

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ในเรื่อง พฤติกรรม ผู้บริโภคสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กับ ความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิต โดยศึกษา เฉพาะสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน คือ

1. การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการศึกษาข้อมูลในระดับ ทฤษฎี ประกอบไปด้วย หนังสือ บันทึกการประชุม เอกสารด้านสถิติ นโยบายรัฐ บทความ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับใช้ และการอ้างอิง ประกอบการศึกษาวิจัยให้สมบูรณ์
2. การสำรวจภาคสนาม (Field Study) เป็นการศึกษาข้อมูลในระดับปฐมภูมิ โดยสร้าง แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะทำให้การศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากร ที่ เป็นผู้บริโภคและผู้ผลิตกลุ่มต่าง ๆ

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ผู้บริโภค และผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้าประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ในงาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP CITY ครั้งที่ 4 “หลากหลายสีแห่งภูมิปัญญาไทย” ระหว่าง วันที่ 16 – 24 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยนี้ศึกษาประชากร 2 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. ผู้บริโภค เป็น ผู้บริโภคในงานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP CITY ครั้งที่ 4 “หลากหลายสีแห่งภูมิปัญญาไทย” ระหว่างวันที่ 16 – 24 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ณ ศูนย์การแสดง สินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งมีจำนวนประชากรไม่จำกัด ดังนั้นการสุ่มตัวอย่าง จึงใช้วิธีการสุ่ม แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ในประเภทการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

(Purposive Sampling) โดยหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีของ Naresh K. Malhotra (2002, p. 351) จะได้ประเภทของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาอยู่ในช่วง 300 - 500 ตัวอย่าง และต้องทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 200 ตัวอย่าง ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ซึ่งอยู่ในระหว่างกลาง ของ 300 - 500 ตัวอย่าง

2. ผู้ผลิต เป็นผู้ผลิตที่นำสินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง มาจำหน่ายในงานดังกล่าว ณ ศูนย์การแสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการประมวลแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยกำหนดให้เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยแบบสอบถามได้สร้างขึ้นมา 2 ชุด ชุดที่ 1 สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค และ ชุดที่ 2 สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ผลิต มีรายละเอียด ดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภค รูปแบบของแบบสอบถามมีสองลักษณะด้วยกัน คือ แบบสอบถามปลายเปิด และ แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended and open-ended Questionnaires) โดยผู้ตอบเลือกตอบคำถามที่กำหนดให้ โดยข้อคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคที่ศึกษา เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล ลักษณะของคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ และภูมิลำเนาเดิม ซึ่งมีคำถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ในเรื่องเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมืองในชีวิตประจำวัน และการพิจารณาในเรื่องของ ผลิตภัณฑ์ ราคา และ คุณภาพ จากร้านที่ผู้บริโภคให้การสนับสนุน พร้อมระบุชื่อร้านนั้นๆ ด้วย ประกอบด้วย คำถามจำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยภายใน และ ภายนอก จำนวน 46 ข้อ

ส่วนแบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ผลิต ประกอบไปด้วยแนวคำถามเกี่ยวกับความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิต ในเรื่องของ ผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับ รูปแบบคำถามในส่วนที่ 2 ของชุดที่ 1 โดยการออกแบบ แบบสอบถามเพื่อการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยตรง ลักษณะการสัมภาษณ์นั้นเป็นการพูดคุยอย่างมีจุดหมายตามแนวคำถามที่เตรียมไว้

แบบสอบถามทั้งหมดที่สร้างขึ้นได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษา และ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบรายละเอียดของข้อคำถาม (Items) ทุกข้อเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ก่อนนำไปทดสอบภาคสนาม หลังจากนั้นนำไปวิเคราะห์ หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษาจริง จำนวน 50 ชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.6952

ได้นำแบบสอบถามที่ดำเนินการแล้ว มาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมทั้งเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบปรับปรุงอีกครั้ง พร้อมทั้งนำเสนอให้คณะกรรมการพิจารณา เพื่อเชื่อมั่นได้ว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสามารถครอบคลุมเนื้อหา และอยู่ในเกณฑ์ที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนการศึกษาต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างชุดที่ 1 ก่อน เป็นการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและแจกแบบสอบถามพร้อมรื้อเก็บ โดยเครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วนำไปเก็บข้อมูล โดยขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคสินค้าประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง ที่ไปเลือกซื้อสินค้าในงานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP CITY ครั้งที่ 4 ระหว่างวันที่ 16 – 24 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

