

### บทที่ 3

## ระเบียบวิธีการศึกษา

– การศึกษาคั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาคั้งนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด โดยใช้กรอบคำถาม 6Ws และ 1H อันได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร และความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาคั้งนี้ คือประชากรที่บริโภคกาแฟสดที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครสวรรค์

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาคั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากตาราง Typical Sample Sizes for Studies of Human and Institutional Populations (Seymour Sudman, 1976) จำนวน 300 ราย เนื่องจากผู้บริโภคกาแฟสดที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครสวรรค์มีจำนวนไม่มาก โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่ อุทยานสวรรค์ ตลาดริมน้ำ โรงพยาบาล ร้านกาแฟสด และร้านก๋วยเตี๋ยวนี้อาจเป็นสถานที่ซึ่งคนในอำเภอเมืองนครสวรรค์นิยมไป ทำให้ได้กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายและครอบคลุม

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่บริโภคกาแฟสด จำนวน 300 คน โดยวิธีการใช้แบบสอบถาม

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษาสูงสุด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษาสูงสุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3. ข้อมูลความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และร้อยละ (Percentage) ของแต่ละปัจจัย โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

(กฤษทลี รื่นรัมย์, 2551: 122-124)

**เกณฑ์การให้คะแนน****คะแนน**

1

2

3

4

5

**ระดับความสำคัญ**

น้อยที่สุด

น้อย

ปานกลาง

มาก

มากที่สุด

**เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย****คะแนนเฉลี่ย**

1.00 – 1.80

1.81 – 2.60

2.61 – 3.40

3.41 – 4.20

4.21 – 5.00

**การแปลความหมาย**

น้อยที่สุด

น้อย

ปานกลาง

มาก

มากที่สุด

4. ข้อมูลด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะนำเสนอความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามและความถี่
5. ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคจำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
6. การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)



### สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้วนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้ อุทยาน  
สวรรค์ ตลาดริมน้ำ โรงพยาบาล ร้านกาเฟสด และร้านก๋วยเตี๋ยว

### ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษารั้วนี้ได้ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.  
2555 โดยทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2554

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ทบวงพลังงานวิจัย
วันที่..... - 7 11 61 2555
เลขทะเบียน..... 250665
เลขเรียกหนังสือ.....