

บทวิธีวิจัย

Methodology Corner

การเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารและเครื่องดื่ม และผลกระทบที่มีต่อเด็กไทย

นงนุช จินดารัตนาภรณ์ ปร.ด.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องผลกระทบการตลาดอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทยระหว่างพ.ศ. 2546-2555 พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดและตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการเลือก การซื้อ การบริโภค ความจงรักภักดีในตราสินค้า และค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม แต่การศึกษาเหล่านี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษาจนถึงอุดมศึกษา และพื้นที่การศึกษาอยู่ในระดับจังหวัดเท่านั้น ซึ่งไม่สามารถเป็นตัวแทนของเด็กไทยได้⁽¹⁾ อีกทั้งยังไม่มีการศึกษาผลกระทบของการพบเห็นการตลาดอาหารและเครื่องดื่มต่อเด็กในระดับประเทศที่เป็นข้อมูลปัจจุบัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้สนับสนุนสำนักโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ในการขับเคลื่อนร่างพระราชบัญญัติการควบคุมการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของเด็ก เพื่อลดการพบเห็นและเทคนิคจูงใจของการตลาดอาหาร⁽²⁾ ดังนั้น โครงการวิจัยการติดตามการตลาดอาหารและเครื่องดื่มในเด็กของประเทศไทยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการพบเห็นการตลาดอาหารและเครื่องดื่มและผลกระทบของการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่มีต่อเด็กไทย

การสำรวจของโครงการวิจัยมีกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1

ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล มีกิจกรรมการดำเนินงาน 4 กิจกรรม ดังนี้

1. การจัดเตรียมแบบสอบถาม นักวิจัยนำแบบสอบถามในไฟล์เวิร์ด (Word) ลงโปรแกรมควอทริก (Qualtrics) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มแบบสอบถามทั้งออนไลน์และออฟไลน์ แล้วตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ตรงกับแบบสอบถามในไฟล์เวิร์ด
2. การจัดทำคู่มือการเก็บรวบรวมข้อมูล นักวิจัยจัดทำคู่มือการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย (1) แบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล (2) คู่มือรหัส (code book) เป็นการเปลี่ยนรูปแบบข้อมูลโดยให้รหัสแทนข้อมูล เพื่อให้สามารถจำแนกลักษณะข้อมูล รหัสที่ใช้แทนข้อมูลอาจจะอยู่ในรูปตัวเลข ตัวอักษร หรือข้อความ ซึ่งโดยปกตินิยมกำหนดรหัสข้อมูลให้เป็นตัวเลข เช่น เพศ หากเป็นชาย รหัสคือ 1 และหญิง รหัสคือ 2 เป็นต้น (3) ภาพอาหาร 8 กลุ่ม ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย (4) เอกสารจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ได้แก่ หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมในการวิจัย และเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย และ (5) แผนการเก็บรวบรวมข้อมูลและพื้นที่และแผนที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การจัดการฝึกอบรม นักวิจัยจัดการฝึกอบรมปฏิบัติการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามฯ ให้แก่หัวหน้า-

งานภาคสนามและพนักงานสัมภาษณ์ เพื่อแนะนำโครงการวิจัย สร้างความเข้าใจแบบสอบถามและเอกสารจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และรับทราบพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ก่อนลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยนักวิจัยเปิดโอกาสให้หัวหน้างานภาคสนามและพนักงานสัมภาษณ์อภิปราย และถาม-ตอบ เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ จากนั้น นักวิจัยให้พนักงานสัมภาษณ์ฝึกปฏิบัติด้วยการแสดงบทบาทสมมติ (role-play) ด้วยการจับคู่กัน เช่น พนักงานสัมภาษณ์คนที่ 1 สมมติตนเองว่าเป็นเด็กอายุ 12 ปี แล้วให้พนักงานสัมภาษณ์คนที่ 2 เป็นผู้สัมภาษณ์โดยใช้โปรแกรมควอทริกในแท็บเล็ต จากนั้นสลับบทบาทกัน เพื่อสร้างความคุ้นเคยในการสัมภาษณ์และการใช้โปรแกรมควอทริกในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อจบการแสดงบทบาทสมมติ นักวิจัยเปิดโอกาสให้อภิปรายและแสดงความคิดเห็นจากการแสดงบทบาทสมมติ ในลำดับต่อมา นักวิจัยนำหัวหน้างานภาคสนามและพนักงานสัมภาษณ์ลงพื้นที่ในชุมชนที่มีเด็กที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างของโครงการวิจัย เพื่อให้พนักงานสัมภาษณ์ทดลองสัมภาษณ์เด็ก โดยใช้โปรแกรมควอทริกในแท็บเล็ต เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมนี้ นักวิจัยจัดให้มีการทบทวนและสะท้อนคิดหลังจากทดสอบการเก็บรวบรวมข้อมูล (after action review: AAR) เพื่อให้พนักงานสัมภาษณ์สะท้อนปัญหาและอุปสรรคของการสัมภาษณ์เด็ก และแสวงหาแนวทางแก้ไข ปัญหาและอุปสรรคอันจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ ประสบผลสำเร็จ และการทำ AAR ควรทำทันที หลังจากจบงานนั้น ๆ หรือเร็วที่สุดที่จัดหาเวลาได้ เพราะพนักงานสัมภาษณ์ยังจำเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการสัมภาษณ์ได้ดี ส่งผลให้การทดสอบสัมภาษณ์นั้นได้ถูกนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม⁽³⁾

4. การติดต่อประสานงานพื้นที่เป้าหมาย หัวหน้างานภาคสนามดำเนินการสืบค้นข้อมูลและติดต่อประสานงานกับผู้นำชุมชนของพื้นที่เป้าหมาย เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยและขอความร่วมมือจากผู้นำชุมชนในการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ ในแต่ละพื้นที่

จากนั้น หัวหน้างานภาคสนามนัดหมายกับผู้นำชุมชน และลงพื้นที่เป้าหมายตามวันเวลาที่นัดหมายพร้อมด้วยพนักงานสัมภาษณ์ เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ

ขั้นตอนที่ 2 ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล ในขั้นตอนนี้หลังจากพนักงานสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ ครบถ้วนในแต่ละวัน พนักงานสัมภาษณ์อัปโหลดข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ส่งให้แก่ักวิจัย จากนั้นนักวิจัยต้องตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลการตลาดอาหารฯ (data cleansing) ควบคู่ไปกับข้อมูลแผนการเก็บข้อมูลและพื้นที่และแผนที่การเก็บข้อมูล หากพบการขาดหายของข้อมูลหรือข้อมูลมีข้อผิดพลาด เช่น กรณีการขาดหายของข้อมูล ผู้เข้าร่วมการวิจัยลำดับที่ 12 ขาดข้อมูลน้ำหนักหรือส่วนสูง พนักงานสัมภาษณ์ประสานผู้เข้าร่วมการวิจัยลำดับที่ 12 ด้วยการโทรศัพท์หรือกลับไปยังพื้นที่เดิม เพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมให้ครบถ้วน ยกเว้นผู้เข้าร่วมการวิจัยลำดับที่ 12 ไม่ต้องการให้ข้อมูล นักวิจัยระบุข้อมูลที่ขาดหายไปเป็นค่าสังเกตที่ไม่มีการระบุค่าหรือค่าว่าง (missing data) ส่วนกรณีข้อมูลมีข้อผิดพลาด ผู้เข้าร่วมการวิจัยลำดับที่ 191 อยู่ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง แต่ข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นนอกเขตเทศบาล ไม่ใช่อำเภอเมือง นักวิจัยต้องสอบถามพนักงานสัมภาษณ์อีกครั้ง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว หากมีข้อผิดพลาด นักวิจัยดำเนินการแก้ไขข้อมูลดังกล่าวให้ถูกต้อง

ขั้นตอนที่ 3 หลังการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ ดำเนินการเสร็จสิ้น นักวิจัยต้องตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลการตลาดอาหารฯ อีกครั้ง หากพบการขาดหายของข้อมูลหรือข้อมูลมีความผิดพลาด นักวิจัยต้องประสานผู้เข้าร่วมการวิจัยด้วยการโทรศัพท์ เพื่อสอบถามและเพิ่มเติมข้อมูลให้ครบถ้วน จากนั้นนักวิจัยจัดการข้อมูลให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และระเบียบวิธีวิจัย รวมทั้งมีจริยธรรมในการจัดการข้อมูล เช่น ผู้เข้าร่วมการวิจัยลำดับที่ 12 ไม่ต้องการให้ข้อมูล

นักวิจัยไม่สามารถเพิ่มเติมข้อมูลเองได้ ต้องระบุเป็นคำว่าง เมื่อนักวิจัยจัดการข้อมูลการตลาดอาหารฯ เสร็จเรียบร้อยแล้วสามารถนำข้อมูลดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดอาหารฯ ต่อไป

ดังนั้น การเก็บรวบรวมข้อมูลการตลาดอาหารฯ เป็นกระบวนการสำคัญที่ต้องมีการวางแผนและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพซึ่งนำมาใช้ในการวิเคราะห์และสามารถตอบคำถามและวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยได้อย่างถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

1. นงนุช ใจชื่น, ณัฐพล ชวลา. การศึกษาทบทวนข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวกับผลกระทบด้านการทำการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง ของประเทศไทยและต่างประเทศ. นนทบุรี: มูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ 2556.
2. สำนักโภชนาการ กรมอนามัย. ร่างพระราชบัญญัติควบคุมการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพเด็ก พ.ศ. (2565). นนทบุรี: สำนักโภชนาการ กรมอนามัย 2567.
3. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. การทบทวนหลังทำงานหรือหลังปฏิบัติหรือหลังกิจกรรม (After Action Review-AAR). ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ; 2557.