

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุโยเกิร์ต ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ 2) ด้านความรู้สึก 3) ด้านความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โยเกิร์ต

ขอบเขตประชากร

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนด กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่ซื้อโยเกิร์ตรับประทานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4,200,992 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กรุงเทพมหานคร, 2553 : ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่าง ได้จากการคำนวณตามสูตรทางสถิติในการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ที่ขนาดของจำนวนประชากรจำนวน 100,000 ตัวอย่างขึ้นไป โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5 % ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจะเก็บตัวอย่างจากเขตพื้นที่การปกครอง 6 กลุ่มการปกครองตามระบบการบริหาร และการปกครองของกรุงเทพมหานคร (วรชัย ทองไทย, 2544 : 7) ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ และเขตบางรัก
- 2) กลุ่มนุรพา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
- 3) กลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลอง

สามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว

4) กลุ่มเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา

5) กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม

6) กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค

ในการศึกษาครั้งนี้มีการคัดเลือกตัวอย่างโดยเลือกแบบเจาะจงเฉพาะผู้ที่ดื่ม/สู้อผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริโภคที่บริโภคโยเกิร์ต จำนวน 420 ราย โดยใช้ แบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจและความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความรู้สึก ความชอบ ของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจและความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต ใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับตามลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (คุณทธิ รื่นรัมย์, 2546) ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ค่าเฉลี่ย
ความรู้ความเข้าใจมากที่สุด	4.50 – 5.00
ความรู้ความเข้าใจมาก	3.50 – 4.49
ความรู้ความเข้าใจปานกลาง	2.50 – 3.49
ความรู้ความเข้าใจน้อย	1.50 – 2.49
ความรู้ความเข้าใจน้อยมาก	1.00 – 1.49

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความรู้สึก ความชอบ ของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ตโดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) จำแนกความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผลระดับความรู้สึก
4.50 – 5.00	ชื่นชอบมากที่สุด
3.50 – 4.49	ชื่นชอบมาก
2.50 – 3.49	ชื่นชอบน้อย
1.50 – 2.49	ชื่นชอบน้อยที่สุด
1.00 – 1.49	ไม่ชื่นชอบ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ต ด้าน
แนวโน้มพฤติกรรม

ระดับแนวโน้มพฤติกรรม	ระดับคะแนน
ซื้อแน่นอน	5
ซื้อ	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่ซื้อ	2
ไม่ซื้อแน่นอน	1

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์
ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การผลระดับแนวโน้มพฤติกรรม
4.50 – 5.00	แนวโน้มพฤติกรรมซื้อแน่นอน
3.50 – 4.49	แนวโน้มพฤติกรรมซื้อ
2.50 – 3.49	แนวโน้มพฤติกรรมไม่แน่ใจ
1.50 – 2.49	ให้แนวโน้มพฤติกรรมไม่ซื้อ
1.00 – 1.49	แนวโน้มพฤติกรรมไม่ซื้อแน่นอน

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนที่ 5 และ 6 เป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของ
ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบรรจุภัณฑ์บรรจุโยเกิร์ตในด้านความรู้ความ
เข้าใจ ความรู้สึก ความชอบ และความเชื่อ โดยจำแนกตามเพศ และอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม
เพื่อต้องการทราบถึงระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการ
ทดสอบตัวแปรด้วยวิธีค่าแจกแจงแบบที (Independent Sample T-test) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบ

ความแตกต่างของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Post Hoc Multiple Comparison Test) โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ ร้านสะดวกซื้อ

ซูเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงห้างซื้อปิ้งมอลล์ (โลตัส , บิ๊กซี , คาร์ฟูร์)

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนตุลาคม 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved