

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งได้กำหนดวิธีการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษาภายใต้หัวข้อต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารุ่นนี้ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขของผู้เลี้ยงในกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ ผู้ที่เลี้ยงสุนัขในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 62,418,054 คน(สำนักงานสถิติแห่งชาติ, เมษายน 2548)

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้ ใช้การคำนวณตามสูตรของ Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2535 : 68) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดตัวอย่างสูงสุดคือ 400 จึงกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษารุ่นนี้จำนวน 400 ราย และวิธีการคัดเลือกตัวอย่างมีดังนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับสลากจากเขต 50 เขต ได้ 10 เขต คือ เขตคลองเตย เขตสีลม เขตวัฒนา เขตยานนาวา เขตตลิ่งชัน เขตบางนา เขตบางใหญ่ เขตแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน และ เขตบางพลัด

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการกำหนดโควตา(Quota Sampling) เขตละ 40 ราย

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละเขตตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลที่อาคารสำนักงาน และคลินิกรักษาสัตว์

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

#### ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

#### ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

### การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

## ระดับความสำคัญ

มากที่สุด

มาก

ปานกลาง

น้อย

น้อยที่สุด

## ระดับคะแนน

5

4

3

2

1

สำหรับการแปลผลข้อมูลในภาพรวมและรายชื่อ มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

## ค่าเฉลี่ย

1.00 - 1.49

1.50 - 2.49

2.50 - 3.49

3.50 - 4.49

4.50 - 5.00

## ความหมาย

น้อยที่สุด

น้อย

ปานกลาง

มาก

มากที่สุด

## ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2548 ถึงเดือน พฤษภาคม 2549 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน เมษายน 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved