บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟ ของผู้บริโภคกาแฟในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการวิจัย
2. ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การทดสอบแบบสอบถาม
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกาแฟที่อาศัยอยู่ในเฉพาะพื้นที่ 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสันทรายหลวง ตำบลสันทรายน้อย ตำบลป่าไผ่ ตำบลหนองจ๊อมและตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากตำบลที่เลือกทำการศึกษานี้ เป็นตำบลที่มีพื้นที่ติดต่อกันและใกล้เคียงกัน จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่มากกว่าในตำบลอื่นๆ เพราะเป็นเขตพื้นที่ที่มีสถานศึกษาตั้งอยู่ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านการศึกษาหลายแห่ง มีความสะดวกในการเก็บกลุ่มตัวอย่าง จึงเลือกทำการศึกษาตำบลดังกล่าว

ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกาแฟที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 59,927 คน (รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน รายจังหวัด รายอำเภอ เดือนธันวาคม, 2550: 18 - 19) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างจากตารางแสดงขนาดกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm$ 5% (ตารางภาคผนวก 1) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย จากนั้นจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนผู้บริโภคในแต่ละตำบล ตามตาราง 1

ตาราง 2 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำแนกตามตำบล

ตำบล	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
ตำบลสันทรายหลวง	9,195	60
ตำบลสันทรายน้อย	11,652	75
ตำบลหนองจ๊อม	11,156	70
ตำบลหนองหาร	15,033	105
ตำบลป่าไผ่	12,891	90
รวม	59,927	400

ที่มา : รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน รายจังหวัด รายอำเภอ (ธันวาคม 2550)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จะใช้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1.ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร วารสาร งานวิจัย และปัญหาพิเศษเรื่องต่าง ๆ

2.ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามข้อมูลของผู้บริโภคกาแฟในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่าง ๆ โดยผู้วิจัยจะทำการเลือกตัวอย่างเพื่อทำการสำรวจโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) ให้ได้ตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามถามผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟที่ตั้งในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open - Ended Question) และคำถามปลายปิด (Close - Ended Question) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมคำ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟ คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ 5 ระดับ คือ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด มีผลมาก มีผลปานกลาง มีผลน้อย และมีผลน้อยที่สุด ซึ่งเป็นการวัดทัศนคติตามวิธีของ ลิเคอร์ท (likert's scale) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2534: 108) โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟ มีดังนี้

มีผลมากที่สุด	มีค่า	5	คะแนน
มีผลมาก	มีค่า	4	คะแนน
มีผลปานกลาง	มีค่า	3	คะแนน
มีผลน้อย	มีค่า	2	คะแนน
มีผลน้อยที่สุด	มีค่า	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟคือ การเลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ขายสินค้า และเวลาในการซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

การทดสอบแบบสอบถาม

ก่อนนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้จะได้นำแบบสอบถามเสนอต่อประธานกรรมการปัญหาพิเศษเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องในด้านความตรงของเนื้อหาไปทดสอบ (Content Validity) และทดสอบในด้านความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้บริโภคกาแฟในเขตพื้นที่อื่นที่ไม่ได้ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 20 ราย โดยใช้วิธีคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของ Crobach ซึ่งเรียกว่า " สัมประสิทธิ์แอลฟ่า " (α - Coefficient) (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ์, 2543: 137-138) ซึ่งมีสูตรคำนวณดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1}\left[\frac{1-\sum S_I^2}{S_t^2}\right]$$

โดยที่ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

K แทน จำนวนข้อเครื่องมือวัด

$\sum S_I^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนแต่ละข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณา (descriptive Statistics) เพื่อทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 3 คือ ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ขายสินค้า และเวลาในการซื้อกาแฟของผู้บริโภค ใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) ค่าสูงสุด (maximum) ค่าต่ำสุด (minimum)

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟ โดยการนำคะแนนของปัจจัยเดียวกันของผู้บริโภคแต่ละคนมารวมกัน แล้วคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (weight mean score: WMS) และใช้เกณฑ์การเปรียบเทียบคะแนนดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2542: 51)

$$WMS = \frac{5f1 + 4f2 + 3f3 + 2f4 + 1f5}{TNR}$$

เมื่อ

WMS = ค่าน้ำหนักเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

f1 = จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบว่า “มากที่สุด”

f2 = จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบว่า “มาก”

f3 = จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบว่า “ปานกลาง”

f4 = จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบว่า “น้อย”

f5 = จำนวนผู้บริโภคที่เลือกตอบว่า “น้อยที่สุด”

TNR = จำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

แล้วใช้เกณฑ์การเปรียบเทียบคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟน้อยที่สุด

3. สถิตที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคกาแฟในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ค่าสถิติไคร์แสควร์ (Chi-square) และ T-test , F-test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล