

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค เขตสีลม กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี และเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณี จากร้านค้าอัญมณี เขตสีลม กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี และเจตคติที่มีต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีเขตสีลม กรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยมีกระบวนการ และขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อ หรือเคยซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี ในเขตสีลม กรุงเทพมหานคร จำนวนประมาณ 150 คน

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อ หรือเคยซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี ในเขตสีลม กรุงเทพมหานคร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามมี 3 ตอน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

2.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี จำนวน 9 ข้อ

2.3 เจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณี จำนวน 5 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คำถามชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็น และเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.805

วิธีการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ซื้อ หรือเคยซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี ในเขตสี่ลม กรุงเทพมหานคร โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างได้กรอกข้อมูล จำนวน 108 ฉบับ แล้วขอรับคืนด้วยตนเอง ได้แบบสอบถามคืนมา 108 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัส ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาความถี่ ร้อยละ และไค-สแควร์ (χ^2) ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์เจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณี โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ

4. เปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี และเจตคติที่มีต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณี จากร้านค้าอัญมณี เขตสีลม กรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ χ^2 (ไค-สแควร์)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ และ χ^2 (ไค-สแควร์) (Harris, 1998, p.402)

1. ร้อยละ

สูตร
$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

P = ค่าร้อยละ

f = ค่าความถี่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ไค-สแควร์

สูตร
$$\chi^2 = \sum \frac{O - E}{E}$$

โดยที่ χ^2 = การทดสอบไค-สแควร์

O = ค่าความถี่ที่สังเกตได้จากตัวอย่าง

E = ค่าความถี่ที่หวังไว้โดยทฤษฎี