

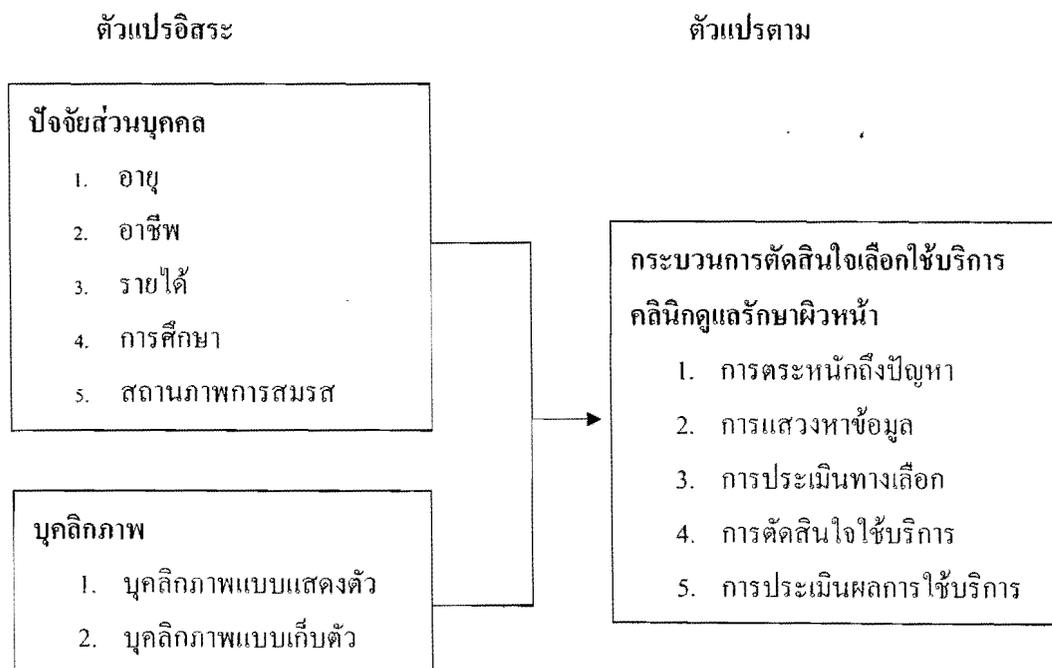
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษา
ผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.2 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสาร ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ผู้วิจัยได้นำมากำหนด
เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 ประชากรและตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและตัวอย่างไว้ดังนี้

3.2.1 ประชากร

เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มวัยรุ่นนิยมใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังเพิ่มมากขึ้น (หนังสือพิมพ์วิเคราะห์ตลาด, 2556) และเพื่อให้ได้เห็นความแตกต่างของวัยกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังของผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเพศชาย อายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยศึกษาผู้ที่เคยใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง เพื่อเปรียบเทียบว่ามีบุคลิกภาพและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนังเหมือนกันหรือแตกต่างกัน ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

3.2.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นเพศชายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของคอแกรน (Cochran, 1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95%

การคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย $n =$ ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

$e =$ ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$Z =$ ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

$$\text{สามารถแทนค่าสูตรได้ดังนี้} \quad n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385 \text{ คน}$$

จากการแทนค่าสูตรทำให้ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีการสำรองเพิ่มจำนวน 16 คน รวมขนาดของตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม 2 ชั้น (Two-stage cluster) โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากเลือกตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5 เขต จากทั้งหมด 50 เขต ซึ่งตัวอย่างที่ได้จากการจับฉลากมีดังต่อไปนี้ เขตบางซื่อ เขตปทุมวัน เขตสายไหม เขตคลองเตย และเขตบึงกุ่ม

ขั้นที่ 2 ในแต่ละเขตที่สุ่มได้ ผู้วิจัยจะเลือกคลินิกดูแลรักษาผิวหนังจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นคลินิกที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และนอกห้างสรรพสินค้า ต่อจากนั้น ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ชายที่มารับบริการ ทั้งนี้ จะเก็บข้อมูลเฉพาะในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก

ขนาดตัวอย่างที่ได้ เป็นดังนี้

เขต	ขนาดตัวอย่าง
เขตบางซื่อ	80
เขตปทุมวัน	80
เขตสายไหม	80
เขตคลองเตย	80
เขตบึงกุ่ม	80
รวมทั้งหมด	400

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

3.3.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิด (Closed-end Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ผลงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ กระบวนการตัดสินใจซื้อ ข้อมูลคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง และนำมาปรับปรุงให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย
- 2) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทำการหาค่าความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อพิจารณาความครอบคลุมของเนื้อหาหลักความถูกต้องของภาษาที่ใช้

3) ทดสอบเครื่องมือจากการสำรวจล่วงหน้ากับที่มีลักษณะคล้ายตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

โดยจากการทดสอบ กระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ด้าน ได้ผลการทดสอบดังนี้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	จำนวนข้อคำถาม	ค่า Cronbach's Alpha
ด้านการตระหนักรู้ปัญหา	5	0.885
ด้านการค้นหาข้อมูล	4	0.859
ด้านการประเมินทางเลือก	5	0.878
ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง	6	0.874
ด้านพฤติกรรมหลังการเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง	4	0.924

จากผลการทดสอบวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ระหว่าง 0.859 ถึง 0.924 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

3.3.2 แบบสอบถาม

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล การวัดบุคลิกภาพ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเป็นแบบสอบถามประเภท Check List จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดบุคลิกภาพ ผู้วิจัยประยุกต์และดัดแปลงข้อคำถามจากแบบวัดบุคลิกภาพ ไอแซกส์ (Eysenck, 1982) ที่มีลักษณะการตอบเป็นแบบ 2 ตัวเลือก โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียวจากช่อง “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” รวมมีข้อคำถาม 40 ข้อ มีทั้งคำถามเชิงบวก และคำถามเชิงลบ มีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ข้อความเชิงบวกที่ตอบ	ใช่	มีค่าคะแนนเป็น 1
	ไม่ใช่	มีค่าคะแนนเป็น 0
ข้อความเชิงลบที่ตอบ	ใช่	มีค่าคะแนนเป็น 0
	ไม่ใช่	มีค่าคะแนนเป็น 1

เกณฑ์ในการแปลผลคะแนน กำหนดดังนี้

คะแนนรวม น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 คะแนน แสดงว่ามีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว

คะแนนรวม มากกว่า 20 คะแนน แสดงว่ามีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Questionnaires) โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert's Scale ซึ่งมี 5 ระดับ โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การวัดคะแนนเฉลี่ยของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกดูแลรักษาผิวหนัง ใช้ระดับค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุดลบด้วยคะแนนต่ำสุด แล้วหารด้วยจำนวนชั้น ได้เกณฑ์การแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

โดยข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในแต่ละด้าน มีดังนี้

ด้านการตระหนัก รับรู้ถึงปัญหา	มีจำนวนคำถาม	5 ข้อ
ด้านการค้นหาข้อมูล	มีจำนวนคำถาม	4 ข้อ
ด้านการประเมินทางเลือก	มีจำนวนคำถาม	5 ข้อ
ด้านการตัดสินใจซื้อ	มีจำนวนคำถาม	6 ข้อ
ด้านการพฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจซื้อ	มีจำนวนคำถาม	4 ข้อ
รวมคำถามทั้งหมด		24 ข้อ

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจากเขตพื้นที่ตามที่กำหนดไว้คือ หน้าคลินิกดูแลรักษาผิวหนังในห้างสรรพสินค้า และนอกห้างสรรพสินค้า โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ตามเขตที่กำหนด เขตละ 80 คน แล้วจึงรวบรวมแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องครบถ้วนแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้บรรยายลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล บุคลิกภาพ และระดับการตัดสินใจซื้อ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)