

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (1953) (อภิสิทธิ์ จันตะนีและคณะ. 2550 : 89)

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

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่ $\frac{\alpha}{2}$ ได้จากค่าระดับ

ความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าว จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพิ่มเชื่อมั่นในทางสถิติ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มขึ้น จาก 384 คนเป็นจำนวน 400 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง (Random sampling)

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้
 - 2.1 ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ
 - 2.3 นำแบบสอบถามที่สร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง
 - 2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ดร.ปรีชา วรรัตน์ไชย ดร.ศิริมณี จรรยา รศ.ลำยอง ปลั่งกลาง ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง
3. ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับผู้ค้าปลีก เป็นแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวความคิด (Conceptual framework) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

 - ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก เป็นแบบสอบถามตรวจรายการ
 - ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก เป็นแบบสอบถามตรวจรายการ
 - ตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า
 - ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การตรวจให้คะแนนแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นรายชื่อตามเกณฑ์ ที่กำหนดไว้ ดังนี้

มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจมาก	4	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจน้อย	2	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

4. เกณฑ์การประเมินแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ใช้คะแนนเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2546 : 126-137)

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

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

5. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การทดลองเครื่องมือ เมื่อได้แบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วก็นำไปทดลองใช้กับผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน จำนวน 30 ชุด จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยวิธี ครอนบาช อัลฟา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม มีขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยผู้วิจัยและผู้ช่วย ได้แจกแบบสอบถามให้ผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน เมื่อลูกค้าได้กรอกข้อมูลลงในแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยและผู้ช่วยรอรับและรวบรวมแบบสอบถามที่กรอกเรียบร้อยแล้วให้ได้ครบ 400 ชุด จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวม และค้นคว้ามาจากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์สำนักงานสภาวิจัยแห่งชาติ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549 : 40-49) ใช้ t-test, F-test, LSD (Fisher's least-significant different) และ χ^2 : Test of Independent ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก และตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายความเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน
4. ค่าสถิติ Independent Sample : t-test ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก กรณีตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า มีระดับการตัดสินใจ แตกต่างกัน

5. ค่าสถิติ One-way ANOVA (F-test) ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 3 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก และ จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก กรณีตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความสำคัญทางสถิติ จึงเปรียบเทียบจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า มีระดับการตัดสินใจ แตกต่างกัน

6. การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันด้วยไคสแควร์ (Chi-squared : χ^2) และค่า Cramer's V ซึ่งเป็นการวัดความเข้มของความสัมพันธ์ทางสถิติโดย

ค่า V = 0	=	ตัวแปร 2 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ค่า V=0.01-0.25	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่า V=0.26-0.55	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่า V = 0.56-0.75	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่า V = 0.76-0.99	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
ค่า V = 1	=	ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก ถ้าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก