

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคน้ำปลาแท้ที่อาศัยอยู่ในเขตภาคีเจริญ กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 7 แขวง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคน้ำปลาแท้ที่อาศัยอยู่ในเขตภาคีเจริญ ทั้งหมด 7 แขวง ดังนี้ คือ แขวงบางห้ว แขวงบางด้วน แขวงบางจาก แขวงบางแวก แขวงคลองขวาง แขวงปากคลองภาษีเจริญ แขวงคูหาสวรรค์

ตารางที่ 3.1 แสดงการคำนวณจำนวนตัวอย่างแต่ละแขวงในเขตภาคีเจริญ

| แขวง | จำนวนประชากร | จำนวนตัวอย่าง | ร้อยละ |
|------------------|----------------|---------------|---------------|
| 1. บางห้ว | 39,547 | 30 | 14.29 |
| 2. บางด้วน | 31,374 | 30 | 14.29 |
| 3. บางจาก | 7,747 | 30 | 14.29 |
| 4. บางแวก | 20,983 | 30 | 14.29 |
| 5. คลองขวาง | 10,194 | 30 | 14.29 |
| 6. ปากคลองฯ | 20,035 | 30 | 14.29 |
| 7. คูหาสวรรค์ | 7,129 | 30 | 14.29 |
| รวม 7 เขต | 137,033 | 210 | 100.00 |

ที่มา : กระทรวงมหาดไทย, 2548 : 7.

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ โดยใช้วิธีการแบบสำรวจ (survey research) โดยผู้ศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างแบบวิธีตามจุดมุ่งหมาย (purposive sampling) ซึ่งกำหนดสัดส่วนการแจกแบบสอบถามในแต่ละเขตพื้นที่เท่าๆ

กัน โดยแจกแบบสอบถามตามเขต ๆ ละ 30 ชุด และจะทำการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Accidental Sampling)

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่งคือ

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

โดยการออกแบบสอบถาม แล้วนำไปสุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม (Questionnaire) พร้อมกับการสัมภาษณ์ในเรื่องข้อมูลต่างๆ ของน้ำปลาแท้รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำปลาแท้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำภาคานิพนธ์ของผู้วิจัย

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ เช่น นิตยสารคู่แข่ง แม่บ้านทันสมัย ผู้หญิง กุลสตรี ไกล่หมอ และห้องสมุดทั่วไป เช่น หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิง ข้อมูลดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับประวัติ ความเป็นมาของน้ำปลา และขั้นตอนการผลิต รวมทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย เครื่องมือที่ใช้ในการโฆษณา และส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ของน้ำปลาแท้ รวมถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตของการวิจัย ได้แก่ พฤติกรรมของผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และการเลือกซื้อน้ำปลาแท้

เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วนคือส่วนที่ 1 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ของกลุ่มประชากรตัวอย่าง หรือผู้ตอบแบบสอบถาม (Bio-Data) คือ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดที่มีคำตอบไว้ให้เลือก (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 จะเป็นคำถามให้เลือกระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ ว่ามีการให้ความสำคัญเป็นเช่นใดโดยอาศัยมาตราประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert, 1956) โดยกำหนดให้คะแนนดังต่อไปนี้

- 5 = ให้ความสำคัญเห็นด้วยมากที่สุด
- 4 = ให้ความสำคัญเห็นด้วยมาก
- 3 = ให้ความสำคัญเห็นด้วยปานกลาง
- 2 = ให้ความสำคัญเห็นด้วยน้อย

1 = ให้ความสำคัญเห็นด้วยน้อยที่สุด

การแบ่งระดับช่วงคะแนน ผู้ศึกษาได้พิจารณาจากผลต่างของ คะแนนสูงสุดหัก คะแนนต่ำสุดหารด้วยจำนวนระดับของคะแนน ผลลัพธ์เท่ากับ 0.80 นั่นคือ แต่ละช่วงคะแนนต่างกัน 0.80 คะแนน

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับของคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น ระดับของความคิดเห็น จะมีขั้นของคะแนนเฉลี่ย หรือค่าเฉลี่ยคือ

| <u>ค่าเฉลี่ย</u> | <u>ระดับความคิดเห็น</u> |
|------------------|-------------------------|
| 4.21 - 5.00 | มากที่สุด |
| 3.41 - 4.20 | มาก |
| 2.61 - 3.40 | ปานกลาง |
| 1.81 - 2.60 | น้อย |
| 1.00 - 1.80 | น้อยที่สุด |

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมาบริโภคน้ำปลาแท้จาก เอกสารทางวิชาการ นิตยสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทบทวนวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อใช้ในการกำหนดขอบเขต และเนื้อหาให้ครอบคลุมตามขอบเขต และวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
2. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆ ที่ได้จากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้นมาสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบ (Pre-test) ซึ่งจะใช้จำนวนตัวอย่างในการทดสอบทั้งสิ้น 20 ราย ซึ่งหลังจากแจกข้อมูล พบว่า มีบางส่วนผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไข ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจยิ่งขึ้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวกระทำโดยวิธีการแจกแจงนับด้วยมือ และอาศัยคอมพิวเตอร์ในการทำการวิเคราะห์ ซึ่งใช้โปรแกรม SPSS/PC+ ซึ่งจะช่วยในการวัดผลเพื่อความถูกต้อง และแม่นยำโดยอาศัยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้อัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

2. ค่าเฉลี่ย (Mean or average)

3. ค่าถ่วงน้ำหนักข้อมูล (Weighted) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำปลาแท้ และวิเคราะห์ถึงการให้ลำดับความสำคัญปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้