

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาการค้นคว้าอิสระ เรื่อง การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากรที่ศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การรายงานผลการศึกษา ตลอดจนระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษากการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของลูกค้าในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ของ บมจ. กรุงเทพผลิตผลอุตสาหกรรมการเกษตร บจก. เบทาโกร ภาคเหนือเกษตรอุตสาหกรรม และ บจก. อาร์.พี.เอ็ม.ฟาร์มแอนคี่ฟีด

ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้เลี้ยงไก่ไข่ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนทั้งสิ้น 419 ราย (กรมปศุสัตว์, 2546: เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์) ที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของ 3 บริษัท ได้แก่ ยี่ห้อ CP (ซีพี) 324 บมจ. กรุงเทพผลิตผลอุตสาหกรรมการเกษตร ยี่ห้อ เบทาโกร 106 บจก. เบทาโกรภาคเหนือเกษตรอุตสาหกรรม และ ยี่ห้อ RPM (อาร์.พี.เอ็ม) 404 บจก. อาร์.พี.เอ็ม. ฟาร์มแอนคี่ฟีด แต่เนื่องจากเกิดสถานการณ์โรคไข้หวัดนกระบาดและตรวจพบในจังหวัดเชียงใหม่ช่วงวันที่ 25-29 มกราคม 2547 (ไข้หวัดนกกับการสูญเสีย, 2547: ออนไลน์) ทำให้เหลือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่จำนวน 205 ราย (จากการสำรวจของผู้ศึกษาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2548 ถึง เดือน ธันวาคม 2548)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์

1.1.1 เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารฝ่ายการตลาด ที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในด้านการขายหรือการตลาดของทั้ง 3 บริษัท จำนวน 3 คน ได้แก่ บจก. อาร์.พี.เอ็ม. ฟาร์มแอนด์ฟีด บจก. เบทาโกรภาคเหนือเกษตรอุตสาหกรรม และ บมจ. กรุงเทพผลิตผลอุตสาหกรรมการเกษตร ประกอบด้วย

- เพศชาย เจ้าของกิจการ สัมภาษณ์วันที่ 10 พฤศจิกายน 2548
- เพศชาย ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโสแผนกขาย สัมภาษณ์วันที่ 12 พฤศจิกายน 2548
- เพศชาย ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายขายอาหารสัตว์ สัมภาษณ์วันที่ 13 พฤศจิกายน 2548

คำถามหลักที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)

- สถานะการณ์ทั่วไปและสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่
- กลยุทธ์หรือส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น

1.1.2 ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ราย ซึ่งจะคัดเลือกจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากอำเภอแม่ริม สารภี จอมทอง ดอยสะเก็ด สันกำแพง สันทรายและหางดง ประกอบด้วย

- เพศหญิง อายุ 42 ปี อำเภอหางดง รูปแบบการเลี้ยงแบบอิสระ จำนวนไก่ไข่ 4,800 ตัว
- เพศชาย อายุ 47 ปี อำเภอหางดง รูปแบบการเลี้ยงแบบลูกค้า/เอเยนต์ จำนวนไก่ไข่ 3,000 ตัว

- เพศชาย อายุ 48 ปี อำเภอสันทราย รูปแบบการเลี้ยงแบบลูกค้า/เอเยนต์ จำนวนไก่ไข่ 6,000 ตัว

- เพศชาย อายุ 36 ปี อำเภอสันทราย รูปแบบเลี้ยงแบบอิสระ จำนวนไก่ไข่ 5,200 ตัว

- เพศหญิง อายุ 43 ปี อำเภอแม่ริม รูปแบบเลี้ยงแบบอิสระ จำนวนไก่ไข่ 5,200 ตัว

คำถามหลักที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่

- แหล่งที่ใช้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่
- ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละยี่ห้อ

ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น เพื่อค้นหาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ซึ่งจะนำไปใช้ในการออกแบบแบบสอบถามที่จะใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์

1.2 การสำรวจข้อมูล โดยทำการสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลจากเจ้าของฟาร์มผู้เลี้ยงไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 205 คน ที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งใน 3 บริษัท เพื่อค้นหาการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดซึ่งทำการศึกษาในข้อ 1.1 ของผู้วิจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา วารสารหรือบทความต่าง ๆ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการเกษตร เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ยี่ห้อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถาม ซึ่งมีโครงสร้างมาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เจ้าของกิจการ หรือ ผู้บริหารฝ่ายตลาด และผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ โดยประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้
- ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ทั้ง 3 บริษัท ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยการใช้การวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scales)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

- การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ ใช้วิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไขว้ (Cross Tabulations)
- การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม ใช้เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบ

(Factor Analysis) โดยเป็นการรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน ซึ่งตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นไปในแนวทางเดียวกันหรือในทางตรงกันข้ามกันก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่คนละปัจจัยจะไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 1)

สำหรับการให้คะแนนการวัดระดับความคิดเห็นของคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีลักษณะ ดังนี้ (นราศรี ไววณิชกุล, 2543: 18-19)

ระดับความคิดเห็น		คะแนน
มากที่สุด	เท่ากับ	5
มาก	เท่ากับ	4
ปานกลาง	เท่ากับ	3
น้อย	เท่ากับ	2
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1

โดยมีช่วงคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.99	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

นำค่าเฉลี่ยที่ได้ของแต่ละคำถาม ซึ่งเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด มาทำการจัดกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งกลุ่มที่ได้ก็คือ ปัจจัยที่ใช้ในการสร้างแผนภาพการรับรู้ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่แต่ละบริษัท

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล
ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และบริษัทผู้ผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูปไก่ไข่ของทั้ง 3 บริษัทและคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2548 ถึง ธันวาคม 2548 และระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการศึกษาทั้งหมด ตั้งแต่ เดือน กรกฎาคม 2548 ถึง กรกฎาคม 2549