

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) ด้วยวิธีการดำเนินการศึกษาแบบสำรวจ (Survey research) โดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มที่แน่นอนจากจำนวนประชากรที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ โคเชรอน (Cochran, 1953) (อกินันท์ จันตะนิ. 2550 : 82) ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนหรือขนาดตัวอย่าง
	e	แทน	สัดส่วนในการ ความคลาดเคลื่อน ($e = .05$)ที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้
	Z	แทน	ค่าความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95% หรือผิดพลาด 5%)
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่มโดยกำหนด = 20% (0.20)

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.2(1-0.2)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.2(0.8)(3.84)}{0.0025} \\ &= \frac{0.6144}{0.0025} \\ &= 245.76 \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคริโคนที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 245.76 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และเพื่อความเหมาะสมในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 246 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างประชาชนในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยถ้าพบใครก็สามารถสอบถามความคิดเห็นได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยกำหนดประเด็นสำคัญของคำถามขึ้นภายใต้กรอบแนวความคิด (Conceptual framework) ที่กำหนดไว้ เพื่อให้มีความสอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดหลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) และแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ แล้วนำกลับมาปรับปรุงแก้ไข

1.4 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี และดร.ศิริมณี จรรยา ตรวจสอบและทำข้อเสนอแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์

2. การทดลองเครื่องมือวิจัย

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดลองเก็บข้อมูล (Try-out) กับประชากรที่ลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยนำผลของข้อมูลเฉพาะที่มีการวัดมาตราส่วนประมาณค่ามาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach, 1974 : 161) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่นำไปทดสอบคำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.8671 ตามสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = 1 - \frac{n}{(n-1)} \left[\frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

n = จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมของค่าความแปรปรวนรายข้อ

S_i^2 = ค่าความแปรปรวนรายข้อ

S_t^2 = ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ด้วยตนเอง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ได้ทำการติดต่อขออนุญาตและทำการนัดหมายเจ้าของร้านค้าปลีกที่ผู้วิจัยไปเก็บรวบรวมข้อมูลใน จังหวัดปทุมธานี
2. ได้แจกแบบสอบถาม แก่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคแบบบังเอิญ (Accident sampling)
3. ผู้วิจัยออกเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ณ ร้านค้าปลีกที่บริเวณประตู ทางเข้า ออก ของร้านค้าปลีกใน จังหวัดปทุมธานี

4. ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามและวิธีการกรอกข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มและเป็นรายบุคคล จนเข้าใจสามารถตอบแบบสอบถามได้และรอรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

5. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจเช็คความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ กรณีพบว่าแบบสอบถามชุดใดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่ระบุไว้ ก็จะทำการแจกแบบสอบถามเก็บเพิ่มให้ครบ เมื่อได้ข้อมูลครบ 246 ชุด ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการสมรส ซึ่งเป็นแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีประกอบด้วย สถานที่ซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ทัศนคติของสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ความถี่ในการซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ช่วงเวลาที่ซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ยี่ห้อของสำเร็จรูปพร้อมดื่ม เหตุผลที่ซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่ม ซึ่งเป็นแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วน (Rating scale) 5 ระดับ โดยการกำหนดเกณฑ์ การให้คะแนนดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจระดับมาก
คะแนน	3	หมายถึง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจระดับน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจระดับน้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์การแบ่งให้คะแนนเพื่อแปลความหมายตามค่าเฉลี่ยในการวัดค่าระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีโดยใช้มาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating scale) จากแบบสอบถามตอนที่ 3 แบ่งออกเป็น 5 ระดับและกำหนดเกณฑ์ สำหรับแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ยดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536 : 156-157)

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

กำหนดหลักเกณฑ์และสำหรับแปลความหมายจากแบบสอบถามที่วัดได้ ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็น สอบถามปลายเปิด (Opened – ended question) โดยการเขียนบันทึกความคิดเห็นและเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ในแต่ละความคิดและแต่ละประเด็น และตอนที่ 4 ผู้วิจัยนำมานับความถี่ เทียบค่าร้อยละ เพื่อดูว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็น ข้อเสนอแนะหรือต้องการเรื่องใดมากที่สุด ผู้วิจัยได้นำไป เป็นหัวข้อเสนอแนะในเรื่องนั้นต่อไป

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS : Statistical package for the social sciences for windows (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549 : 240 – 258) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่ และร้อยละของข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถามตอนที่ 1, 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคลงสำเร็จรูปพร้อมดื่มในจังหวัดปทุมธานี
2. ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าความเบี่ยงเบนของข้อมูลซึ่งได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี
4. การทดสอบสมมติฐาน ด้วย t-test (Independent sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลระดับการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม
5. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วย One-way ANOVA : F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการตัดสินใจซื้อชาสำเร็จรูปพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติให้เพื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ทดสอบต่อด้วยวิธี LSD (Least significant difference)