

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือในการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านฉวีวรรณและร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 246 คน

เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คัมเบิตยู. จี. คอชแรน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (W.G. Cochran, 1953 อ้างถึงใน วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2553 : 140) โดยกำหนดให้มีค่าความคลาดเคลื่อน (d) ของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 5 ดังนี้

จากสูตร

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

โดยแทนค่า	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	p	=	สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษาต้องการสุ่ม
	z	=	ความมั่นใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 1.96
	d	=	สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (ในทางสังคมศาสตร์นิยมกำหนดให้เกิด ความคลาดเคลื่อนที่ ร้อยละ 5 หรือ 0.05)

แทนค่าในสูตรจะได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.20(1-0.20)1.96^2}{0.05^2} \\ n &= \frac{0.20 \times 0.80 \times 3.8416}{0.0025} \\ n &= 245.86 \text{ หรือ } 246 \text{ คน} \end{aligned}$$

3. การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ร้านฉวีวรรณ และร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่ในบริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ซึ่งมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) จำนวน 5 ข้อ

2. ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 26 ข้อ

3. ตอนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ แบบสอบถามเป็นแบบ มาตรฐานประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 34 ข้อ

การสร้างเครื่องมือในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเอง เป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอยู่ในการควบคุมดูแล และให้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือศึกษา ดังต่อไปนี้

1. กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบปัญหาตาม วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการศึกษา โดยยึดหลักว่า ต้องอยู่ในหลักแห่งข้อเท็จจริง

2. นำเครื่องมือการศึกษามากำหนดเป็นแบบสอบถาม แล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ เพื่อทำการตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และแก้ไขปรับปรุง

3. นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบ ความเที่ยงตรง (Validity) ทั้งความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความ เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ มีดังนี้

3.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา วุฒิการศึกษา.D.M (การ จัดการธุรกิจ) ตำแหน่งประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านโครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมและความ ถูกต้องของแบบสอบถาม

3.2 ดร.ไพศาล วรคำ วุฒิการศึกษา.ศ.ค. (วิจัยและประเมินผลการศึกษา) ตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ และการวัดผลและการประเมินผลการศึกษา เพื่อตรวจสอบความ เหมาะสมของรูปแบบเครื่องมือ

3.3 ดร.ชนินทร์ วัฒนินท์ วุฒิการศึกษา ศ.ศ.ค (บริหารสังคม) ตำแหน่ง รองอธิการบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของข้อความที่ใช้

จากนั้นผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อแล้วนำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาคำ IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง (Index Objective Congruence)
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

$R = +1$ หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

$R = 0$ หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

$R = -1$ หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

หลังจากวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC แล้วพบว่า รายการข้อคำถาม มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไปทุกข้อ และตรวจสอบแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่า IOC ถ้าพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.67 – 1.00 หมายความว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ดังรายละเอียดแสดงในภาคผนวก ข

4. นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน จากนั้นนำเสนอประธานกรรมการและกรรมการควบคุมการค้นคว้าอิสระ เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติมจนกระทั่งได้แบบสอบถามฉบับร่างที่สมบูรณ์

5. หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลองซึ่งมีใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้บริโภคร้านอาหารผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้าน สัมตำรุ่งโรจน์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 30 ชุด นำผลจากการทดลองมาวิเคราะห์ ดังนี้

5.1 หาค่าจำแนกรายข้อโดยใช้สถิติ Item – total Correlation ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นภาพรวมได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าจำแนกรายข้อ โดยใช้สถิติ Item – total Correlation

ค่าจำแนกรายข้อ	Item – total Correlation	
	สูงสุด	ต่ำสุด
ส่วนประสมทางการตลาด	0.75	0.23
การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ	0.84	0.22
ภาพรวม	0.80	0.23

5.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. 2553 : 185) ซึ่งในการศึกษารั้วนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.78 ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข

6. ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try – out) มาหาคุณภาพของแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด จากนั้นจึงสร้างแบบสอบถามฉบับจริง

7. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านจิววรรณและร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ รวมจำนวนทั้งสิ้น 246 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. นำหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงผู้จัดการร้านจิววรรณและร้านวิลาวัลย์เภสัช เพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามแก่ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้าน

2. จัดแจงผู้ช่วยศึกษา จำนวน 3 คน เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดของแบบสอบถาม วิธีการแจก และการเก็บแบบสอบถาม

3. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพที่ร้านจิววรรณและร้านวิลาวัลย์เภสัช ที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าตลาดสดเทศบาลตำบลปากคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยการแจกแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจและให้กรอกแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด จำนวน 246 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์

การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคืน

1.2 นำแบบสอบถามทั้งหมด มาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ และให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดระดับค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

1.3 นำข้อมูลมาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (แบบสอบถามตอนที่ 1) โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการศึกษา จากแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และสมมุติฐานข้อที่ 1

