

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่หนึ่ง** ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากมุสลิมในกรุงเทพมหานครที่รู้จัก ตั้งใจ และเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร พร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และผู้ประกอบการธุรกิจจำนวน 9 คน โดยนำผลการสัมภาษณ์มาบูรณาการ เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร มีความครอบคลุม 2 มิติ คือ จากมุสลิมที่รู้จัก ตั้งใจ และเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และผู้ประกอบการธุรกิจ และจากหลักทฤษฎีที่ทบทวนในวรรณกรรม

**ขั้นตอนที่สอง** ได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรการวิจัย เป็นมุสลิมในกรุงเทพมหานครจำนวน 382,385 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2553)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นมุสลิมในกรุงเทพมหานครที่รู้จัก ตั้งใจ และเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร พร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

1) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2) การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากชุมชนมุสลิมในกรุงเทพมหานครทุกกลุ่มของเขตในกรุงเทพมหานคร

สำหรับการแบ่งกลุ่มตามการบริหารงานของกรุงเทพมหานครนั้น กรุงเทพมหานครได้แบ่งเขตทั้ง 50 สำนักงานเขตออกเป็น 6 กลุ่ม ตามที่ตั้งของพื้นที่และตามการบริหารงานของกรุงเทพมหานคร (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2556) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 การแบ่งกลุ่มตามการบริหารงานของกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่	กลุ่มตามการบริหารงานของ กทม.	จำนวน เขต	สำนักงานเขต
1	กลุ่มรัตนโกสินทร์	9	เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ และเขตบางรัก
2	กลุ่มบูรพา	9	เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
3	กลุ่มศรีนครินทร์	8	เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว
4	กลุ่มเจ้าพระยา	9	เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา
5	กลุ่มกรุงธนใต้	8	เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราชบุรีบูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค
6	กลุ่มกรุงธนเหนือ	7	เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม
	รวม	50	

ที่มา: (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2556)

### การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นมุสลิม ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 9 คน ซึ่งผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย ผลงานทางวิชาการต่างๆ

2. ศึกษาวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และตัวแปรในการวิจัย  
 3. ทำการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่จะทำการศึกษาวิจัย และนำปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

4. ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะ จากนั้นส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try-out) กับมุสลิมในกรุงเทพมหานคร แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .958 แยกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .881 ปัจจัยบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .822 ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .842 และความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .827

ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และลักษณะความเป็นมุสลิม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check-List) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยความเชื่อ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ และด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวนรวม 32 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ประกอบด้วย ด้านกลุ่มอ้างอิงและด้านครอบครัว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวนรวม 17 ข้อ

ตอนที่ 4 ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 5 ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 19 ข้อ

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์สัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และผลงานทางวิชาการต่างๆ
2. จัดทำประเด็นการสัมภาษณ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเนื้อหา
3. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จัดพิมพ์เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ต่อไป ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบปลายเปิด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตในการแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากมุสลิมในกรุงเทพมหานคร
2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 400 ชุด
- 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีขั้นตอนดังนี้
  1. นำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและเก็บข้อมูลจากมุสลิมในกรุงเทพมหานคร และผู้ประกอบการธุรกิจ
  2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 9 คน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้วิเคราะห์วิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ แบบสอบถามปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ได้กำหนดระดับคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

ระดับความเป็นจริงมากที่สุด	ให้น้ำหนัก 5 คะแนน
ระดับความเป็นจริงมาก	ให้น้ำหนัก 4 คะแนน
ระดับความเป็นจริงปานกลาง	ให้น้ำหนัก 3 คะแนน
ระดับความเป็นจริงน้อย	ให้น้ำหนัก 2 คะแนน
ระดับความเป็นจริงน้อยที่สุด	ให้น้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นที่เท่ากัน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความเป็นจริงมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความเป็นจริงมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความเป็นจริงปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความเป็นจริงน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความเป็นจริงน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่
  - (1) การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย

ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ดังนี้

$r = 0$  หมายถึง ตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

$r = 1$  หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเป็นบวก

$r = -1$  หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเป็นลบ

(2) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression) กำหนดตัวแปรดังนี้

p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ
Y	หมายถึง	ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม
Y	=	$f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$
$X_1$	หมายถึง	ด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์
$X_2$	หมายถึง	ด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ
$X_3$	หมายถึง	ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล
$X_4$	หมายถึง	ด้านกลุ่มอ้างอิง
$X_5$	หมายถึง	ด้านครอบครัว
$X_6$	หมายถึง	ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ
$R^2$	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
Adj $R^2$	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ที่ปรับแล้ว
Std. Error	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าตัวแปร
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ
$\hat{Y}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของการตอบสนองการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยนำเสนอผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหา