 நடப்பபะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเจรจาธุรกิจ มีอิทธิพลต่อการ  
บริโภคกาแฟ

= 0 நடப்பபะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเจรจาธุรกิจ ไม่มีอิทธิพลต่อการ  
บริโภคกาแฟ

Z13 คือ รอทำธุระอื่น

= 1 รอทำธุระอื่น มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

= 0 รอทำธุระอื่น ไม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคกาแฟ

$\varepsilon_i$  = เทอมความคลาดเคลื่อน (error terms)

$i$  = ข้อมูลที่  $i$  (observation  $i$ )

### 3.4 สมมติฐานในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรสำคัญที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และคุณสมบัติของสินค้าที่เลือก ดังนั้นในการศึกษานี้จึงทำการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ต่อการเลือกบริโภคกาแฟ โดยมีสมมติฐานในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. เพศ เพศชายมีแนวโน้มที่จะบริโภคกาแฟมากกว่าเพศหญิงเนื่องจากเพศหญิงมีความใส่ใจในสุขภาพ จึงเลือกบริโภคเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย
2. อายุ ผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มที่จะบริโภคกาแฟมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เนื่องจากมีความรับผิดชอบในหน้าที่การงานมากจึงทำให้มีเวลาพักผ่อนน้อย จึงต้องบริโภคกาแฟเพื่อให้ความสดชื่น ให้พร้อมกับการทำงานในแต่ละวัน
3. รายได้ ผู้ที่มีรายได้มากมีแนวโน้มที่จะบริโภคกาแฟมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย เนื่องจากมีอำนาจซื้อสูงกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย
4. ถิ่นอาศัยของกาแฟดี คุณภาพของกาแฟ มีเลือกหลากหลายรสชาติและแปลกใหม่ ภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม ราคาเหมาะสมกับรสชาติ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สินค้าหาซื้อง่าย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม การขายโดยใช้พนักงานขาย การสื่อสาร ณ จุดซื้อ มีการสนับสนุนทางการตลาด การจัดแต่งร้านและบรรยากาศในร้าน ทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ การบริการของพนักงานที่ดี ร้านกาแฟมีชื่อเสียง และใช้เป็นสถานที่นัดพบปะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเจรจาธุรกิจ หรือรอทำธุระอื่น มีแนวโน้มที่จะทำให้มีผู้บริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น