

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยขอบเขตของการศึกษามุ่งศึกษาในเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 15-70 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มกาแฟสดในกรุงเทพมหานคร แต่ทั้งนี้ จากการคาดการณ์โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เมื่อปี 2548 คาดว่ามีคนไทยที่บริโภคกาแฟเพียงร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด และไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้บริการร้านกาแฟสดอย่างชัดเจน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณจาก 30 % ของประชากร ณ 31 ธันวาคม 2549 ของกรุงเทพมหานคร (30 % ของ 5,695,956 คน เท่ากับ 1,708,787 คน) โดยจะใช้หลักการคำนวณของ Yamane's ที่แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับความเชื่อมั่น 95 % ตามสูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (ในการศึกษานี้ = 0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{1,708,787}{1 + 1,708,787 (0.05)^2}$$

$$n = 400$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกจากจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่คาดว่าดื่มกาแฟซึ่งมีจำนวน 1,708,787 คน (30 % ของประชากร) เลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

สามารถแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองตามระบบการบริหาร และการปกครองของกรุงเทพมหานคร (วรชัย ทองไทย 2546 : 7) ประกอบด้วย

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ และเขตบางรัก
2. กลุ่มบูรพา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
3. กลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว
4. กลุ่มเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา
5. กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม
6. กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค

การคัดเลือกตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกสุ่มตัวอย่างเขตแต่ละเขต จาก 6 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น โดยสุ่มกลุ่มละ 1 เขต ได้จำนวน 6 เขต ดังนี้

กลุ่มการปกครอง	เขตที่เลือก
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตพญาไท
กลุ่มบูรพา	เขตหลักสี่
กลุ่มศรีนครินทร์	เขตมีนบุรี
กลุ่มเจ้าพระยา	เขตบางนา
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตภาษีเจริญ
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตบางแค

ขั้นตอนที่ 2

จำนวนตัวอย่าง ในแต่ละเขตพื้นที่ ของเขตที่สุ่มได้ในขั้นตอนที่ 1 จำนวน 6 เขต คำนวณจากประชากรรวมของแต่ละกลุ่ม เปรียบเทียบกับประชากรทั้งหมด เป็นร้อยละแล้วเทียบออกมาเป็นจำนวนตัวอย่างของแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มการปกครอง	ประชากร	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง	เขตที่เลือก
กลุ่มรัตนโกสินทร์	713,995	13	52	เขตพญาไท
กลุ่มบูรพา	1,321,416	23	92	เขตหลักสี่
กลุ่มศรีนครินทร์	969,049	17	68	เขตมีนบุรี
กลุ่มเจ้าพระยา	909,424	16	64	เขตบางนา
กลุ่มกรุงธนเหนือ	762,123	13	52	เขตภาษีเจริญ
กลุ่มกรุงธนใต้	1,019,949	18	72	เขตบางแค
รวม	5,695,956	100	400	

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งครอบคลุมถึงข้อมูลที่ต้องการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานะภาพ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกร้านกาแฟสด ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้วัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบ (Likert Scale) มี 5 ระดับ คือ

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

การแปลความหมายของคะแนน ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ ในการแปลความหมายของคะแนน โดยกำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกร้านกาแฟสด เป็นดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว จึงสามารถแปลความหมายของระดับคะแนน ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจของผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา
2. สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อร้านกาแฟสด และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าร้าน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด
 - ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกเข้าร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และดูความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำเสนอต่อคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของคนกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นดังนี้

3.1 ทำการแจกแบบสอบถาม และให้กรอกแบบสอบถามกับประชาชนทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 15 - 70 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เข้าไปบริโภคกาแฟสด

3.2 รวบรวมแบบสอบถามพร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวกระทำโดยวิธีการแจกแจงนับด้วยมือ และอาศัยคอมพิวเตอร์ในการทำการวิเคราะห์ ซึ่งใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งจะช่วยในการวัดผล เพื่อความถูกต้องและแม่นยำ โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. ใช้อัตราส่วนร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. ใช้ค่าสถิติ f - test
5. ใช้ค่าสถิติ One- Way ANOVA