

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้ที่เคยบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างเลือกมาจากประชากรจำนวน 200 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### 3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในหัวข้อต่างๆ เช่น

- วัตถุประสงค์ในการซื้อ
- ความถี่ในการซื้อ
- ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง
- ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง
- บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ประกอบด้วย

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์ ปริมาณ รสชาติ ประโยชน์ทางโภชนาการ และการได้รับเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา
- ปัจจัยทางด้านราคา ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูกกว่า และความหลากหลายของราคา

- ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ซื้อสินค้า สินค้าหาซื้อง่าย และความสะดวกในการเดินทาง

- ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การสื่อสาร ณ จุดซื้อ การสนับสนุนทางการตลาด และกิจกรรมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพะมี่กิ่งสำเร็จรูป ทั้งนี้จะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ทำการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 3.3 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อพะมี่กิ่งสำเร็จรูป

##### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อพะมี่กิ่งสำเร็จรูปวัตถุประสงค์ในการซื้อ ได้แก่ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

##### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อพะมี่กิ่งสำเร็จรูปตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพ ในรูปตาราง Cross tab และอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average) โดยจะแสดงเป็นตารางและอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

## วัตถุประสงค์ที่ 2 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออะไหล่ถึงสำเร็จรูป

### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออะไหล่ถึงสำเร็จรูป ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกให้คะแนนเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละปัจจัย โดยใช้การวัดระดับการให้ความสำคัญแต่ละปัจจัย ดังนี้

ถ้าปัจจัยนั้น มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ มาก ให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปานกลาง ให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้อย ให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัยที่ได้ นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต จากนั้นทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด จากนั้นนำเสนอข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนั้น จะทำการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยวิธีอธิบายเชิงพรรณนา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved