

## บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีลำดับขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นประชาชนในกลุ่มวัยทำงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มกาแฟสด

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะใช้ในการศึกษาวิจัยนั้นเพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติและคุณลักษณะที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ ผู้วิจัยจึงใช้รูปแบบการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักทฤษฎีความน่าจะเป็น (non – probability Sample) ด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (convenience sampling) โดยการแจกแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟสดเป็นประจำ จากร้านจำหน่ายกาแฟสดเช่น ร้านแบล็คแคนยอน คอฟฟี่เวิร์ด สตาร์บัคส์ ในย่านศูนย์การค้า ร้านกาแฟสดในปิ่นน้ามัน ร้านค้าในอาคารชุดพาณิชย์ ในช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลาตั้งแต่ 09.00-17.30 น. ร้านค้าในสถานที่ทำงาน เก็บข้อมูลในวันธรรมดา จันทร์ ถึง สุกร์ เวลาตั้งแต่ 12.00-13.00 น. เพื่อให้ได้ข้อมูลจำนวน 400 ชุดโดยใช้ตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5 %

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อสอบถามประชาชนในกลุ่มวัยทำงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการดื่มกาแฟสด

การสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

### 1. การกำหนดคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก และให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภค เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกตอบและให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกระดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดไว้ โดยให้คะแนนตามลำดับ (rating scale) ตามแบบลิเคิร์ต (likert scale) ซึ่งแต่ละคำตอบมีระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มกาแฟสด เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคตามประเภทของสื่อ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามที่เป็นคำถามเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ

## 2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ (validity) โดยให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้องของแบบสอบถาม ตลอดจนความสอดคล้องตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยครั้งนี้หรือไม่ สำหรับการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือ (reliability) ทดสอบ โดยการนำแบบสอบถามไปทำการ pretest กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ชุด คิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

## 3. การปรับปรุงแบบสอบถาม และจัดทำแบบสอบถาม

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผ่านการ pretest จากกลุ่มตัวอย่างแล้วมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลที่จำแนกตามแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่น ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้าแล้ว รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำราและหนังสือต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูล ที่มา หลักวิชาการ บทความ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การ สัมภาษณ์เป็น เครื่องมือ และใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล ดังนี้

### 1. การตรวจสอบข้อมูล (editing)

ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับกลับคืนมา จากกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

## 2. การลงรหัสข้อมูล (coding)

นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาแปรเป็นสัญลักษณ์ตัวเลขแทนค่าตัวแปรต่างๆ  
ทำการลงรหัสตามที่กำหนดไว้

## 3. การคีย์ข้อมูล (key)

นำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัส บันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วย  
โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (statistical package for the social science) ช่วยคำนวณค่าทาง  
สถิติ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ของแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐานเพื่อแสดงจำนวน  
ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐานเพื่อแสดงจำนวน  
ร้อยละ ของพฤติกรรมในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐาน เพื่อแสดงค่าเฉลี่ย  
ของระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการหาค่าเฉลี่ยของคะแนนใน  
แต่ละด้าน แล้วทำการแบ่งอันตรภาคชั้นของคะแนนตามแบบของ Likert เพื่อให้การแปลความ  
หมายสามารถทำได้อย่างละเอียดขึ้น และสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

1.00 - 1.79	หมายความว่า	ระดับความสำคัญว่ามีผลน้อยที่สุด
1.80 - 2.59	หมายความว่า	ระดับความสำคัญว่ามีผลน้อย
2.60 - 3.39	หมายความว่า	ระดับความสำคัญว่ามีผลปานกลาง
3.40 - 4.19	หมายความว่า	ระดับความสำคัญว่ามีผลมาก
4.20 - 5.00	หมายความว่า	ระดับความสำคัญว่ามีผลมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ของแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐานเพื่อแสดงจำนวน  
ร้อยละ ของการรับรู้ข่าวสารในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic)

เป็นการคำนวณเปรียบเทียบตัวเลขจำนวนหนึ่ง กับตัวเลขอีกจำนวนหนึ่งเป็น  
ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมในการบริโภค  
กาแฟ และค่าร้อยละ ของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัย  
ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มกาแฟสด  
ของผู้บริโภค

#### 4.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing)

เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ที่ศึกษา

- โดยการทดสอบด้วยสถิติไค-สแควร์ (chi-square test) เพื่อทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาเฟสด ทดสอบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาเฟสด และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร กับประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อกาเฟสด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05