

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าพันธุ์กุ้งขาว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในเขตจังหวัดตราด ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากร
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดตราด ในเดือนกันยายน ปี 2555 จำนวน 118 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งสิ้น จำนวน 30 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 - 5 แทนระดับความสำคัญในการเลือกซื้อ ดังต่อไปนี้

1	หมายถึง	มากที่สุด
2	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
4	หมายถึง	น้อย
5	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายคะแนน โดยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) ของคะแนน ซึ่งตามแนวทางของ บุญชม ศรีสะอาด (2535 : 99-100) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับความสำคัญมาก
2.50 - 3.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 - 2.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับความสำคัญน้อย
1.00 - 1.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดประเด็น ขอบเขต และเนื้อหาของคำถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อประธานกรรมการ และกรรมการที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ.96
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นแล้วไปสอบถามกลุ่มประชากรที่กำหนด เพื่อนำผลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกลุ่มประชากรที่กำหนดไว้จำนวน 118 คน และนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้รับแบบสอบถามคืนครบ 118 ฉบับ คิดเป็น 100%

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์หาค่าต่างๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง
2. วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด รวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด รวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบค่า t -test จำแนกตาม อายุ และระดับการศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One – Way – ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี (Fisher's Least Significance Difference : LSD)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการทางสถิติ ดังนี้

สถิติพื้นฐาน

1. การแจกแจงความถี่ (Frequency)
2. ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ

1. ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบทดสอบกับจุดประสงค์ใช้การวิเคราะห์ ใช้การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC)
2. ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-Total Correlation)
3. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α – Coefficient)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1. การหาค่าที (t-test)
2. การหาค่าความแปรปรวนทางเดียว F-test (One - Way ANOVA)
3. การหาค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ Fisher's Least Significance Difference : LSD