

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป
ในจังหวัดลำพูน มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัด
ลำพูน โดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ซื้อที่มีผลต่อการซื้อ
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปจากร้านจำหน่าย
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปจากร้านจำหน่าย
อาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูนที่แน่นอน จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยใช้วิธีการได้
ตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) และแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในกลุ่ม
ผู้ที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน

วิธีการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสอบถามจากผู้ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Questionnaire)

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร เอกสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Means) โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนน	ระดับที่มีผลต่อการซื้อ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่มีผล

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยการแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

ระยะเวลา และสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษานี้ตั้งแต่เดือน มกราคม-พฤษภาคม 2550 ระยะเวลาเก็บข้อมูล เดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม 2550

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป ในจังหวัดลำพูน และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved