

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของผู้บริโภคต่อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากรที่ศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การรายงานผลการศึกษา ตลอดจนระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 3 ตรายี่ห้อ คือ ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มามา ไวไว และยำยำ โดยศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และการให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแต่ละตรายี่ห้อ

ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในที่นี่ ได้แก่ ผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั้ง 3 ตรายี่ห้อ คือ ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มามา ไวไว และยำยำ ซึ่งเป็นผู้นำทางการตลาด 3 อันดับแรก โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีงานวิจัยที่ทำในลักษณะเดียวกันได้กำหนดจำนวนตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในลักษณะแบบเดียวกันนี้

วิธีการศึกษาการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง จำนวน 5 คน โดยมีกรอบคำถามอยู่ในภาคผนวก ก. (บทสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก) เพื่อค้นหาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค และจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาแบบสอบถามที่จะใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคต่อไป

ส่วนที่ 2 ทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยบริโภคขนมปังสำเร็จรูป เพื่อศึกษาการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมปังสำเร็จรูป ตามการรับรู้ของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมปังสำเร็จรูป ทั้ง 3 ตราชื่อ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขนมปังสำเร็จรูป การตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมปังสำเร็จรูปในรูปแบบต่างๆ ตามแนวความคิดของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขนมปังสำเร็จรูป ในแต่ละตราชื่อ ซึ่งได้ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ เอกสาร ตำรา เว็บไซต์ และนิตยสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งมีโครงสร้างมาจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วน 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วน 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการบริโภคขนมปังสำเร็จรูป เช่น ความนิยม ความถี่ในการบริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

ส่วน 3 เป็นการให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ขนมปังสำเร็จรูป ทั้ง 3 ตราชื่อ โดยใช้การวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scales) ที่มีค่าตอบให้เลือก 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

- การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไขว้ (Cross Tabulations)

- การวิเคราะห์ข้อมูลของส่วนที่ 3 ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยเป็นการรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน ซึ่งตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก ความสัมพันธ์อาจเป็นไปในทางเดียวกันหรือในทางตรง กันข้ามกันก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่คนละปัจจัยจะไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 1)

สำหรับการให้คะแนนการวัดระดับความคิดเห็นของคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีลักษณะดังนี้ (นราศรี ไววนิชกุล, 2543 : 18-19)

ระดับความคิดเห็น		คะแนน
มากที่สุด	เท่ากับ	5
มาก	เท่ากับ	4
ปานกลาง	เท่ากับ	3
น้อย	เท่ากับ	2
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1

โดยมีช่วงคะแนนเพื่อวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนของการให้คะแนนคุณสมบัติ จะถูกเปลี่ยนเพื่อให้ได้ตัวแปรหลัก (Factor) และใช้คะแนนองค์ประกอบ (Factor Scores) ที่ได้จากการวิเคราะห์เพื่อแสดงตำแหน่งทางการตลาดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั้ง 3 ตรายี่ห้อ ลงในแผนภาพแสดงการรับรู้ (Perceptual Map)

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

สถานที่ทำการสำรวจเป็นบริเวณใกล้แหล่งชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ สถานการศึกษา และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ใช้เวลา 12 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2548 ถึง เดือนพฤษภาคม 2549 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ใช้เวลา 5 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 ถึงเดือนพฤษภาคม 2549