จากนั้นก็นำแบบสอบถาม ชุดที่ 1 ทั้งหมดที่เก็บข้อมูลเสร็จแล้ว มาคัดแยกเพื่อพิจารณาร้านค้า ที่กลุ่มตัวอย่างระบุไว้ในแบบสอบถาม โดยเลือกมา 3 ร้าน เพื่อนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในส่วนของผู้ผลิต คือ ร้านที่กลุ่มผู้บริโภคให้การสนับสนุน มากที่สุดทั้ง 3 ร้าน แล้วนำแบบสอบถามชุดที่ 2 ไปเก็บข้อมูลในเรื่องของความสามารถด้านการตลาดกับทั้ง 3 กลุ่ม โดยการสัมภาษณ์ และ บันทึกข้อมูล พร้อมทั้งถอดเทปคำพูดเพื่อความถูกต้องในเนื้อหา และ รายละเอียด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ กลุ่มผู้ผลิตในเชิงคุณภาพ เป็นการพรรณนา ร่วมกับข้อมูลที่ได้จาก กลุ่มผู้บริโภค ซึ่งใช้คอมพิวเตอร์ในการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for the Social sciences) และใช้สถิติพรรณนาลักษณะทั่วไปของกลุ่มที่ทำการศึกษา ได้แก่

1. การคำนวณหาค่าแจกแจงข้อมูล (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลทั่วไปของประชากรของกลุ่มผู้บริโภค ที่ทำการศึกษา

2. การคำนวณหาค่าแจกแจงข้อมูล (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค และ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scales) มี 5 ระดับ ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการแปลผลตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

คำถามเชิงบวก

มากที่สุด	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	5.00
มาก	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	4.00
ปานกลาง	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	3.00
น้อย	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	2.00
น้อยที่สุด	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	1.00

คำถามเชิงลบ

มากที่สุด	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	1.00
มาก	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	2.00
ปานกลาง	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	3.00
น้อย	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	4.00
น้อยที่สุด	เกณฑ์ในการวัดมีค่าเฉลี่ย	5.00

3. การนำเสนอผลการศึกษโดยวิธีการเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา โดยมุ่งเน้นสาระสำคัญจากการค้นคว้า จากเอกสารและแบบสอบถาม และวิธีการทางสถิติที่จะนำเสนอผลในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยายข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

3.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแสดงอัตราส่วนของผู้ตอบแต่ละข้อคำถาม โดยใช้สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง } (n) \times 100}{\text{ความถี่ทั้งหมด } (N)}$$

3.2 ค่าเฉลี่ยโดยการหาค่ามัธยเลขคณิต (Mean) ในข้อคำถามแบบ มาตราส่วนประมาณค่าคำตอบ โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ คือ มัธยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum fx$ คือ ผลรวมของคะแนนทั้ง N จำนวน

N คือ จำนวนประชากร

3.3 การกระจายน้ำหนักของค่าคำตอบ โดยการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร

$$S.D = \frac{\sqrt{N \sum fx^2 - (\sum fx)^2}}{N(N-1)}$$

เมื่อ $S.D$ คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum fx^2$ คือ ผลบวกของผลคูณระหว่างความถี่กับกำลังสอง
ของคะแนน

$(\sum fx)^2$ คือ กำลังสองของผลบวกของผลคูณระหว่างความถี่
กับคะแนน

N คือ จำนวนประชากร

3.4 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติไคว์สแควร์ (Chi-square) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ในเรื่องพฤติกรรมการใช้สินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง

3.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Independent Samples T – test) ในกรณีที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ส่วนในกรณีที่มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม จะใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Anova) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ในเรื่อง การตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง

3.6 ในส่วนของผู้ผลิต ที่เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษา ความรู้ความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง ที่ประสบความสำเร็จ และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จากการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม

การนำเสนอผลการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลของผลการศึกษาเป็นการพรรณนา หรือ บรรยาย (Descriptive) โดยนำข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วมาบรรยายพร้อมแสดงตารางประกอบ (Content Analysis)