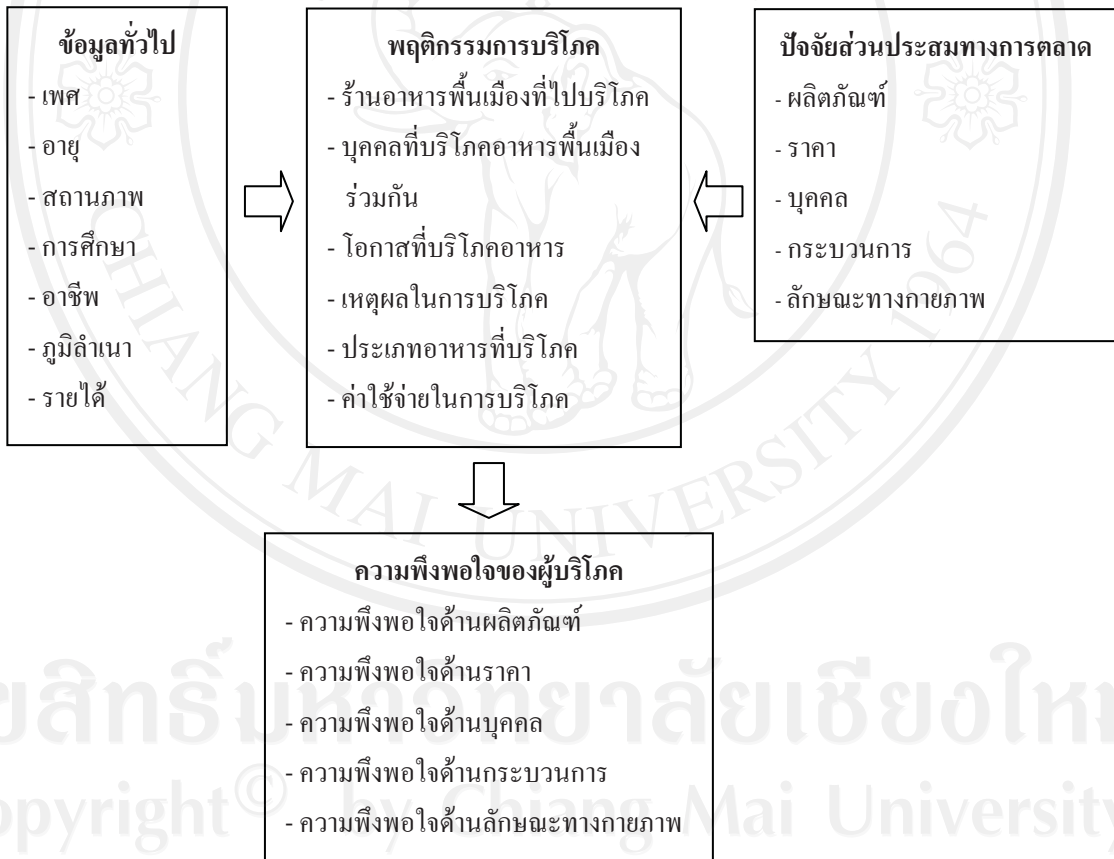


บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเขียนกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ดังนี้



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดของจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกรบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ จำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 1,666,024 คน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยวิธีการคำนวณจากสูตรของทาโรยามาเน่(Tara Yamane) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนด 5%

เมื่อแทนค่าลงในสูตร

$$n = \frac{1,666,024}{1 + 1,666,024(0.05)^2}$$

$$= 399.90 \quad \text{ประมาณ 400 ตัวอย่าง}$$

เก็บตัวอย่างจากประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่บริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือในร้านอาหารพื้นเมืองทั้งสิ้น 9 ร้าน โดยสุ่มตัวอย่างที่ร้านอรุณ(ไร) ร้านเรือนคำอิน ร้านเฮือนข้าเจ้า ร้านเฮือนเพ็ญ ร้านเฮือนสุนทรี เวชานนท์ ร้านแกงร้อนบ้านสวน ร้านทำน้า และร้านบ้านไร่ยามเย็น ร้านละ 45 ตัวอย่าง และร้านต๋องอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่จำนวน 40 ตัวอย่าง ในช่วงเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2554 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการออกแบบสอบถามเพื่อการสำรวจจาก

กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่บริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ จำนวน 400 ชุด โดยศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ รวมถึงการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ซึ่งแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ

- ร้านอาหารพื้นเมืองที่ไปบริโภค
- บุคคลที่มักบริโภคอาหารพื้นเมืองร่วมกัน
- โอกาสที่นิยมบริโภคอาหารพื้นเมือง
- เหตุผลในการบริโภคอาหารพื้นเมือง
- ประเภทอาหารพื้นเมืองที่นิยมบริโภค
- ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารพื้นเมือง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อาหารพื้นเมือง
- ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร
- ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ผู้จำหน่ายให้บริการผู้บริโภคสินค้าด้วยความรวดเร็ว มีความถูกต้องและทันเวลาต่อความต้องการของผู้บริโภค
- ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ ระบบการส่งมอบบริการ การให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การมีป้ายโฆษณาติดอยู่หน้าร้านในตำแหน่งที่โดดเด่น สถานที่ที่ให้บริการมีความสะอาด

ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ

- ความพึงพอใจมากที่สุด
- ความพึงพอใจมาก
- ความพึงพอใจปานกลาง
- ความพึงพอใจน้อย
- ความพึงพอใจน้อยที่สุด

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากบทความและเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้น และเป็นแนวคิดพื้นฐานในการทำวิจัย เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ รายชื่อร้านอาหารพื้นเมืองภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์สนเทศภาคเหนือ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น

3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

โดยจะศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้ ร้านอาหารพื้นเมืองที่ไปบริโภค บุคคลที่มักบริโภคอาหารพื้นเมืองร่วมกัน โอกาสที่นิยมในการบริโภคอาหารพื้นเมือง เหตุผลในการบริโภคอาหารพื้นเมือง ประเภทอาหารพื้นเมืองที่นิยมบริโภค และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารพื้นเมืองต่อครั้ง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และ ร้อยละ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารพื้นเมืองกับพฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภค

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ให้กลุ่มผู้บริโภคให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งในการวัดระดับความสำคัญในด้านต่างๆนี้ ได้แบ่งมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัย โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย ไม่สำคัญ และ นำระดับความสำคัญของปัจจัยที่ได้มาให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	ค่าคะแนน
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
ไม่สำคัญ	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายระดับคะแนน ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัย
3.51-4.00	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	ไม่สำคัญ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

เป็นการสอบถามถึงระดับความพึงพอใจต่อการเลือกบริโภคอาหารพื้นเมืองภาคเหนือในด้านต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

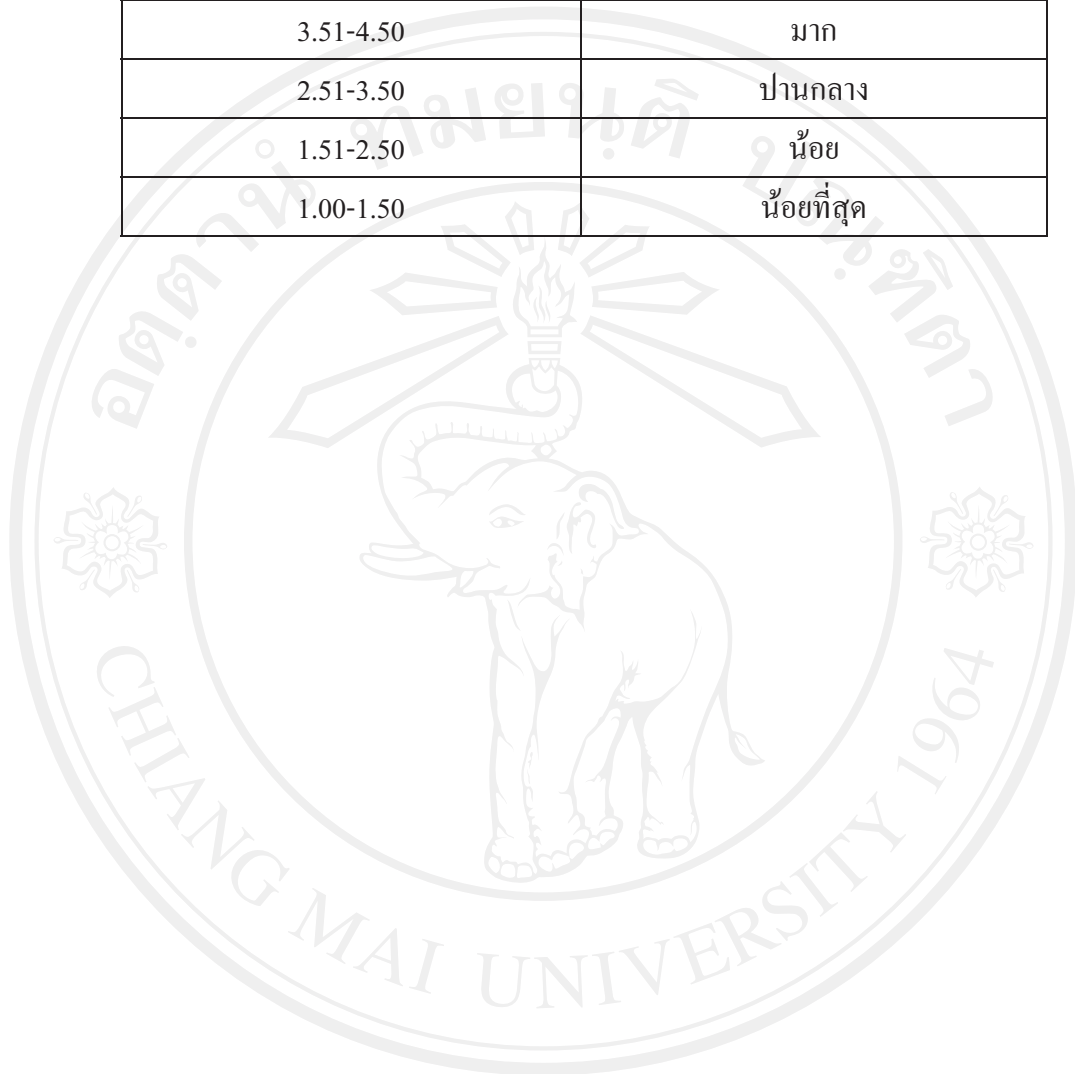
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ให้กลุ่มผู้บริโภคให้คะแนนในแต่ละปัจจัยตามระดับความพึงพอใจ ซึ่งในการวัดระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆนี้ ได้แบ่งมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และนำระดับความพึงพอใจที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ให้ความพึงพอใจมากที่สุด	5
ให้ความพึงพอใจมาก	4
ให้ความพึงพอใจปานกลาง	3
ให้ความพึงพอใจน้อย	2
ให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายระดับคะแนน ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับการให้ความพึงพอใจ	ระดับการให้ความพึงพอใจ
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved