

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิง เฉพาะกลุ่มผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาหรือพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยกรุงเทพมหานครแบ่งการปกครองออกเป็น 50 เขต มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุทั้งสิ้น 604,465 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550)

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 604,465 คน จึงจำเป็นต้องกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยการใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยประมาณค่าสัดส่วนหรือร้อยละ ขนาดตัวอย่างจะหาได้จากสูตรดังนี้ (วัชรภรณ์ ชิวโสภิชฐ, มปป. : 213)

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

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	P	=	ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด
	e	=	ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
	Z	=	ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อแทนค่าโดยผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 50 % หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{(0.50)(1 - 0.50)(1.96)^2}{0.05^2} \\
 &= \frac{0.960}{0.0025} \\
 &= 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ราย}
 \end{aligned}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิง เฉพาะกลุ่มผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้มีภูมิลำเนาหรือพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) โดยเรียงลำดับเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต ให้เหลือเพียง 8 เขตการปกครอง ซึ่งสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1. เขตพระนคร
2. เขตสัมพันธวงศ์
3. เขตคลองเตย
4. เขตสาทร
5. เขตบางบอน
6. เขตบางแค
7. เขตตลิ่งชัน
8. เขตบางกอกน้อย

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในบริเวณหน้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป ในแต่ละเขตที่เลือกไว้ จำนวนเขตละ 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ คือการออกแบบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากตำรา เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อ

นำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่ ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทางการตลาด และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 การสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทางการตลาด

การทดสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ก่อนการเก็บข้อมูลในภาคสนามผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบ (Pre – test) กับกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน จากนั้นจะนำคำตอบที่ได้ไปหาค่า (Reliability) ของแบบสอบถาม เช่นเดียวกับการทดสอบหลังจากการเก็บข้อมูลจริง ด้วยวิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach จากการทดสอบพบว่ามีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 ซึ่งใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(1-k)} \left[\frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ α คือ ค่าความน่าเชื่อถือ

k คือ จำนวนข้อ

V_i คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

นอกจากนี้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และนำไปหาค่า IOC โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเป็นผู้ทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร โดยให้มาตรวัดระดับความถี่แบบ Likert Scales ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการซื้อแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับและมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

2. ข้อมูลปัจจัยการตลาดแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้การคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544 : 29) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์ในการแปรความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับความคิดเห็น
4.24 – 5.00	มากที่สุด
3.43 – 4.23	มาก
2.62 – 3.42	ปานกลาง
1.81 – 2.61	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ก่อนจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้อบรมผู้ช่วยวิจัยให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย พร้อมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถาม และขั้นตอนการเก็บข้อมูล เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด ก่อนที่จะเริ่มทำการเก็บข้อมูลจริงในเดือนมกราคม 2552 ถึงเดือนมีนาคม 2552 โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

หลังการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการลงรหัส (Coding) แล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ตารางแสดงจำนวนและร้อยละในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อและปัจจัยทางการตลาดโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การหาค่าไค – สแควร์ (Chi – square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่ และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ในการทำวิจัยเมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการลงรหัส และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนี้

สถิติเพื่อการบรรยาย (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยสถิติ ดังนี้

(1) วิธีการคิดค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูล โดยแสดงความสัมพันธ์และแจกแจงค่าของตัวแปรของข้อมูลตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

โดยที่ P = ค่าเฉลี่ยร้อยละ

f = จำนวนตัวอย่างที่ตอบคำถามนั้น

n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

(2) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้กับการวัดมาตราตามวิธีของไลเกิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นการวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยแบ่งเป็น 5 อันดับ และให้คะแนนจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

มากที่สุด	คะแนน	5	คะแนน
มาก	คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	คะแนน	3	คะแนน
น้อย	คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	คะแนน	1	คะแนน

โดยมีหลักเกณฑ์ในการวัดระดับนัยสำคัญ ดังนี้

มีความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00

มีความสำคัญในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67

มีความสำคัญในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

โดยมีสูตรการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) คือ

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

โดยที่ \bar{X} = ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\sum X$ = คะแนนรวมทั้งหมดของคำถาม

n = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม