

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ดำเนินการวิจัยมีความถูกต้องและสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกเว็บไซต์อ็อบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งเคยซื้อสินค้าหัตถกรรมผ่านทางเว็บไซต์อ็อบย์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (เว็บไซต์อ็อบย์ ไม่เปิดเผยตัวเลขที่แน่นอน)

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนสมาชิกเว็บไซต์อ็อบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งเคยซื้อสินค้าหัตถกรรมผ่านทางเว็บไซต์อ็อบย์ ที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ ดับเบิลยู. จี. คอชเรน (อกินันท์ จันตะณี, 2550 : 25 ; อ้างอิงจาก Cochran, 1953. **Sampling Techniques.**)

สูตร

$$n = \frac{1}{(4e^2 / Z^2)}$$

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะได้จากการคำนวณ

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = .05)

Z คือ ค่าที่ได้จากการเปิดสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่ $\alpha/2$ ได้จากค่าระดับความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่า

$$n = \frac{1}{(4 (0.05^2 / 1.96^2))}$$

$$n = 384.16$$

จากผลการคำนวณ และเพื่อความสะดวกในการตรวจนับ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota) จากสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป จำนวน 400 คน และ สมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถามสำหรับสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งเป็นแบบสอบถามภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวความคิด (Conceptual framework) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าทดแทนของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open questionnaire)

ตรวจให้คะแนนเป็นรายข้อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

มีระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อ	4	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อน้อย	2	คะแนน
มีระดับการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536 : 156-157)

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20 - 5.00 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.40 - 4.19 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อ

ค่าเฉลี่ย 2.60 - 3.39 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.80 - 2.59 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.79 หมายถึง ระดับการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

การทดลองเครื่องมือ

จากการได้สร้างแบบสอบถาม ได้นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ (Try out) โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป จำนวน 15 คน และ สมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 15 คน ซึ่งไม่ได้ อยู่ในกลุ่มที่เก็บข้อมูลจริง แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดำเนินการ โดยใช้วิธีของ Cronbach's alpha ได้ค่าความเชื่อมั่น .8217

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการส่งแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์อียิปต์ไปถึง สมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป จำนวน 400 คน และ สมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นแบบสอบถามภาษาอังกฤษ และ ขอให้สมาชิกเหล่านั้นส่งแบบสอบถามกลับคืนมา ซึ่งทำในเดือนพฤศจิกายน และ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วจึงนำไปประมวลผล ข้อมูลด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวม และ ค้นคว้ามาจากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดของสำนักงานสภาวิจัยแห่งชาติ และ ค้นคว้า จากเว็บไซต์ทั้งในประเทศ และ เว็บไซต์ต่างประเทศ

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้ t-test, F-test, LSD และ χ^2 ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์ และ แบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าสินค้า หักลดกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าหักลดกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อียิปต์
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐานของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าหักลดกรรมของ สมาชิกเว็บไซต์อียิปต์

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และ LSD. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์

5. ค่าไคสแควร์ (χ^2 : Test of Independent) ใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ กับ แบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ โดยได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่ามีความสัมพันธ์กันหรือปัจจัยได้ส่งผลต่อการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน แต่ถ้าผลการทดสอบมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่าไม่มีสัมพันธ์กันหรือปัจจัยไม่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน