# บทที่ 3
# วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการในพื้นที่เมืองพัทยา จ. ชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการศึกษา
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
4. วิธีการสร้างข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

## รูปแบบการศึกษา

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการในพื้นที่เมืองพัทยา โดยดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1.การวิจัยศึกษา (documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด และผลงานที่เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง

2.การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด และปลายเปิดในการแสดงข้อคิดเห็น

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**1.ประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสัตว์เลี้ยงในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี จำนวน 108,804 คน (ที่มา : สำนักงานบริหารงานทะเบียน กรมการปกครอง,2554)

**2.ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถาม**

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, T. 1967) ซึ่งมีสูตรและขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

สูตร $$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ $n$ คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$ คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด /ขนาดของประชากรซึ่งเท่ากับ 108,804 คน

$e$ คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ +/- 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95%

2.1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการในเขตเมืองพัทยา จากประชากร 108,804 คน เมื่อคำนวณแล้วได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาเป็นจำนวน 400 คน ดังนี้

แทนค่าสูตร $$n = \frac{108,804}{1+108,804\ (0.05)^2} = 398.53$$

ดังนั้นจึงควรใช้จำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประมาณ 399 คน จึงจะยอมรับได้

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 2 ลักษณะ

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลต่างๆที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ทำให้ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บข้อมูลใหม่ละสามารถศึกษาย้อนหลังได้เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยแหล่งข้อมูลดังกล่าวได้แก่

1.1 หนังสือและตำราเกี่ยวกับการตลาด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ระเบียบวิธีการวิจัย รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ

1.2 วารสารหรือบทความเกี่ยวกับการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.3 สื่ออิเล็กทรอนิคส์ในประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ระเบียบวิธีการวิจัย รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ เช่น www.thailis.or.th เป็นต้น

2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการศึกษากับผู้ใช้บริการในเขตเมืองพัทยา จ. ชลบุรี โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดในการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เน้นให้เห็นประโยชน์ที่ได้รับในการวิจัยครั้งนี้ หลักจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ผู้ใช้บริการตอบทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 15 วัน เริ่มตั้งแต่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึง 31 พฤษภาคม พ.ศ.2555 โดยผู้ทำวิจัยจะใช้ วันเสาร์-อาทิตย์ ในการเก็บข้อมูล

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnarie) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องเป็นแบบสอบถาม 1 ชุด ประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองพัทยา โดยสร้างลักษณะคำถามเป็นลักษณะการเลือกตัวเลือก (Choice Techniques) มีคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านบริการ 3) ด้านราคา 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ด้านส่งเสริมการตลาด 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านกระบวนการบริการ และ 8) ด้านลักษณะทางกายภาพ

เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Scales) 5 ระดับ จำนวน 37 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ท ดังนี้

| **คำตอบ** | **ค่าคะแนน (Interval Scale)** |
|---|---|
| มากที่สุด | 5 |
| มาก | 4 |
| ปานกลาง | 3 |
| น้อย | 2 |
| น้อยมาก | 1 |

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถามดังนี้ (กฤตติยา สัตย์พาณิช.2552)

| **ค่าเฉลี่ย** | **ระดับ** |
|---|---|
| 4.21-5.00 | มากที่สุด |
| 3.41-4.20 | มาก |
| 2.61-3.40 | ปานกลาง |
| 1.81-2.60 | น้อย |
| 1.00-1.80 | น้อยมาก |

**สร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด เกี่ยวกับการตัดสินใจ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำข้อมูลมาประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามขึ้นตามกรอบข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการตาม ตัวแปรที่กำหนด ไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการจะวัด

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) โดยใช้กลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของการศึกษาที่มิใช่กลุ่มตัวอย่างจริงของการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ .924 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ไม่มีข้อใดที่ต่ำกว่าระดับ .800 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนี้ได้ และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริงอีกครั้ง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยประมวลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบตามจำนวนที่ระบุไว้

1.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์

1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่บันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์

1.4 ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ดังนี้

2.1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านดูแลสัตว์เลี้ยงที่ทำการสำรวจ ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยค่าสถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าเฉลี่ย *( X )* และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง *(S.D.)* โดยกำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับดังนี้

3.สถิติอ้างอิง สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ($\alpha$ = .05) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แยกตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1. เพศ มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงแตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t-test

สมมติฐานที่ 2. อายุ มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

สมมติฐานที่ 3. สถานภาพ มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนาประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปราปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 4. อาชีพ มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 5. ระดับการศึกษา มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University