



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย แล้วได้นำเอาข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป โดยมีข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งกลุ่มผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้คือ

3.1 ขอบเขตของประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขอบเขตของประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการศูนย์สินค้าหัตถกรรม ในพื้นที่ 7 จังหวัด คือ อุบลราชธานี สุรินทร์ นครราชสีมา ขอนแก่น มุกดาหาร หนองคายและเลย ซึ่งเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่สำคัญ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental random sampling) โดยสุ่มจากลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์สินค้าหัตถกรรม และร้านค้าสินค้าพื้นเมือง ในเขตอำเภอเมืองของพื้นที่ 7 จังหวัดดังกล่าวได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 ราย โดยใช้ขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Taro Yamane (1970 : 99) ในช่วงระดับความเชื่อมั่น 95%

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการศึกษา โดยข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลในส่วนนี้ กลุ่มกลุ่มผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการศูนย์สินค้าหัตถกรรม และร้านค้าสินค้าหัตถกรรม ของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสนับสนุนผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และเจาะลึกข้อมูลในรายละเอียดที่สำคัญ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ข้อมูลในส่วนนี้ กลุ่มกลุ่มผู้วิจัยได้รวบรวมจากเอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงาน การค้นคว้าวิจัย และเว็บไซต์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนัก หอสมุดต่าง ๆ และทางระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการศูนย์สินค้าหัตถกรรมและร้านค้าสินค้าหัตถกรรม นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ และนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1. สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2. แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำตอบแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 3. แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) ซึ่งแต่ละคำถาม มีคำตอบให้เลือกตามระดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดการให้ค่าระดับคะแนนคำตอบ ของแบบสอบถาม

ตอนที่ 4. แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้บริโภค โดยแบบสอบถามมีลักษณะปลายเปิด

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดกรอบแนวความคิด จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา โดยวิเคราะห์แยกประเด็นที่ต้องการศึกษา
3. กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม ตามประเด็นสำคัญของวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษา
4. นำร่างแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบแก้ไข แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วนำไปทดสอบใช้กับกลุ่มผู้บริโภคของศูนย์สินค้าหัตถกรรม จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 30 ชุด (Try Out) เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับ เพื่อประเมินว่า เครื่องมือในการวิจัยแต่ละด้านมีคุณภาพพอที่จะนำไปใช้ได้หรือไม่
6. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายตามที่ต้องการต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้บริหารศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรม จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสร้างกรอบในการสร้างแบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามจากกรอบแนวคิด ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
3. ตรวจสอบความถูกต้อง (validity) ของแบบสอบถาม โดยส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ คือ นักวิจัยที่ลงชุมชนและทำวิจัยเกี่ยวกับไม้ไผ่ 2 ท่าน และอาจารย์ที่สอนด้านการตลาด 1 ท่าน และนำกลับมาแก้ไขตามคำแนะนำ

4. ลงพื้นที่เก็บข้อมูลความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ และรูปแบบของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่ผู้บริโภคต้องการ ในพื้นที่ 7 จังหวัด ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ คือ นครราชสีมา สุรินทร์ ขอนแก่น เลย หนองคาย มุกดาหาร และอุบลราชธานี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีการผลิตสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในปริมาณมาก
5. วิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ เช่น ปริมาณความต้องการ ช่วงเวลา ที่ซื้อ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ คุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ที่ ต้องการ และอื่นๆ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ พร้อม สัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารศูนย์หัตถกรรมไม้ไผ่ จังหวัดอุบลราชธานีอีกครั้ง เพื่อ สนับสนุนการวิเคราะห์ที่จะลึกและถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ และเลือกเฉพาะแบบ สอบถามที่สมบูรณ์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วมาตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อ ตามเกณฑ์ ที่กำหนด
3. นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติ มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ความแปรปรวน (Anova) และ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Regression Analysis)
4. นำค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อใช้ในการ แปลความหมายเป็นรายชื่อ การแปลความหมายของแบบสอบถามมีมาตรฐานส่วน ประมาณค่าในการแปลความหมายดังนี้ โดยแต่ละข้อมีคำถามให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งใช้เกณฑ์เพื่อการประเมินค่าเฉลี่ย ดังนี้
 - คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด
 - คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีอิทธิพลมาก
 - คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง
 - คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีอิทธิพลน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็นดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติในการวิจัยดังนี้

กลุ่มผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยการนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ราย มาลงรหัสและบันทึกข้อมูลทั้งหมด ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

ในการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจะใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ความต้องการของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค ของผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่ 7 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อหาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าทดแทนนมแม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ 7 จังหวัด โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานคือ ความแปรปรวน (Anova) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Regression Analysis) กำหนดค่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05 เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 ต่อไป