

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อการบริโภคน้ำตาลทรายในกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีศึกษา ประกอบด้วย

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวข้องกับทักษะคิดของผู้บริโภคต่อการบริโภคน้ำตาลทรายในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาใน 3 ส่วน คือ

1. ความเข้าใจ ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย
2. ความชอบ หรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน
3. พฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เลขซื้อและบริโภคน้ำตาลทราย

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงกำหนดตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้เคยชื้อน้ำตาลทรายทั้งสิ้น จำนวน 320 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงสถานที่ (Purposive) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลตามสะดวก (Convenient Sampling) โดยเจาะจงไปที่ผู้ที่เคยชื้อน้ำตาลทรายกระจายไปตามร้านค้า 4 ประเภท ที่จำหน่ายน้ำตาลทราย ประเภทละ 80 ราย ได้แก่

1. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient Store) เช่น 7-eleven แฟมิลีมาร์ท โลตัสเอ็กเพรส
2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เทสโก้โลตัส
3. ร้านสรรพอาหาร หรือซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ในห้างสรรพสินค้า เช่น ท็อปส์ โฮมเฟรชมาร์ท
4. ร้านโชห่วย (ร้านค้าแบบดั้งเดิม)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย

ส่วนที่ 3 ความชอบ หรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ในส่วนของคำถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert (ลูคี่ วงศ์รัตน์, 2544) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ส่วนของระดับความรู้ ความเข้าใจ และระดับความชอบ หรือความพึงพอใจ

มากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
มาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
น้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาที่ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.สมุทรสาคร และรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กระจายไปตามร้านค้า 4 ประเภท ที่จำหน่ายน้ำตาลทราย ประเภทละ 80 ราย โดยดำเนินการที่

1. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient Store) ได้แก่ 7-eleven (สาขาพระราม 6 ประแจจีน) แฟมิลี่มาร์ท (สาขาสุขุมวิท 22) และ โลตัสเอ็กเพรส (สาขาเสนานิคม)
2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) ได้แก่ บิ๊กซี (สาขาราชดำริ สาขาสะพานควาย และสาขาพระราม 2) เทสโก้โลตัส (สาขาพระราม 1 และสาขาวังหิน)
3. ร้านสรรพอาหาร หรือซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ท็อปส์ โฮมเฟรชมาร์ท (สาขาเซ็นทรัลพระราม 2 สาขามานูญครอง และสาขานวมินทร์)
4. ร้านโชห่วย (ร้านค้าแบบดั้งเดิม) บริเวณซอยพระรามที่ 6 ซอยที่ 20 และ 22 ซอยเพชรบุรี 5 และ 7 (ซอยกิ่งเพชร) และบริเวณหมู่บ้านเสนานิเวศน์

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 5 เดือน คือ ตั้งแต่ เดือน มกราคม - เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2550 โดยมีระยะเก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม พ.ศ. 2550