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษากำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

ระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

ระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดมาก กำหนดให้ 4 คะแนน
 ระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน
 ระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน
 ระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน
 แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย
 ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทาง
 การตลาดของผู้บริโภค อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทาง
 การตลาดของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทาง
 การตลาดของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทาง
 การตลาดของผู้บริโภค อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทาง
 การตลาดของผู้บริโภค อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริม
 อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ
 การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ
 โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย
 (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ
 ตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการศึกษา จากแบบสอบถามตอนที่ 3
 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และสมมุติฐานข้อที่ 2

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษากำหนดการให้คะแนนคำตอบของ
 แบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 99-100)

การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
 ระดับมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
 ระดับมาก กำหนดให้ 4 คะแนน

การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
ระดับปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน

การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
ระดับน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน

การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ
ระดับน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย
ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 118)

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.4 การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริม
อาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ โดยใช้เทคนิคการ
วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยโปรแกรม
คอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทดสอบปัจจัยต่าง ๆ ว่ามีปัจจัยใดบ้าง ที่มีอิทธิพลต่อ
ตัวแปรตาม ที่ทำให้แบบจำลองมีค่าการประมาณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก
บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ
โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นตรง แบบกำหนดตัวแปรเข้าไปในสมการทั้งหมด (Enter
Method) ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติที่แสดงค่าของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ที่มีผลต่อตัวแปร
ตามอีกตัว เพื่อที่จะพยากรณ์ค่าตัวแปรตาม (Y) จำนวน 5 ตัว เมื่อทราบ ค่าต่าง ๆ ของตัว
แปรอิสระ (X) จำนวน 9 ตัว และนำผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นตรงไปตอบ
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และสมมุติฐานข้อที่ 3 เพื่อแสดงว่า ตัวแปรอิสระ จำนวน 9 ปัจจัย มี

ผลต่อตัวแปรตาม 5 ปัจจัย เรียงลำดับจากปัจจัยที่มีค่ามากที่สุดไปหาปัจจัยที่มีค่าน้อยที่สุด
 ปละมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 นำผลการศึกษาเสนอตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยใช้ตารางวิเคราะห์ผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546 : 213)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง (Index Objective Congruence)

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน มีดังนี้

R = +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

R = 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

R = -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

1.2 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminate Power)

โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของ

แบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนรวม (Item - total Correlation) โดยใช้สูตร ดังนี้ (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2553 : 183)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในที่นี้คือค่าความเที่ยง
	$\sum X$	แทน	ผลบวกของคะแนนชุด X
	$\sum Y$	แทน	ผลบวกของคะแนนชุด Y
	N	แทน	จำนวนข้อของแบบวัด
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่างคะแนนแต่ละข้อกับ คะแนนรวมแต่ละคู่
	X^2	แทน	กำลังสองของคะแนน X
	Y^2	แทน	กำลังสองของคะแนน Y

1.3 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of Test) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งหาได้จากสูตร ดังนี้ (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2553 : 185)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

กำหนดให้ α แทน ค่าความเที่ยงของเครื่องมือ

k แทน จำนวนข้อทั้งหมดของแบบสอบถาม

s_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละรายข้อ

s^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

2. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

2.1 ร้อยละ (Percentage)

2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

2.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยนำสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Product Moment Correlation Coefficient Analysis) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์

เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ไม่เข้าใกล้ 1 หรือไม่ควรเกิน 0.80

3.2 วิเคราะห์การถดถอย (Multivariate Analysis) เพื่ออธิบายการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด กับตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอย (Multiple Regression Analysis) มีสมการถดถอย ดังนี้

β_{0i} คือ ค่าคงที่ของสมการเส้นถดถอย

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_n$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)

X_1 = ปัจจัยส่วนบุคคล

$X_{1,1}$ = เพศ

$X_{1,2}$ = อายุ

$X_{1,3}$ = ระดับการศึกษา

$X_{1,4}$ = อาชีพ

$X_{1,5}$ = รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

X_2 = ส่วนประสมทางการตลาด

$X_{2,1}$ = ด้านผลิตภัณฑ์

$X_{2,2}$ = ด้านราคา

$X_{2,3}$ = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_{2,4}$ = ด้านการส่งเสริมการตลาด

Y = การตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

Y_1 = การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ

Y_2 = การค้นหาข้อมูล

Y_3 = การประเมินทางเลือก

Y_4 = การตัดสินใจเลือก

Y_5 = การประเมินหลังการซื้อ

$$Y = \beta_{01} + \beta_1 X_{1,1} + \beta_2 X_{1,2} + \beta_3 X_{1,3} + \beta_4 X_{1,4} + \beta_5 X_{1,5} + \beta_6 X_{2,1} + \beta_7 X_{2,2} + \beta_8 X_{2,3} + \beta_9 X_{2,4}$$



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY