

บทที่ 3

วิธีการศึกษาและการเก็บข้อมูล

บทนี้เป็นวิธีการศึกษาและการเก็บข้อมูลในการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กล่าวถึง แหล่งข้อมูล, วิธีการเก็บข้อมูล, วิธีการวิเคราะห์ผล และค่าทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

3.1 แหล่งข้อมูล

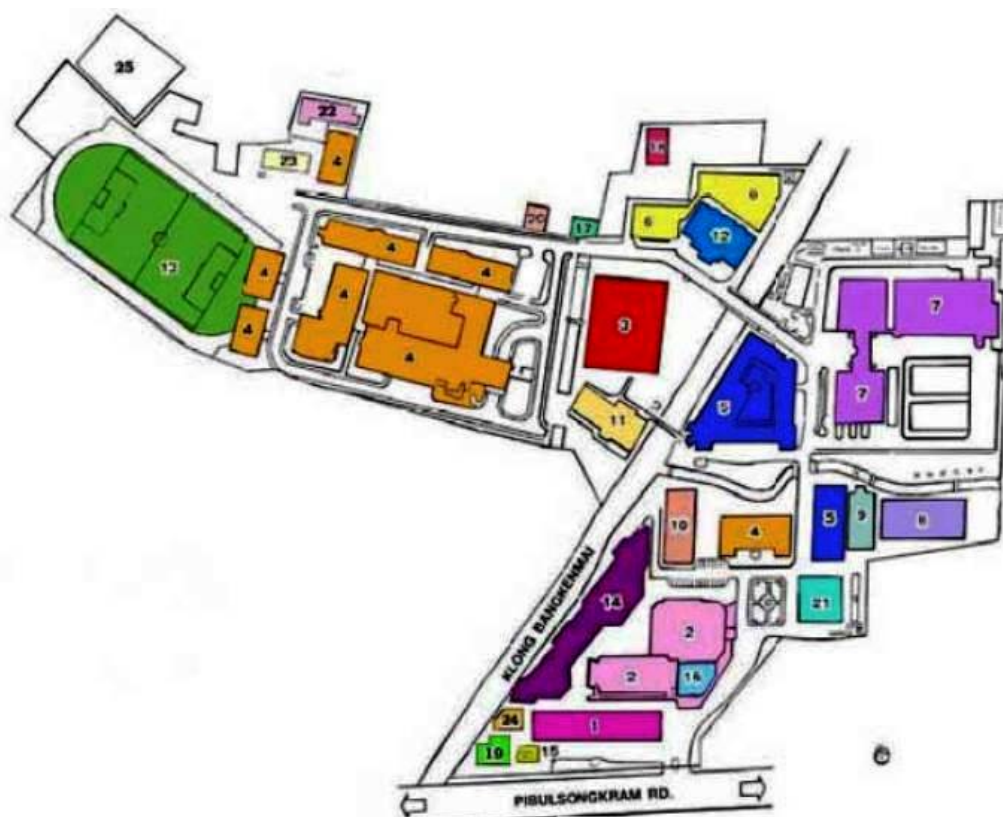
ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านกาแฟคั่วสดในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ตามร้านกาแฟที่กำหนดไว้ จำนวน 250 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น โดยการค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น การศึกษานี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว คือ ช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2551 โดยทำการแจกแบบสอบถามให้ผู้บริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟที่กำหนดไว้ภายในมหาวิทยาลัยฯ การศึกษาวิจัยใช้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 250 ตัวอย่าง โดยกำหนดให้กลุ่มประชากร คือ ผู้ที่บริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟที่กำหนดไว้

ในการเก็บข้อมูลเป็นการแจกแบบสอบถามผู้ที่บริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟที่กำหนดไว้ทั้งหมด 5 ร้าน จำนวนร้านละ 50 ตัวอย่าง ดังนี้ (ภาพที่ 3.1)

ภาพที่ 3.1

แผนที่ตั้งอาคารในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



ที่มา : www.kmutnb.co.th

1. Brownies Coffee บริเวณจุดที่ 1 อาคารบัณฑิตวิทยาลัยวิศวกรรมศาสตร์
นานาชาติสิรินธร ไทย-เยอรมัน (TGGS)
2. Coffee & Milk บริเวณจุดที่ 10 ชั้นล่างอาคารสวนป่าลัม
3. ร้านริมน้ำ บริเวณทางเดินจุดที่ 10 ตัดริมคลอง
4. Ping ka Pong บริเวณจุดที่ 3 ใต้อาคาร 40 ปี
5. ร้านแป้งปูน บริเวณจุดที่ 4 คณะวิศวกรรมศาสตร์

