



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการร้านอย่างรึมน้ำของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่อยู่ใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ได้นำจำนวนประชากรมาเพียงกลุ่มที่เข้ามาใช้บริการร้านอย่างรึมน้ำเท่านั้น

2. กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แท้จริงใช้สูตรของ โคฮาร์น (Cochran) (ยูทธ ไกยวรรณ. 2551 : 42) จึงได้กำหนดสัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม 25% หรือ 0.25 มีค่าความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อน 5% หรือ ใช้สูตรดังนี้

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

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม

Z คือ ค่าความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)

d คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{0.25(1-0.25)1.96^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 288$$

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 288 ตัวอย่าง

3. การสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability techniques) นั่นก็คือ การสุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างจำนวน 288 คน จาก ผู้ใช้บริการร้านอย่างริมน้ำ (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2552 : 128)

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย

การสร้างเครื่องมือ

ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงาน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบทดสอบ ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอย่างริมน้ำ เป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอย่างริมน้ำ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนค่า โดยแบ่งระดับของการวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ

5 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

หลังจากนั้น ให้นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดกลุ่ม 3 กลุ่ม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งเป็นระดับการตัดสินใจมาก ปานกลาง และน้อย ซึ่งจะให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2548 : 149)

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{3} = 1.33 \end{aligned}$$

เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยของระดับอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านย่างรมน้ำ โดยคำนวณค่าจากสูตรได้เกณฑ์วัดดังนี้

คะแนนเฉลี่ย		ระดับ
1.00 - 2.33	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
2.34 - 3.67	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
3.68 - 5.00	หมายถึง	มีผลต่อการตัดสินใจมาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ให้เขียนข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้น สำหรับการศึกษาคั้งนี้ และนำไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. หาความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในด้านสำนวนภาษา และการใช้ข้อความคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านย่างรมน้ำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทาน นำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์เพื่อตรวจความเที่ยงตรงของเนื้อหาตามทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบในการวิจัย

2. การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามนำไปทดลอง (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษาวิจัย เพื่อทดสอบความยากง่ายของชุดคำถาม จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่า $\alpha = 0.94$

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในทุกๆด้าน ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านย่างรมน้ำ จำนวน 288 ชุด โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง จากนั้นจึงนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ การรวบรวมข้อมูลได้กำหนดขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้



1.1 แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง เฉลี่ยวันละ 15 ชุด และรับกลับคืนทันทีจนครบตามจำนวน

1.2 รวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ผล

1.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทำการตรวจสอบความเรียบร้อย และความสมบูรณ์ในการตอบ

1.4 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่างๆ และผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ รายงานการวิจัย และสถิติข้อมูล โดยรวบรวมจากห้องสมุด และค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ประกอบในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษาครั้งนี้ และอ้างอิงในการเขียนรายงานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและวิเคราะห์ผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการร้านย่างรมน้ำ จะวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ

2.1 การทดสอบค่า t-test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เพศ, สถานภาพ

2.2 การทดสอบค่า F-test, One – way ANOVA สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตัวแปรตามได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อใช้บริการร้านย่างรมน้ำ โดยมีการระดับการวัดเป็น Interval scale คำนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .05