

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภคในจังหวัดน่าน ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตการศึกษา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภค ในจังหวัดน่าน โดยมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ การเลือกตราห้อยสินค้า เหตุผลในการเลือกสินค้า การเลือกร้านค้าปลีก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ความถี่ในการซื้อสินค้า ลักษณะการซื้อ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด อีกทั้งทำการศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการบริโภคและเลือกซื้อเบียร์

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ประชากรที่บริโภคและซื้อเบียร์ ในจังหวัดน่าน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อและบริโภคเบียร์ที่แน่นอน จึงใช้ขนาดการสุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการเลือกสุ่มกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อเบียร์ใน อำเภอปัว อำเภอเมืองและอำเภอเวียงสา อำเภอละ 100 คน เนื่องจากอำเภอดังกล่าวมีส่วนและประชากรมากที่สุดในจังหวัดน่าน คิดเป็นร้อยละ 45 ของประชากรทั้งจังหวัด อีกทั้งเป็นจุดกระจายสินค้าให้กับอำเภอใกล้เคียง

แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ใน 3 อำเภอของ จังหวัดน่าน คือ อำเภอปัว อำเภอเมืองน่าน และอำเภอเวียงสา อำเภอละ 100 ชุด รวม 300 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการค้นคว้าจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ รวมไปถึงเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเบียร์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ ของผู้บริโภคใน จังหวัดน่าน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลาย ตัวเลือก ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้ออย่างไร (How)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมี ลักษณะเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า แบ่งเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มี ผล

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านอื่นๆ ได้แก่ ปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ตอบ แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเบียร์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และเชิงอนุมาน เพื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยใช้ค่า t-test และ F-test

2. สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบการประเมินค่าแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การให้คะแนน		ระดับคะแนน
มากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
มาก	หมายถึง	4 คะแนน
น้อย	หมายถึง	3 คะแนน
น้อยที่สุด	หมายถึง	2 คะแนน
ไม่มีผล	หมายถึง	1 คะแนน

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ย จะได้ค่าตั้งแต่ 1.00 – 5.00 คะแนน ซึ่งมีความหมายแทนระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายระดับความคิดเห็นดังกล่าวไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย การแปลความหมาย

4.50 – 5.00 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ในระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ในระดับมาก

2.50 – 3.49 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ในระดับน้อย

1.50 – 2.49 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์ในระดับน้อยที่สุด

1.00 – 1.49 ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อเบียร์

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ประมาณ 7 เดือนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2550 –

พฤษภาคม 2551