

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีจดทะเบียนผู้เลี้ยงสุนัข จึงไม่สามารถทราบจำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปได้อย่างแน่นอน ซึ่งในที่นี้หมายถึงประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป

ส่วนที่ 4 ข้อมูลระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากข้อมูลสถิติต่างๆ จากรายงาน บทความ วารสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.3 กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีการจดทะเบียนผู้เลี้ยงสุนัข จึงไม่สามารถทราบจำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปได้อย่างแน่นอน จากการสำรวจจำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีจำนวน 248,340 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่, 2548) จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (อุทุมพร จามรมาน, 2530) โดยการแจกแบบสอบถามนั้นเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยศึกษาจากผู้เลี้ยงสุนัข ตามสถานที่ที่จำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป โรงพยาบาลสัตว์ เป็นต้น โดย สถานที่ราชการ จำนวน 50 ชุด โรงพยาบาลสัตว์หรือคลินิก จำนวน 100 ชุด สถาบันการศึกษา จำนวน 50 ชุด ศูนย์การค้า จำนวน 50 ชุด ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์ จำนวน 100 ชุด และร้านบริการอาหาร เครื่องดื่ม จำนวน 50 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามขอความร่วมมือผู้ที่อยู่บริเวณดังกล่าวช่วยสละเวลาตอบแบบสอบถาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้มาตรวัด Likert's Scale ทั้งนี้ในแบบสอบถามในส่วนที่ 3 และ 4 จะมีเกณฑ์การประเมินค่าดังนี้

5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระดับความสำคัญ และระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จะอาศัยเกณฑ์ระดับความหมายดังนี้ (รวิวรรณ ชินะตระกูล, 2542)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

3.5 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน 2549 ถึงเดือนกันยายน 2549 โดยรายละเอียดแสดงดังตาราง

ขั้นตอน	เดือน					
	1	2	3	4	5	6
ศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	←→					
สร้างแบบสอบถาม		←→				
เก็บรวบรวมข้อมูล			←→	←→		
วิเคราะห์และประมวลผล				←→	←→	
รายงานผล จัดทำ และนำเสนอรายงานตามรูปแบบของการค้นคว้าแบบอิสระ					←→	←→