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

รวบรวมจากการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 250 ตัวอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟที่กำหนดไว้ ได้แก่ Brownies Coffee, Coffee & Milk, Ping ka Pong, ร้านริมน้ำ และร้านแบ่งปัน โดยการแจกแบบสอบถาม เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2551

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ (ดูแบบสอบถามได้จากภาคผนวก ก.)

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด ได้แก่

1. ความถี่ ช่วงเวลา ปริมาณ และสถานที่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด
2. ราคากาแฟคั่วสดต่อแก้ว
3. ปริมาณผู้มาใช้บริการ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ
4. ประเภท เมนู และรสชาติกาแฟคั่วสดที่ชอบบริโภค
5. เหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟ
6. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ
7. กรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด ได้แก่ รสชาติ บรรยากาศ มีเมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ และเมนูกาแฟคั่วสดหลากหลายชนิด การบริการ การโฆษณา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟคั่วสด เป็นต้น

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบพรรณนา (Descriptive Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) ทำการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะ พฤติกรรม และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำแบบสอบถามที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะผู้บริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้หรือรายรับต่อเดือน โดยคำนวณเป็นค่าความถี่ และร้อยละ

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยคำนวณเป็นค่าความถี่ และร้อยละ

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด โดยมีการกำหนดคะแนนคำตอบของแบบสอบถามเป็นระดับ ดังนี้

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

ตารางที่ 3.1

แสดงเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลการสำรวจ

คะแนน	เกณฑ์
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อยู่ในระดับสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อยู่ในระดับสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟแก้วสด โดยใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Pearson Chi-Square

ขั้นตอนที่ 6 วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟแก้วสด โดยใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Independent T-Test และ One-Way ANOVA

3.5 ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐาน

3.5.1. ค่าสถิติพื้นฐานในการศึกษา ได้แก่

1) ค่าร้อยละ (Percentage)

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

โดย x_i แทน ค่าของลักษณะที่สนใจศึกษาหน่วยที่ i ; $i = 1, 2, 3, \dots, n$
 n แทน ขนาดตัวอย่าง

3) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยใช้สูตร

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

โดย s แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
 x_i แทน ค่าของลักษณะที่สนใจศึกษาหน่วยที่ i ; $i = 1, 2, 3, \dots, n$
 $\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน ขนาดตัวอย่าง

3.5.2. ค่าสถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา ได้แก่

4) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent T-Test) โดยใช้สูตร

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)}{\sqrt{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}}$$

โดย S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

$\bar{x}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

n_1 แทน ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 1

5) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) โดยใช้สูตร

$$F = \frac{MSR}{MSE}$$

โดย MSR แทน ค่าแปรปรวนที่อธิบายได้เฉลี่ย $[SSR/(k-1)]$

MSE แทน ค่าแปรปรวนที่อธิบายไม่ได้เฉลี่ย $[SSE/(n-k)]$

6) Chi-Square Test โดยใช้สูตร

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

โดย χ^2 แทน ค่าที่ได้จากการคำนวณ

O_i แทน ความถี่ของค่าสังเกตในกลุ่มที่ i

E_i แทน ความถี่ของค่าคาดหวังในกลุ่มที่ i

k แทน จำนวนกลุ่มของข้อมูลทั้งหมด

3.6 สมมติฐานการศึกษา

1. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยวิธี Pearson Chi-Square มีสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานย่อย 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับราคากาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.7 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.8 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.9 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.10 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับรสชาติกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 1.11 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

จากร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.12 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.13 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟคั่วสด

เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

2. การทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด โดยวิธี Independent T-Test และ One-Way ANOVA มีสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานย่อย 2.1 เพศแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 2.2 อายุแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 2.3 อาชีพแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 2.4 ระดับการศึกษาแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

สมมติฐานย่อย 2.5 รายได้/รายรับต่อเดือนแตกต่างมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด