

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าประชาชนที่มาเที่ยวชมและเลือกซื้อมีดอร์ญุญกโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่า ร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ดังสูตรต่อไปนี้ (Codran,1953:อ้างใน อภินันท์ จันตะนี. 2549:26)

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทนจำนวนตัวอย่าง

P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่มโดยนำค่าสถิติในอดีตมาใช้แทนได้

Z แทนความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95% หรือผิดพลาด 5%)

e แทนสัดส่วนในการคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากผลการคำนวณได้ 384.16 ดังนั้น เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และสร้างความเชื่อมั่นในแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

### 3. การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่เกี่ยวข้องและเลือกซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริเวณตลาดอรัญญิก ร้านผู้ผลิต / กลุ่มผู้ผลิตที่มีเครื่องหมายการค้าที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ร้านนายวินัย รวยเจริญ) ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยอาศัยหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. กระบวนการสร้างเครื่องมือและทดสอบเครื่องมือ
2. กระบวนการรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูล
3. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมเรียบร้อยแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ตอนที่ 1 และตอนที่ 2 นำไปแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูล

ตอนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า

ตอนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า และ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า

การตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/การตัดสินใจที่น้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/การตัดสินใจที่น้อย
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/การตัดสินใจปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/การตัดสินใจที่มาก
- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/การตัดสินใจที่มากที่สุด

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลโดยใช้เกณฑ์ มีรายละเอียด ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

กำหนดหลักเกณฑ์และความหมายจากแบบสอบถามที่วัดได้ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ การตัดสินใจซื่อมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ การตัดสินใจซื่อมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ การตัดสินใจซื่อปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ การตัดสินใจซื่อน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ การตัดสินใจซื่อน้อยที่สุด

โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ตอนด้วยกัน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิภาค

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า มี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า โดยลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า มี 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ปัญหาและอุปสรรค

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บและรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยทำการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ชุด โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม 2550 ถึง เดือนมีนาคม 2550

การรวบรวมข้อมูล ได้กำหนดขั้นตอนในการรวบรวมไว้ดังนี้

1. แจกแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยนำแบบแบบสอบถามไปสอบถาม ประชาชนที่เชี่ยวชาญและเลือกซื้อสินค้า OTOP โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัด (OTOP) พระนครศรีอยุธยา บริเวณตลาดออโต้ OTOP ร้านผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิตมี OTOP ที่เข้าร่วมโครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ร้านนายวินัย รวยเจริญ) ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. รวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการ วิเคราะห์ผล จำนวน 400 ชุด
3. นำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย ได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาทำการประมวลผลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS for windows) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่ออธิบายความถี่และร้อยละ ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และตอนที่ 2 ปัจจัยในการ ตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า
2. ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า และตอนที่ 4 ระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูล ที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า และที่ 4 ระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test (Independent sample) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ของลูกค้า

5. ค่าสถิติ One-way ANOVA: F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามียุทธศาสตร์ทางสถิติ จึงเปรียบเทียบจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD produce

6. ค่าสถิติ  $\chi^2$  : Test of independent . ใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กัน แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถ้าผลทดสอบ มีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ไม่สัมพันธ์กัน แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

7. ความสัมพันธ์ (Correlation) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการฯ ของลูกค้า กับระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ของลูกค้า

สำหรับการแปลความหมาย ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ตามเกณฑ์การจัดระดับความสัมพันธ์ของ (อภิรักษ์ จันตะนี. 2549 : 7) ซึ่งได้ใช้กับทิศทางบวก และทิศทางลบ ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์	.01 - .20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์	.21 - .40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์	.41 - .60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์	.61 - .75	มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
ค่าสหสัมพันธ์	.76 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่าสหสัมพันธ์	.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก