

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดผู้บริโภครุ่นใหม่ไม่ป๊อปในอำเภอเมืองลำปาง ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษา ทักษะคิดผู้บริโภครุ่นใหม่ไม่ป๊อป ในอำเภอเมืองลำปาง โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับทักษะคิด การรับรู้ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่มาประยุกต์ในการศึกษา

2. ขอบเขตประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เคยบริโภคขนมไม่ป๊อปในอำเภอเมืองลำปาง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) จำนวน 250 คน เฉพาะผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เคยบริโภคขนมไม่ป๊อป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจาก การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เคยรับประทานขนมไม่ป๊อป ซึ่งเป็นประชากรในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์ หนังสือ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามในรูปแบบปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านทัศนคติ ในการบริโภคหน่อไม้ปิ้ง

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ (ความเชื่อ)

2.2 ด้านความชอบหรือความพึงพอใจ

2.3 ด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการบริโภคหน่อไม้ปิ้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และ หลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ระดับความรู้ความเข้าใจ (ความเชื่อ)

คะแนน

ทราบ/เชื่อ

2

ไม่แน่ใจ

1

ไม่ทราบ/ไม่เชื่อ

0

วิธีคำนวณระดับค่าคะแนนเฉลี่ย

(จำนวนคนที่ทราบx2) + (จำนวนคนที่ไม่แน่ใจx1)

+ (จำนวนคนที่คนที่ไม่ทราบx0)

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย =

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

การกำหนดคะแนนเพื่อแปลความหมายแบ่งเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.50 – 2.00	ทราบ/เชื่อ
0.50 – 1.49	ไม่แน่ใจ
0.00 – 0.49	ไม่ทราบ/ไม่เชื่อ

ด้านความชอบหรือความพึงพอใจ

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	1

วิธีคำนวณระดับค่าคะแนนเฉลี่ย

(จำนวนคนที่พอใจมากที่สุดx5) + (จำนวนคนที่พอใจ
มากx4) + (จำนวนคนที่พอใจน้อยx3) + (จำนวนคนที่
พอใจน้อยที่สุดx2) + (จำนวนคนที่คนที่ไม่พอใจx1)

$$\text{ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

การกำหนดคะแนนเพื่อแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	พอใจมาก
2.50 – 3.49	พอใจน้อย
1.50 – 2.49	พอใจน้อยที่สุด
1.00 – 1.49	ไม่พอใจ

ด้านปัญหาในการบริโภค

ระดับปัญหา	คะแนน
มาก	2
น้อย	1
ไม่พบปัญหา	0

วิธีคำนวณระดับค่าคะแนนเฉลี่ย

$$\text{ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย} = \frac{(\text{จำนวนคนที่พบมาก} \times 2) + (\text{จำนวนคนพบน้อย} \times 1) + (\text{จำนวนคนที่คนที่ไม่พบปัญหา} \times 0)}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

การกำหนดคะแนนเพื่อแปลความหมายแบ่งเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.50 – 2.00	พบมาก
0.50 – 1.49	พบน้อย
0.00 – 0.49	ไม่พบปัญหา

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลได้แก่ อำเภอเมืองลำปาง คณะบริหารธุรกิจ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2549 – กรกฎาคม 2551 และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลใช้ระยะเวลา 2 เดือน คือเดือน พฤษภาคม 2550 - กรกฎาคม 2550