

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา ขอบเขตเนื้อหา ขนาดตัวอย่างและวิธีเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ ข้อมูล และสถิติที่ใช้ การรายงานผลการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### 1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดและปัญหาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

##### 2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อลูกชิ้นปลาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 4,328,183 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547: ออนไลน์)

##### 3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยการใช้การคำนวณจากสูตรของ Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535 : 68) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5%

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{4,328,183}{1+4,328,183 (0.05)^2} = 400$$

และใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างโดยการแบ่งตามพื้นที่เขตของกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต โดยแบ่งเขตละเท่า ๆ กัน เขตละ 8 ชุด ซึ่งจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริโภค และผู้เอาไปผลิตต่อหรือขายต่อ โดยให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภค 75% หรือ 6 คนต่อเขต และกลุ่มตัวอย่างผู้เอาไปผลิตต่อหรือขายต่อ 25 % หรือ 2 คนต่อเขต และให้วิธีโดยการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการแจกแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่

## วิธีการศึกษา

### 1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

**1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค ลูกชิ้นปลาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

**1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

### 2. การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตาม วัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ซื้อลูกชิ้นปลา

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการเลือกซื้อลูกชิ้นปลา

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

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

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถาม จะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ตามวิธี Rating Scale (คุณชาติ เวชสาร, 2543 : 123)

โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนนตามระดับความสำคัญดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

และค่าเฉลี่ยจะนำมาแปลผลตามระดับความสำคัญดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการแปลผล
4.50 – 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	มีความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	มีความสำคัญน้อยที่สุด

โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนนตามระดับของปัญหาดังนี้

ระดับของปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

และค่าเฉลี่ยจะนำมาแปลผลตามระดับของปัญหาดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการแปลผล
4.50 – 5.00	มีปัญหามากที่สุด
3.50 – 4.49	มีปัญหามาก
2.50 – 3.49	มีปัญหปานกลาง
1.50 – 2.49	มีปัญหาน้อย
1.00 – 1.49	มีปัญหาน้อยที่สุด

#### การรายงานผลการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบของการบรรยายและตารางข้อมูล โดย  
แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท ได้แก่

1. บทนำ
2. ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. ระเบียบวิธีการศึกษา
4. ผลการศึกษา
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ใช้เวลาในการศึกษา 7 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2548 ถึง พฤษภาคม 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved