

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารญี่ปุ่น โดยใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ แบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา (Research population) ครั้งนี้คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จากสถิติกรมการปกครอง ณ วันที่ 3 พฤศจิกายน 2550 อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีประชากรทั้งสิ้น 98,106 คน เป็นชาย 48,591 คน หญิง 49,515 คน (กรมการปกครอง, ออนไลน์, 2550)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรโดยทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยได้คำนวณวิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรยามานะ (Yamane, 1973, p. 86) ความเชื่อมั่น 95 หรือระดับนัยสำคัญ .05 จากสูตร

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

โดยกำหนดให้ N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

N = จำนวนคนในกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้หรือระดับนัยสำคัญ .05

จากการคำนวณตามสูตรของยามานะที่ระดับความเชื่อมั่น 95 หรือระดับนัยสำคัญ .05 จากสูตรดังกล่าวทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน จากประชากรทั้งหมด 98,106 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

2. กำหนดกรอบโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามตามกรอบแนวความคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

2.1 ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check - list) รวม 6 ข้อ

2.2 ตอนที่ 2 เป็นพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

2.3 ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดและความคิดเห็นที่มีต่อการซื้ออาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบซึ่งแบ่งออกเป็น เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยที่สุด

มากที่สุด หมายถึง เมื่อผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญมากที่สุดต่อการแสดงความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารญี่ปุ่น

มาก หมายถึง เมื่อผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญมาก รองลงมาต่อการแสดงความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ปานกลาง หมายถึง เมื่อผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญระดับปานกลางต่อการแสดงความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารญี่ปุ่น

น้อย หมายถึง เมื่อผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญระดับน้อยต่อการแสดงความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารญี่ปุ่น

น้อยที่สุด หมายถึง เมื่อผู้ตอบเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญระดับน้อยที่สุดต่อการแสดงความคิดเห็นในการเลือกบริโภคอาหารญี่ปุ่น

การตรวจให้คะแนน ได้กำหนดค่าของแต่ละคำเป็นคะแนน ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	=	5
เห็นด้วยมาก	=	4
เห็นด้วยปานกลาง	=	3
เห็นด้วยน้อย	=	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	=	1
เกณฑ์การแปลความของค่าเฉลี่ย		

ผู้วิจัยนำคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์ในการแปลผล เป็น 5 ระดับ เกณฑ์การประเมินค่าด้านความคิดเห็น พิจารณาจากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 103)

ถ้าคะแนน 4.51 - 5.00 หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50 หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
2.51 - 3.50 หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 - 2.50 หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.50 หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบทั้ง 2 ลักษณะคือ

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ในการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถามและสามารถวัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการได้ตามวัตถุประสงค์เมื่อนำไปใช้จริง

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำ Pre - test จำนวน 40 ชุดและหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach 's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ผลิตภัณฑ์	เท่ากับ	0.8074
ราคา	เท่ากับ	0.8015
การจัดจำหน่าย	เท่ากับ	0.8386
การส่งเสริมการตลาด	เท่ากับ	0.8614

แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือ (แบบสอบถาม) มีความน่าเชื่อถือสูง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ดังนี้

1. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 398 ชุด แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามคืนทั้งหมด
2. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่เก็บคืนได้ทั้งหมดแล้ว ก็นำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือเอกสารต่างๆ วิทยานิพนธ์ จากหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งเว็บไซต์ต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่จากแบบสอบถามแล้วนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for windows รวมทั้งสถิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการทดสอบสมมติฐาน โดยการใช้ครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Level of significance) โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์
2. ลงเลขที่แบบสอบถาม
3. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วไปป้อนข้อมูล
5. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์โดยพิมพ์ข้อมูลทางเครื่องพิมพ์ (Print out) เพื่อตรวจสอบหาข้อผิดพลาดในการลงรหัส หรือข้อผิดพลาดจากการป้อนข้อมูลเพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
6. วิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งจำแนกโดย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 1-6
7. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อ 1-9

8. วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อ 1-15

9. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐานคือ เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้ค่าสถิติ ไคร์-สแควร์

10. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้ประมวลผลเรียบร้อยแล้วเพื่อจัดทำรายงานและสรุปผล

ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 1-6 และส่วนที่ 2 ข้อ 1-9 โดยใช้สูตรดังนี้

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

โดยที่ P = อัตราส่วนร้อยละ

n = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละข้อ

N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ของแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ข้อ 1-15 โดยใช้สูตรดังนี้

สูตรการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

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

โดยที่ \bar{X} = ค่าเฉลี่ยกลุ่มของตัวอย่าง
 ΣX = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.3 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลปัจจัย
 ด้านส่วนประสมทางการตลาด ของแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ข้อ 1-15 โดยใช้สูตรดังนี้
 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$SD = \sqrt{\frac{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}{N(N-1)}}$$

โดยที่ SD = ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 ΣX^2 = ผลบวกของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\Sigma X)^2$ = ผลบวกของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 การทดสอบไคร้-สแควร์ (Chi – square test, χ^2) ความถี่ตามทฤษฎีสามารถนำมา
 ประยุกต์ใช้กับการทดสอบอัตราส่วนระหว่างกลุ่มต่างๆ และยังสามารถนำไปใช้ในการทดสอบความเป็น
 อิสระกัน (Test of independence) ซึ่งเป็นการหาทดสอบสมมติฐานที่ว่ามีความถี่มากพอที่จะ
 ยืนยันว่าตัวแปร 2 ตัว ซึ่งถูกจัดแบ่งเป็นประเภทต่างๆ นั้นเป็นอิสระจากกันหรือไม่ โดยใช้สูตร
 ดังนี้

$$\chi^2 = \frac{\Sigma (O - E)^2}{E}$$

โดยที่ χ^2 = ค่าสถิติทดสอบ Chi – Square
 O = จำนวนหรือความถี่ที่นับได้จากการสังเกต
 E = จำนวนหรือความถี่ที่คาดหวังตามสัดส่วน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ส่วน คือ เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้ค่าสถิติทดสอบ ไคร้-สแควร์ (Chi-square)