

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี มุ่งที่จะหาคำตอบว่ามีปัจจัยด้านใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ผู้วิจัยจึงได้เสนอวิธีการและการออกแบบงานวิจัยสำหรับการศึกษาเรื่องดังกล่าวตามลำดับต่อไปนี้

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวางโดยวัดครั้งเดียว ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา (Cross Sectional Study)

ประชากร และวิธีการเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่สนใจศึกษา

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้คือ ประชากรที่อายุตั้งแต่ 20 - 60 ปีขึ้นไปที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล คือระหว่างเดือนมีนาคม 2550 ถึง เดือนเมษายน 2550

วิธีการเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากกรอบประชากร (Population Frame) ที่สนใจศึกษามีจำนวนมากและไม่สามารถศึกษาแบบสำมะโนประชากร (Census) ได้ จึงต้องทำการเลือกตัวอย่าง ดังนั้นหน่วยตัวอย่างที่สนใจจึงประกอบด้วยประชากรที่ถูกเลือกมาจากประชากรเพื่อใช้เป็นตัวแทนในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่פקอาศัยในเขตจังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นตัวแทนให้ตอบแบบสอบถามในฐานะหน่วยศึกษา (Unit of Study) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นหน่วยตัวอย่างที่สนใจจึงประกอบด้วยตัวแทนประชาชนที่อายุ 20 - 60 ปีขึ้นไป ที่เป็นผู้ที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่פקอาศัยในเขตจังหวัดชลบุรี

ขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรทั้งหมดในเขตจังหวัดชลบุรีมีจำนวน 1,172,432 คน แต่ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของประชากรที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ผู้วิจัยจึงได้ทำการการสำรวจ (Survey) เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 100 คนเพื่อทำการเปรียบเทียบอัตราส่วนกับจำนวนประชากรทั้งหมด ได้อัตราส่วนของผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ร้อยละ 67 ผู้วิจัยจึงนำจำนวนประชากรมาเทียบในตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, pp. 602 – 603) โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่ 95% มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง

เนื่องจากเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มแบบโดยบังเอิญ โดยจำกัดเวลา และเก็บข้อมูลที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 16.00 – 21.00 น. เพราะเป็นช่วงที่มีกลุ่มประชากรหนาแน่นมากที่สุด รวมระยะเวลา 1 เดือน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวาง ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา ใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษา คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย มี 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ปัจจัยส่วนบุคคล) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยข้อคำถามปลายปิด ได้แก่ เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สถานที่ซื้อ จำนวนที่ซื้อ ระยะเวลาในการซื้อต่อครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ให้ผู้ตอบกรอกไปทดสอบก่อนลงสนามจริง (Pretest) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับแพทย์ เกษตรกร พยาบาล และตัวแทนขายผลิตภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพฯ จำนวนแบบสอบถาม 20 ชุดเมื่อได้ผลมาแล้ว จึงนำมาตรวจสอบ ทบทวนและแก้ไขก่อนนำไปใช้งานจริง

นอกจากการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม ชัดเจนของแบบสอบถามตามวิธีข้างต้นแล้ว การศึกษานี้ได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ศึกษานี้มีคุณภาพในการวัดค่าหรือศึกษาตรงตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ศึกษา

ความเที่ยงตรง

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพ การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ และผู้รอบรู้เฉพาะเรื่อง จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะของคำถาม (Index of Consistency) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น และกำหนดให้มีแบบเลือกตอบคือ สำคัญและไม่สำคัญ และช่องการแก้ไขปรับปรุงข้อความ โดยให้มีการแทนค่าคำตอบ ดังนี้

1. คำตอบว่าสำคัญ ผู้วิจัยให้มีคะแนนเท่ากับ 1
2. คำตอบว่าไม่สำคัญ ผู้วิจัยให้มีค่าเท่ากับ 0

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยทำการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Consistency หรือ IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้คือ

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมจากคะแนนรายข้อที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยแล้วค่า IOC ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.80 ขึ้นไป จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.80 จึงต้องถูกตัดทิ้ง

นำแบบสอบถามที่หาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Consistency หรือ IOC) ที่ถูกตัดทิ้งแล้วให้คณะกรรมการที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และทดสอบก่อน (Pre-test) จำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและดำเนินการแก้ไขอีกครั้งหนึ่ง ได้ค่าความเที่ยงตรง 0.91

นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ค่าความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงใหม่นี้ได้ถูกนำไปใช้ทดลองจริงกับผู้ที่เคยซื้อหรือ
บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ โดยใช้จำนวนแบบสอบถาม 20 ชุด
ผลจากการทดสอบก่อนการใช้อย่างจริงจังมาหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายใน
(Internal Consistency Method) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบราท (Cronbach's alpha
Coefficient) โดยใช้สูตร

$$R_{\alpha} = \frac{k}{k-1} \left(\frac{1 - \sum Si^2}{St^2} \right)$$

เมื่อ r_{α} คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum Si^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของข้อสอบแต่ละข้อ

St^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทุกข้อทั้งในส่วนที่ต้องการ

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามจำนวนข้อดังนี้

ผู้วิจัยนำผลการจากการทดสอบก่อนการใช้อย่างจริงจังมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วย
วิธีการหาค่าความสอดคล้องภายใน ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
แต่ละส่วนตามจำนวนข้อดังนี้

- ในส่วนของด้านผลิตภัณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่า .798
- ในส่วนของด้านราคาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่า .764
- ในส่วนของด้านช่องทางการจัดจำหน่ายค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่า .633
- ในส่วนของด้านการส่งเสริมทางการตลาดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่า .849

ค่าอัลฟา ทุกค่าข้างต้นสูงกว่าเกณฑ์ ค่าอัลฟา ที่กำหนดโดย Nunnally (1979) ว่าค่าอัลฟา
ที่ยอมรับได้ ควรจะมีค่าไม่ต่ำกว่า .70 การศึกษานี้ได้ค่าอัลฟา สูงกว่า .70 มีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับ
ได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. ขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
2. ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้เก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบขั้นตอนวิธีการเก็บข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บข้อมูลบริเวณที่ได้รับเลือกในขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง โดยจัดส่งแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงและรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองจำนวน 200 ชุดตามพื้นที่ในการวิจัย ในช่วงเดือน มีนาคม ถึง เมษายน 2550
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนที่จะกล่าวถึงวิธีวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด ขอกล่าวถึงขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะมีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือลงรหัสที่ได้ทำไว้ก่อนแล้ว จากนั้นจึงนำไปบันทึกลงแม่เหล็ก (Diskette) แล้วใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อประมวลผลต่อไป โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาประมวลผลและรายงานในรูปแบบเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ได้วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ได้วิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ ได้วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และไคสแควร์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไฟเบอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความถี่ (Frequency)
2. ร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
5. สถิติไคสแควร์