บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษาซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม ตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Theory) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price)ด้านการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดนครปฐม และเป็นผู้ที่บริโภคเนื้อไก่ โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 807,264 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดนครปฐม, 2547: ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดตัวอย่างจำนวน 400 คน จากกลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคเนื้อไก่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างตามสูตรสุ่มตัวอย่างที่มีความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ 2544 : 31 อ้างจาก Yamane 1973 : 725) และจัดเก็บตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Method) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคเนื้อไก่เท่านั้น โดยใช้วิธีการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามก่อนว่าบริโภคเนื้อไก่หรือไม่

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{807,264}{1+(807,264)(0.05)^2} = 400.00$$

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากร

e = ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนผู้บริโภคเนื้อไก่ในจังหวัดนครปฐม โดยออกแบบสอบถามเพื่อใช้สอบถามผู้บริโภค จำนวน 400 คน และใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงดังนี้ ตลาดสด จำนวน 130 คน ห้าง Lotus สาขานครปฐม จำนวน 135 คน ห้าง Big C สาขานครปฐม จำนวน 135 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือ วารสารสิ่งพิมพ์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ต

การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องคุณภาพของเนื้อไก่ตามมาตรฐานของ Food Safety และความคิดเห็นเกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกที่มีผลต่อ Food Safety

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ทั้งนี้การวัดใช้มาตรวัดตามวิธี Likert's Scales (กุณฑลี เวชสาร, 2543: 123) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และมีเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ของแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

ช่วงคะแนน	ระดับความเข้าใจ
80.00 – 100.00	มีความเข้าใจมากที่สุด
70.00 – 79.99	มีความเข้าใจมาก
60.00 – 69.99	มีความเข้าใจปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

50.00 – 59.99	มีความเข้าใจน้อย
0.00 – 49.99	มีความเข้าใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผล แบ่งออกเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	ไม่มีผล

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการทั้งสิ้นรวม 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม 2548 ถึงเดือน สิงหาคม 2548

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved