

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การสร้างและทดสอบเครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัย ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากรที่ซื้อเครื่องสำอาง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (1953) (อภิรักษ์ จันตะนี. 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  $\frac{\alpha}{2}$  ได้จากค่าระดับความ

เชื่อมั่นซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

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

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

$$n = 384.16$$

กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เท่ากับ 384.16 ราย เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 385 ราย

### 3. การสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental random sampling) จากประชาชนที่ซื้อเครื่องสำอางที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 1. การสร้างเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาคือแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร และตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

1.3 ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.4 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว จำนวน 6 ข้อ

**ตอนที่ 2** เป็นส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรใช้เครื่องสำอาง ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียวจำนวน 6 ข้อ

**ตอนที่ 3** เป็นส่วนที่เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อดูระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยคำถามจะเป็นแบบ มาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) ดังนี้

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

การตรวจให้คะแนนและตีความหมายของคะแนน

คำตอบที่ได้จากเครื่องมือแต่ละตอน มีเกณฑ์การให้คะแนนแตกต่างกันตามลักษณะของเครื่องมือ โดยในเรื่องของระดับการตัดสินใจ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536 : 156-157)

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

เกณฑ์การแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

**ตอนที่ 4** เป็นส่วนที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำถามจะเป็นแบบปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มาจาก 2 ส่วน ใหญ่ ๆ คือ

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด ให้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตอบเอง และรอรับกลับคืน

#### 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ได้จากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่นเอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่นที่ได้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำราทางวิชาการ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้เครื่องสำอาง

2. ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางกับแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่าน้อยกว่า 0.05 มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

5. การทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA : F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางกับแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้เครื่องสำอาง โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่าน้อยกว่า 0.05 มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

6. การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันด้วยไคสแควร์ (Chi-squared :  $\chi^2$ ) 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 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ค่า $V = 0.56-0.75$	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันสูง
ค่า $V = 0.76-0.99$	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
ค่า $V = 1$	=	ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้เครื่องสำอางโดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้เครื่องสำอาง ถ้าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้เครื่องสำอาง