



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มีผลต่อร้านถ่ายภาพ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดนครนายก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านถ่ายภาพ โดยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านถ่ายภาพ 62 แห่ง ที่เปิดดำเนินการในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดนครนายก จำนวนผู้ประกอบการร้านถ่ายภาพ 8 แห่ง โดยเลือกทำการวิจัยโดยการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด อำเภอละ 1 ร้าน และ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านละ 50 ชุด

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ คือลูกค้าที่มาใช้บริการร้านถ่ายภาพ 62 แห่งที่เปิดดำเนินการในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และร้านถ่ายภาพ 8 แห่ง ที่เปิดดำเนินการในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่เป็นลูกค้า จึงคำนวณวิธีการหากลุ่มตัวอย่างจากสูตร โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิด 0.05 หรือ ร้อยละ 5 ดังสูตรต่อไปนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2544 : 121)

$$\text{สูตร } n = \left[\frac{Z^2}{2e^2} \right]$$

$$\begin{aligned} \text{โดย } Z^2 & \text{ ค่าความเชื่อมั่น 95\%} & = 1.96^2 \\ 2e^2 & \text{ ค่าความคลาดเคลื่อน 5\% จะได้เป็น } (2 \times 0.05)^2 & = 0.01 \end{aligned}$$

$$\text{จะได้ } n = \left[\frac{(1.96)^2}{2(0.05)^2} \right] = 384.16 \approx 400 \text{ คน}$$

3. การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างจากตัวอย่างของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านถ่ายภาพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดนครนายก โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างลูกค้าและตัวอย่างร้านจำหน่ายเป็นแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวนตัวอย่างลูกค้าจังหวัดละ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check-list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check-list)

ส่วนที่ 3 ระดับการตัดสินใจมาใช้บริการร้านถ่ายภาพของลูกค้า ลักษณะเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100)

5 คะแนน	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์การวัดระดับการตัดสินใจ

การวัดระดับการตัดสินใจโดยมาตรส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์สำหรับแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536 : 156 – 157)

$$\text{ระดับค่าเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



ค่าเฉลี่ย	4.20 – 5.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.40 – 4.19	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.60 – 3.39	หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.80 – 2.59	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.79	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่สร้างขึ้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง และนำกลับมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำผลของข้อมูลที่ได้เฉพาะที่มีการวัดมาตราส่วนประมาณค่ามาคำนวณหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรของ Cronbach ซึ่งเรียกว่า “สหสัมประสิทธิ์แอลฟา” (α -Coefficient) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นให้ใกล้เคียงกับ 1 (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 96) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.9394

$$\text{จากสูตร} \quad \alpha = \frac{k}{k-1} - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

k = จำนวนข้อของคำถาม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถาม

S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวมความเที่ยงของแบบสอบถามต่อไปซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้โดยใช้วิธีการสำรวจจากการสร้างแบบสอบถามแล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้เวลาประมาณ 3 เดือน เก็บแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 800 ชุด



2. ได้จากการค้นคว้ารวบรวมข้อมูล ตำราวิชาการเอกสาร ผลงานวิจัยจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สำนักหอสมุดแห่งชาติ หอสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หอสมุดมหาวิทยาลัยรามคำแหง หอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยบริการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หอสมุดสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และห้องสมุดสภาวิจัยแห่งชาติ

เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2540 : 40 – 49) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ
2. ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจของลูกค้าในการมาใช้บริการร้านถ่ายภาพ
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจของลูกค้าในการมาใช้บริการร้านถ่ายภาพ
4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t – test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงที่มีระดับการตัดสินใจมาใช้บริการร้านถ่ายภาพ และพฤติกรรมกับระดับการตัดสินใจมาใช้บริการร้านถ่ายภาพ
5. การทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA : F – test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่มี 3 กลุ่มขึ้นไปมาใช้บริการร้านถ่ายภาพ
6. การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไค-สแควร์ (χ^2 : Test of independent) เพื่อหาความสัมพันธ์ (หรือความแตกต่าง) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านถ่ายภาพ