

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาของผู้บริโภคชาวไทย ผู้วิจัยกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population)

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนจังหวัดพะเยาและประชาชนในจังหวัดพะเยาซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวาของจังหวัดพะเยา

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแต่รู้ว่ามีจำนวนมากโดยใช้สูตรดังนี้ (ศิริรัช กาญจนวาสี, 2547 : 141-142)

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

เมื่อ

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม (0.5)
Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนด (95% = 1.96)
E	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

เมื่อแทนค่าแล้วจะได้ดังนี้

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

$$n = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

การศึกษาครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาโดยวิธีการเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2547 : 130-131) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นของประชากรแต่ละหน่วยที่จะได้รับการเลือก จึงเป็นการเลือกตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หรือการเลือกตัวอย่างแบบมีเจตนา ซึ่งส่วนมากใช้ในการศึกษาที่ไม่สามารถจะกำหนดขอบเขตของประชากรได้แน่นอน มีเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวกจำกัด อาศัยการตัดสินใจตามสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ส่วนใหญ่เป็นข้อคำถามปลายปิด และมีการใช้ข้อคำถามปลายเปิดในเรื่องของข้อเสนอแนะ แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคชาวไทย ประกอบด้วยเพศ สถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จังหวัดที่อยู่อาศัย รายได้ ฯลฯ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาของผู้บริโภค ลักษณะคำถามเป็นคำถามประเภทจัดลำดับ Likert Scale ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ฯลฯ

สำหรับการแปลผลของคำถามประเภทจัดลำดับ Likert Scale มีการแปลผลดังนี้ (ครุฑหาญตระกูล, 2541 : 38)

ระดับความสำคัญ	คะแนน
ให้ความสำคัญมากที่สุด	5
ให้ความสำคัญมาก	4
ให้ความสำคัญปานกลาง	3
ให้ความสำคัญน้อย	2
ให้ความสำคัญน้อยที่สุด	1

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของความสำเร็จจะใช้หลักในการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	มีความสำคัญในระดับมาก
2.50 - 3.49	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	มีความสำคัญในระดับน้อย
1.00 - 1.49	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

โดยคำถามทั้งฉบับมีการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ และการตลาดพิจารณาเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน (รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ภาคผนวก จ.)

3. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถาม ข้อมูลประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พฤติกรรมส่วนบุคคล และปัจจัยทางการตลาด โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1.1 อบรมพนักงานเก็บข้อมูลรวมทั้งชี้แจงวิธีการแจกแบบสอบถาม
- 1.2 กำหนดสถานที่และวันเวลาที่เก็บข้อมูล
- 1.3 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
- 1.4 ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถาม
- 1.5 ประมวลผล

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ เอกสารเกี่ยวข้องกับงานวิจัย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อินเทอร์เน็ต สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพะเยา เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา ซึ่งเมื่อรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้วจัดหมวดหมู่ ซึ่งต้องใช้การวิเคราะห์และประมวลผลทางคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของจังหวัดพะเยา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนในจังหวัดพะเยา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาของผู้บริโภคชาวไทย สถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)