

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งห่อ พรานทะเล ในเขตบางแค ผู้วิจัยได้มีวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำไปวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้คือ

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งห่อ พรานทะเล เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 41) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อน 5 % ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และสำรวจ 15 คน โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน สูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทนจำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนประชากรที่ผู้กำหนดจะสุ่ม

z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

คือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % z มีค่าเท่ากับ 1.96

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

โดยกำหนดให้ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% เท่ากับ 0.05

$$n = \frac{\text{โดยแทนค่าจะได้} \quad (0.5)(1-0.05)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385$$

และเพื่อให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์ จึงเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% ของกลุ่มตัวอย่าง ($385 \times 4\% = 15.4$) หรือสำรอง 15 คน โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การเลือกกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งห่อพรานทะเล

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จนครบ 400 ชุด

3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งห่อ พรานทะเล ในเขตบางแค โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทางด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous Question) และแบบตัวเลือก (Multichotomous Question) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งห่อพรานทะเล ของผู้ตอบ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจำนวน 11 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous Question) และแบบตัวเลือก (Multichotomous Question) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว โดย

- ข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบเคยเลือกซื้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล บ่อยที่สุด เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale)
- ข้อที่ 7 เป็นคำถามเกี่ยวกับมื้ออาหารที่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อพรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อที่ 8 เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale)
- ข้อที่ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale)
- ข้อที่ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ซื้อโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale)
- ข้อที่ 11 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานที่บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล จำนวน 26 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านผลิตภัณฑ์ 6 ข้อ ด้านบรรจุภัณฑ์ 4 ข้อ ด้านราคา 5 ข้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ข้อ และข้อการส่งเสริมการตลาด 7 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ตัวเลือก ดังต่อไปนี้

ระดับ 5	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ระดับ 3	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2554: 82) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้วยการหาช่วงกว้างของอัตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บริโภคให้ความสำคัญ

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บริโภคให้ความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บริโภคให้ความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล จำนวน 16 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านกิจกรรม 5 ข้อ ด้านความสนใจ 7 ข้อ ด้านความคิดเห็น 4 ข้อ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด โดยใช้ระดับการวัด

ประเภทอัตราส่วน (Interval Scale) ใช้มาตรฐานประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดให้มี 5 ตัวเลือก ดังต่อไปนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ปฏิบัติและเห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ปฏิบัติและเห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปฏิบัติและเห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ปฏิบัติและเห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ปฏิบัติและเห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2554: 82) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้วยการหาช่วงกว้างของอัตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็น เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็นในข้อนั้น มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็นในข้อนั้นมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็นในข้อนั้นปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็นในข้อนั้นน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็นในข้อนั้นน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาแนวคิดและกรอบการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการเลือกตัวแปรที่เกี่ยวข้องและเพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของงานวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบและกำหนดขอบเขตของแบบสอบถามส่วนต่างๆที่ต้องการทำการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทเพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ก่อนนำแบบสอบถามนั้นไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ 95 % โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ใช้สูตรของ ครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548: 34) ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของคำถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

โดยเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ ควรมีค่ามากกว่า 0.70 จึงจะเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่น ซึ่งความเชื่อมั่นจากการทดสอบแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.928 แบ่งเป็นรายด้าน ได้แก่

ค่าความเชื่อมั่น เรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.906

ค่าความเชื่อมั่น เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต มีค่าเท่ากับ 0.838

5. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากข้อมูล 2 แบบดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เก็บกลุ่มตัวอย่างวันละ 50 ชุด ดำเนินการเก็บ 8 วัน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน 2556 ถึงวันที่ 20 พฤศจิกายน 2556 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในสถานที่ต่างๆ ที่ได้คัดเลือกไว้ในการตอบคำถาม โดยก่อนที่ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายถึงข้อสงสัยและวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

หนังสือทางวิชาการ งานวิจัย และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือนิตยสารต่างๆ

3.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด ที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า โดยเริ่มจาก 001 จนถึง 400

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้วนำมาบันทึกในคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Social Sciences) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน ซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency)

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2 การวิเคราะห์เชิงสถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจโดยแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์สถิติด้วยข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐานของแต่ละข้อ โดยใช้สถิติต่างๆในการวิเคราะห์ดังนี้

3.2.1 ทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1 เป็นการหาความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ทดสอบตัวแปรด้านเพศ ด้วยสถิติ Independent Simple t-test ทดสอบตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ด้วยสถิติ One-Way Analysis of Variance (ANOVA) เพื่อ

ทดสอบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งยี่ห้อพรานทะเล

3.2.2 ทดสอบสมมติฐาน ข้อ 2 เป็นการหาความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ทดสอบตัวแปรด้านสถานที่ที่เลือกซื้อ และด้านความถี่ในการบริโภค ด้วยสถิติ One-Way Analysis of Variance (ANOVA) เพื่อทดสอบว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ด้านสถานที่ที่เลือกซื้อ และด้านความถี่ในการบริโภคแตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งยี่ห้อพรานทะเล

3.2.3 ทดสอบสมมติฐาน ข้อ 3 เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวคือรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งยี่ห้อ พรานทะเล แตกต่างกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบตัวแปร

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ประกอบด้วย

1.1 การหาร้อยละใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2553: 40)

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

เมื่อ P แทนค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทนความถี่ที่สำรวจได้

n แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550:39)

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

เมื่อ \bar{X} แทน คะแนนค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2553: 65)

$$S = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{(n - 1)}}$$

เมื่อ S แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
x_i แทน	ข้อมูลดิบแต่ละตัว
\bar{x} แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง
n แทน	ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบร็ค (Cronbachs' alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2552: 34) ใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{\overline{k \text{ covariance} / \text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ k แทน	จำนวนคำถาม
$\overline{\text{Covariance}}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถาม
$\overline{\text{Variance}}$ แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.1 ค่าสถิติ Independent Sample t- test (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2552: 108) ใช้สูตรดังนี้

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ $n_1 + n_2 - 2$ โดยที่

$$S_p^2 = \frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

3.1.2 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_p \sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ V โดยที่

$$V = \frac{(S_1^2/n_1 + S_2^2/n_2)^2}{\frac{S_1^2/n_1}{n_1-1} + \frac{S_2^2/n_2}{n_2-2}}$$

เมื่อ \bar{X}_i แทนค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

S_p แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i แทนขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ i

S_i^2 แทนค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

3.2 ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย PEARSON Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552: 280) ใช้สูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

โดยที่ r_{XY}	แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
n	แทนจำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง
$\sum XY$	แทนผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y ทุกคู่
$\sum X$	แทนผลรวมของค่าตัวแปร X
$\sum Y$	แทนผลรวมของค่าตัวแปร Y
$\sum X^2$	แทนผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X
$\sum Y^2$	แทนผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า r มีค่าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งมีเกณฑ์ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2553: 316)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ ระหว่าง 0.91 – 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ ระหว่าง 0.71 – 0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ ระหว่าง 0.31 – 0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ ระหว่าง 0.01 – 0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง