

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมชุปไก่สกัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ดังรายละเอียดดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมชุปไก่สกัด

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่ซื้ออาหารเสริมชุปไก่สกัด

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้ออาหารเสริมชุปไก่สกัด และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนเขตทั้งสิ้น 50 เขต (กรมการปกครอง, 2551: ออนไลน์) ผู้ศึกษาจึงได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 250 ราย เนื่องจากเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือนในท้องถิ่น (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณฑลี เวชสาร, 2545:192) ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) สรุปได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มเลือกอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดตามพื้นที่ (Area Sampling) กรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวนเขต 50 เขต แล้วเลือกสุ่มออกมา 5 เขต คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนเขตในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการจับสลากเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสถูก

เลือกอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ได้พื้นที่ 5 เขต ในการเก็บกลุ่มตัวอย่างดังนี้ เขตปทุมวัน เขตจตุจักร เขตบางรัก เขตดินแดง และเขตราษฎร์เทพ

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแจกแจงแบ่งสัดส่วนตามจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 5 เขต ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 250 ตัวอย่าง ได้จำนวนตัวอย่างต่อหนึ่งเขตตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เขต	จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร(คน)	สุ่มตัวอย่าง(ตัวอย่าง)
ปทุมวัน	62,102	30
จตุจักร	167,837	80
บางรัก	49,730	24
ดินแดง	144,461	69
ราชเทวี	98,601	47
รวม	522,731	250

ที่มา: กรมการปกครอง, 2551: ออนไลน์

ขั้นที่ 3 โดยทำการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากร้านค้า ร้านขายยา และห้างสรรพสินค้าที่เป็นแหล่งชุมชนใหญ่ที่ตั้งอยู่ใน 5 เขต

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

3.2.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

3.2.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้ออาหารเสริมซูปลไกสกัด ได้แก่ ความถี่ในการซื้อ การเจาะจงยี่ห้ออาหารเสริมซูปลไกสกัด ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และเหตุผลที่ซื้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปลไกสกัด สอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปลไกสกัด ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

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

การวัดระดับความสำคัญโดยใช้มาตราประเมินค่า (Rating Scale) (คุณทธิเวชสาร, 2545) เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนองระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปลไกสกัด มีคะแนนดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

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

สถิติเชิงอนุมานเป็นสถิติที่นำมาใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานการศึกษา โดยสถิติเชิงอนุมานที่นำมาใช้ทดสอบสมมติฐานในการศึกษารุ่นนี้ประกอบด้วย

การทดสอบสถิติ t-test เพื่อทดสอบว่า เพศมีผลให้เกิดความแตกต่างในการให้ความสำคัญกับตัวแปรส่วนประสมการตลาด

การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวหรือแบบมีปัจจัยเดียว ใช้ทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548:239) ได้แก่ การทดสอบตัวแปร อายุ อาชีพ และรายได้ว่ามีผลให้เกิดความแตกต่างในการให้ความสำคัญกับตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด

3.3 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2553