

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม กรณีศึกษาบริษัท สหมิตรเจริญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ นมเปรี้ยวพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนมเปรี้ยวพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1. ประชากร (Population)

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยนี้เป็นผู้บริโภค นมเปรี้ยวพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 8 อำเภอ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

อำเภอ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์	60,691	20
อำเภอกุยบุรี	32,749	20
อำเภอทับสะแก	40,667	20
อำเภอบางสะพาน	57,076	20
อำเภอบางสะพานน้อย	33,065	20
อำเภอปราณบุรี	49,955	20

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

อำเภอ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
อำเภอหัวหิน	36,573	20
อำเภอสามร้อยยอด	30,033	20
<b>รวม</b>	<b>502,009</b>	<b>400</b>

ที่มา : สำนักงานทะเบียนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2552

## 2. กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน โดยการคำนวณหา จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดด้วยการใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อ้างอิงใน ปัญญา ชีระวิทย์เลิศ , 2545: ตาราง 3) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด  
 $e$  = ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดมีระดับนัยสำคัญเป็น 0.05

เมื่อแทนค่าในสูตรข้างต้นแล้วจะได้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 10\%$  ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $N = 502,009$ ) ดังนี้

$$n = \frac{502,009}{1 + (502,009 \times 0.0025)}$$

$$n = 399.68 \text{ หรือ } n = 400$$

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างครบทั้ง 8 อำเภอ โดยกำหนดเป็นอัตราส่วนเท่าๆ กัน อำเภอละ 50 คน (Quota Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละอำเภอนั้นจะใช้วิธีการสุ่ม

กลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวกของผู้วิจัย (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มในช่วงเวลา 1 เดือนจนครบจำนวน 50 คนต่ออำเภอ

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย

1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภคนมเปรี้ยวพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดยเป็นแบบสอบถามแบบกำหนดคำตอบไว้ให้เรียบร้อยแล้วมากกว่า 2 คำตอบ (Multiple Choices) และแบบประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) (บุญชม ศรีสะอาด, 2542 : 46 - 50) คือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนของคำถามแต่ละข้อเป็น ดังนี้

พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างคำถามในแบบสอบถาม

ข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
0	ตราผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อ					
00	ราคา					

1.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนา กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) คอยจุดประเด็นในการสนทนา (บุญชม ศรีสะอาด, 2542 : 80) โดยผู้วิจัยเตรียมประเด็นในการสนทนาเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเปรียบเทียบพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไว้ล่วงหน้า

## 2. การสร้างเครื่องมือ

### 2.1 แบบสอบถาม สร้างขึ้นตามวิธีการ ดังนี้

#### 2.1.1 กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างเครื่องมือ

#### 2.1.2 ศึกษาแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ

งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

2.1.3 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนมเปรี้ยวพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสร้างแบบสอบถามตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ โดยประยุกต์เนื้อหาสาระที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่เก็บรวบรวมไว้ ตลอดจนตัวอย่างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้อง

### 2.2 การสนทนากลุ่ม ดำเนินตามวิธีการ ดังนี้

#### 2.2.1 กำหนดจุดมุ่งหมายในการสนทนากลุ่ม

2.2.2 ศึกษาข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและลักษณะใกล้เคียงกับงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

2.2.3 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจนมเปรี้ยวพร้อมดื่มในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และดำเนินการกำหนดประเด็นในการสนทนากลุ่ม ตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ โดยประยุกต์เนื้อหาสาระที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่เก็บรวบรวมไว้

### 3. การตรวจสอบเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นเป็นแบบสอบถามหรือเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ และแบบสัมภาษณ์จึงมีขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

#### 3.1 แบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 1 ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญชนา พานิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันทนา กลิ่นงาม และอาจารย์จรรยาพร บุญเหลือ ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่าน มาปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามนั้น

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น โดยวัดแบบ rating scale ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2542: 96 – 97) ดังนี้

$$\alpha = 1 - \frac{k}{k-1} \left\{ \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น  
 $k$  คือ จำนวนข้อของเครื่องมือวัด  
 $\sum S_i^2$  คือ ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ  
 $S_t^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

คำนวณหา  $S_t^2$  และ  $S_i^2$  จากสูตร

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}$$

เมื่อ  $N$  คือ จำนวนคน

การคำนวณค่าความเชื่อมั่นดังกล่าว ได้ค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.83 ลงมา ก็จะนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง จนได้ค่าที่สูงกว่านี้จึงจะถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ได้มาตรฐานเพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามต่อไป

### 3.2 การสนทนากลุ่ม

นำประเด็นในการสนทนากลุ่มที่กำหนดไว้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาทั้งสิ้น 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญชณา พานิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันทนา กลิ่นงาม และอาจารย์จรรยาพร บุญเหลือ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ผู้ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล 8 คน เป็นผู้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีข้อมูลหลายด้านที่ต้องทำการเก็บรวบรวมมาศึกษาและนำมาประกอบกัน เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 กำหนดผู้ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 8 คน โดยกำหนดให้ 1 คน ต่อ 1 อำเภอ เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม อำเภอละ 50 ชุด

ระยะที่ 2 ประชุมและชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้แต่ละคนมีความเข้าใจในแบบสอบถาม รวมถึงสิ่งที่ต้องดำเนินการ เพื่อสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ถูกต้อง และครบถ้วน

ระยะที่ 3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ตามที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละอำเภอ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

ระยะที่ 4 ดำเนินการสนทนากลุ่ม ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมประกอบไปด้วย ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการเขต และหัวหน้างานฝ่ายขาย ของบริษัท สหมิตรเจริญ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่มบีทาเกินในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนทั้งสิ้น 6 คน โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มด้วยตนเอง

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม นำมาวิเคราะห์และประมวลผล ดังนี้

1. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามตามที่ได้กำหนดไว้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546 : 13 – 42) ได้แก่

3.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ

$$P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ P คือ ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

3.1.2 การหาคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ X คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$  คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

เมื่อ SD คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

X คือ คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

n - 1 คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

### 3.2 สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือของการวิจัย

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตร  
ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546 : 24)

$$\alpha = 1 - \frac{k}{k-1} \left\{ \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น  
 $k$  คือ จำนวนข้อของเครื่องมือวัด  
 $\sum S_i^2$  คือ ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ  
 $S_t^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

คำนวณหา  $S_t^2$  และ  $S_i^2$  จากสูตร

$$S^2 = \frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}$$

เมื่อ  $N$  คือ จำนวนคน

#### 4. การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินผลจากแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้

ระดับการตัดสินใจ	ค่าประเมิน
ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	5
ระดับการตัดสินใจมาก	4
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	3
ระดับการตัดสินใจน้อย	2
ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การแบ่งระดับการหาช่วงกว้างระหว่างชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการเฉลี่ย

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

ดังนั้น เกณฑ์เฉลี่ยของระดับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

5. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำเสนอในรูปตารางและคำอธิบายประกอบท้ายตาราง

6. ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มใช้วิธีการนำเสนอแบบบรรยาย (Descriptive) และสรุปประเด็นสำคัญของข้อมูลจากการสนทนากลุ่มที่ได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2542: 82)