

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยพฤติกรรมการณ์การซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี มุ่งที่จะหาคำตอบว่ามีปัจจัยด้านใด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางเอกสาร โดยเริ่มศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นและเป็นแนวทางสำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลในการดำเนินการต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวางโดยวัดครั้งเดียว ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา (Cross Section Study) จึงเสนอวิธีการและการออกแบบวิจัยสำหรับศึกษาเรื่องดังกล่าวมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคทั้งเพศหญิงและชายที่ใช้บริการร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี การเก็บข้อมูลได้จากประชาชนที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

การวิจัยนี้ได้สุ่มตัวแทนประชากร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ ผู้บริโภคกาแฟสดที่ใช้บริการร้านกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 350 ราย

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริโภคที่ซื้อกาแฟสดมารับประทานทั้งที่ร้านและที่บ้าน ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive

Sampling) เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการเลือกตัวอย่าง จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดย ระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อกาแฟสดมารับประทานทั้งที่ร้านและที่บ้าน จำนวน 350 คน และเลือกตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่ที่จำหน่ายกาแฟสดในที่ต่าง ๆ แบบ สะดวก เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน

วิธีการเลือกตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จากผู้บริโภคที่ซื้อ กาแฟสดมารับประทานทั้งที่ร้านและที่บ้าน ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การศึกษานี้ได้ แบ่งกลุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่างที่ศึกษาตามสัดส่วนของประชากรแต่ละพื้นที่และเพื่อให้การ ศึกษาวิจัยมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งมุ่งศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ทฤษฎี ความน่าจะเป็น (Non Probability Sample) คือวิธีการเลือกตัวอย่างความสะดวก ในการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างของผู้บริโภคที่ซื้อกาแฟสดมารับประทานทั้งที่ร้านและที่บ้าน ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัด ชลบุรี การเลือกตัวอย่างกระจายไปตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ห้างโลตัส ร้าน กาแฟสวัสดิ์ และ ดิสน้ำอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ได้ลักษณะของตัวอย่างที่แตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษา ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เพื่อนำมาเป็นแนวทางใน การสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา
2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมความมุ่งหมาย และนิยามศัพท์เฉพาะ แล้วเสนอ คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์เพื่อพิจารณาแก้ไข
3. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่แก้ไขจากคณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์แล้ว เสนอ ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์ แล้ว นำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรตามที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยได้จัดเรียงตามเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ ศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิดแบบให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถาม คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีคำถาม ทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิดแบบให้เลือกตอบประกอบด้วยคำถาม คือ ปริมาณในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ชนิดของกาแฟที่ซื้อ ร้านของกาแฟสดที่ซื้อ สินค้าที่ซื้อ เพิ่มเติม ความภักดีต่อการซื้อกาแฟสด รสชาติของกาแฟที่ซื้อ จุดประสงค์ในการซื้อและช่วงเวลาในการซื้อกาแฟ มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการขอหนังสือแนะนำตัวจากคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อใช้ประกอบการเก็บแบบสอบถาม และดำเนินการแจกแบบสอบถามตัวต่อตัว และรอเก็บแบบสอบถามกลับคืนทันที ดำเนินการแจกแบบสอบถามระหว่างวันที่ 16 - 25 เมษายน 2552 โดยการนำไปสอบถามประชาชนทั่วไปที่ซื้อกาแฟสดมารับประทานทั้งที่ร้านและที่บ้าน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ได้จำนวน 350 ชุด

2. การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานศึกษาค้นคว้าวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดและทฤษฎีโดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ เอกสาร บทความ งานวิจัย เป็นต้น

2.1 ทำการลงทะเบียนตัวเลขตามที่กำหนดไว้

2.2 บันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์

2.3 ประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

1.2. บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัส ลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์

1.3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

1.4. ประมวลผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่บันทึกไว้มาวิเคราะห์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับบรรยายลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ มีการใช้สถิติในการทดสอบ ดังนี้

1.1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) สำหรับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการซื้อกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกี่ยวกับค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้บริโภคกาแฟสด

1.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่ออ้างอิงไปยังประชากรที่ศึกษา โดยการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้น สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ คือ

1.4. ค่าสถิติ t -Test เพื่อใช้ทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 คือ เพศและสถานภาพ

1.5. สถิติ ANOVAs F -Test เพื่อใช้ทดสอบหาความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค