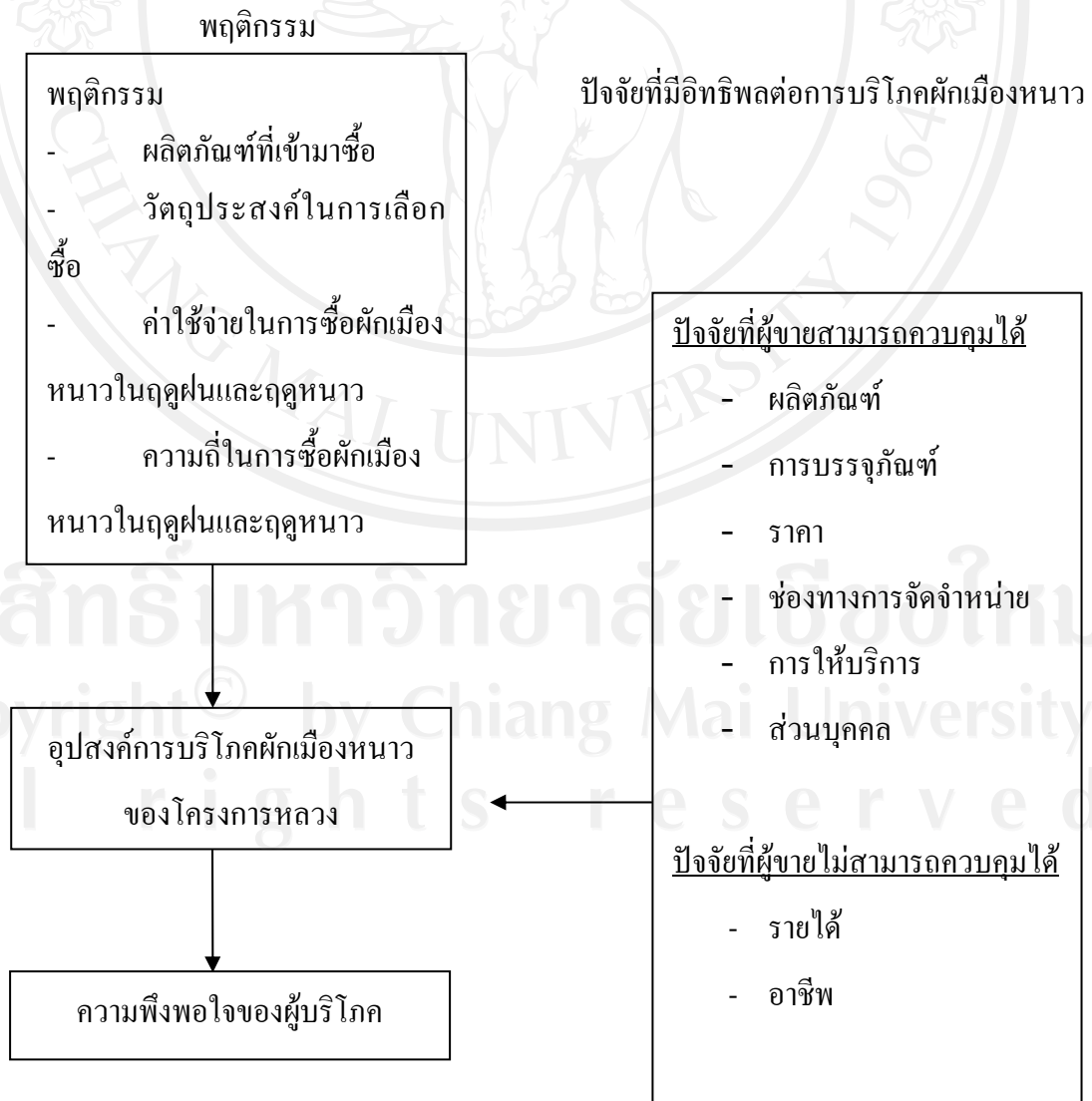


### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวงของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิด



### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้อผักเมืองหนาวในมูลนิธิโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ร้านคอยคำ มูลนิธิโครงการหลวง บริเวณคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากประชากรจำนวน 200 ตัวอย่าง

โดยมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือแบ่งกลุ่มตามอาชีพ และกลุ่มตามรายได้

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามในการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้ามาซื้อผักเมืองหนาวของมูลนิธิโครงการหลวง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะทางจากที่พักถึงร้านค้า เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผักเมืองหนาวของมูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ

- ผลិតภัณฑ์ที่เข้ามาซื้อ
- วัตถุประสงค์ในการซื้อ
- ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งในฤดูฝนและฤดูหนาว
- ความถี่ในการซื้อต่อเดือนในฤดูฝนและฤดูหนาว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักเมืองหนาวของมูลนิธิ

โครงการหลวง ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

ปัจจัยที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้ ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ความทนทานของบรรจุภัณฑ์ ฉลากของผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านระดับราคา ได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์ ป้ายราคา
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้านค้า สถานที่
- ปัจจัยด้านการให้บริการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกในการชำระเงิน
- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ความชอบส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน รสนิยม รูปแบบการใช้ชีวิต อุปนิสัยการบริโภค

ปัจจัยที่ผู้ขายไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ อาชีพ รายได้ของผู้ซื้อผักเมืองหนาว

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผักเมืองหนาวของมูลนิธิ

โครงการหลวง

**ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)** ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจทำวิจัย และเป็นแนวคิดพื้นฐานในการวิจัย

### 3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาว ในจังหวัดเชียงใหม่

#### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลปฐมภูมิ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะทางจากที่พักถึงร้านค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผักเมืองหนาวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ที่เข้ามาซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งในฤดูฝนและฤดูหนาว ความถี่ในการซื้อต่อเดือนในฤดูฝนและฤดูหนาว

#### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ส่วนที่เป็นข้อมูลทั่วไป ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

2. ส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ ตามกลุ่ม และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ

**วัตถุประสงค์ที่ 2** ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่

#### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลปฐมภูมิ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยด้านระดับราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัย

ด้านการให้บริการ และปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลในส่วนปัจจัยที่ผู้ขายไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ อาชีพ และรายได้

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้ จำแนกตามค่าใช้จ่าย ใช้การเรียงอันดับความสำคัญของปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเลือกอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง โดยเรียงอันดับความสำคัญ 3 อันดับ โดยกำหนดคะแนนในแต่ละอันดับที่เลือกดังนี้

อันดับความสำคัญ	ค่าคะแนน
1	3
2	2
3	1

ทำการเก็บรวบรวมคะแนน มาทำการวิเคราะห์คะแนนรวมของแต่ละอันดับ โดยปัจจัยที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผักเมืองหนาวมากที่สุด แล้วเอาคะแนนรวมมาจำแนกตามค่าใช้จ่าย

2. ส่วนปัจจัยที่ผู้ขายไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งได้แก่ อาชีพ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ทำการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลที่ได้อมา ทดสอบหาความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก/ผลไม้ต่อเดือน โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่

### ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลปฐมภูมิ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผักเมืองหนาวของมูลนิธิโครงการหลวง ต่อปัจจัยที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ให้ผู้ซื้อให้เลือกระดับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัย ว่ามีระดับความพึงพอใจในระดับใด ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 4 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย ไม่พึงพอใจ และนำระดับความพึงพอใจที่ได้มาหาคะแนนดังนี้โดยเรียงลำดับของค่าคะแนน โดยเรื่องที่มีค่าคะแนนสูงที่สุดคือ เรื่องที่ทำให้ผู้ซื้อพึงพอใจมากที่สุด ส่วนค่าคะแนนอื่น ๆ ที่ลดหลั่นกันลงมา คือเรื่องที่ทำให้ผู้ซื้อมีความพึงพอใจรองลงมาตามลำดับของค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
ให้ความพึงพอใจมาก	3
ให้ความพึงพอใจปานกลาง	2
ให้ความพึงพอใจน้อย	1
ไม่พึงพอใจ	0

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของปัจจัยที่ได้ และนำค่าที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด แล้วทำการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย โดยยึดถือหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการให้ความพึงพอใจ
2.50 – 3.00	มาก
1.50 – 2.49	ปานกลาง
0.50 – 1.49	น้อย
0.00 – 0.49	ไม่พึงพอใจ

จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของ

ตาราง