

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการผลิตอาหารเป็นการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. แบบของการวิจัย
2. ประชากรและหน่วยวิเคราะห์
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการผลิตอาหาร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ประกอบการผลิตอาหารทั่วประเทศที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 (เดือนมกราคม 2549) เป็นจำนวนทั้งสิ้น 498 บริษัท

หน่วยวิเคราะห์ ได้แก่ผู้ประกอบการผลิตอาหารทั่วประเทศได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 บริษัท

การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตอาหารทั่วประเทศในปี 2549 (เดือนมกราคม 2549) เป็นจำนวนทั้งสิ้น 498 บริษัท โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 บริษัท

2. การสุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่ม การวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยนำแบบสอบถามไปถามกับกลุ่มประชากรเป็นผู้ประกอบการผลิตอาหาร รวมจำนวนตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 200 บริษัท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ได้แก่ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ประเภทกิจการ เป็นแบบเลือกตอบโดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกลงในช่องว่างตามตัวเลือกที่กำหนด ลักษณะคำถามเป็นประเภทคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ภาพลักษณ์ และการบริการหลังการขาย เป็นแบบเลือกตอบโดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกลงในช่องว่างตามตัวเลือกที่กำหนด ลักษณะคำถามเป็นประเภทคำถามปลายเปิด

ผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ในการวัดระดับความพึงพอใจซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก
- 3 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินค่าวัดระดับ อยู่ 5 ระดับ การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีของ เบสท์ (Best.1970) ดังนี้

ระดับคะแนน 4.50-5.00 คะแนน หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.50-4.49 คะแนน หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก

ระดับคะแนน 2.50-3.49 คะแนน หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

ระดับคะแนน 1.50-2.49 คะแนน หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย

ระดับคะแนน 1.00-1.49 คะแนน หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่างๆจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

ขั้นที่ 2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากหนังสือ วิธีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ ให้ครอบคลุมเนื้อหาในด้านปัจจัยทางการตลาด

ขั้นที่ 3 สร้างแบบสอบถามเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงและความสมบูรณ์ของเนื้อหา รวมทั้งการใช้ภาษาที่เหมาะสมและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและด้านการศึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาพร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ จำนวน 4 ท่านดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร. จิตตินันท์ ชะเนติยัง

2. ดร. ชินวงศ์ ศรีงาม

3. อาจารย์พันธุ์ชัย วิหคโต

4. คุณสุชาติ ศรีจักรสุวรรณ

ขั้นที่ 6 วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) คำนวณความสอดคล้องที่ 0.5 ขึ้นไป

ขั้นที่ 7 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลอง(Tryout) กับ

กลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น(Reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของ Chi Square : X โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าใกล้เคียง 1.00 (ประมาณ 0.80 ขึ้นไป) จะไม่แก้ไขคำถาม แต่ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.80 ก็จะทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม ซึ่งผลการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รวมได้เท่ากับ 0.90 ค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์จึงถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการออกแบบสอบถามจากผู้ประกอบการผลิตอาหารผู้จำนวน 200 ชุด โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลกลับมาภายใน 30 วันและตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ จัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไปหลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. นำหนังสือขออนุญาตจาก สำนักงานโครงการบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครถึงผู้ประกอบการผลิตอาหารและโรงงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสนับสนุนการวิจัย
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองส่วนหนึ่ง และขอความอนุเคราะห์จากเพื่อนพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ไปพบลูกค้าที่ทำธุรกิจผลิตอาหารได้กรอกแบบสอบถาม
3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองภายใน 30 วัน
4. นำมารวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาจนครบ 200 ชุด
5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลสถานภาพของผู้ประกอบการและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการผลิตอาหารของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือวิจัย และผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตอาหาร
3. ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์การกระจายของคะแนน
4. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ ใช้ค่า t-test , และ F-test ชนิดทางเดียว (One Way Anova) วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสองกลุ่มหรือมากกว่าสองกลุ่ม โดยใช้วิธีการของ Scheffe'