

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ในกลุ่มเงินเดือนมากกว่าและน้อยกว่า 30,000 บาท

3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประชากรและกลุ่มเป้าหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 32 สาขาจำนวน 509 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนที่แน่นอน คือ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 32 สาขาจำนวน 509 คน ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าเฉลี่ยของประชากรโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ดังนี้

สูตร
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ $n =$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$N =$ ขนาดของประชากร

$e =$ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่

ระดับ 0.05

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$\begin{aligned} n &= \frac{509}{1 + 509 (0.05)^2} \\ &= \frac{509}{1 + 1.27} \\ &= 224 \end{aligned}$$

จากสูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อคำนวณแล้วได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 224 ราย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประกอบไปด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เกี่ยวกับลักษณะประชากร ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นประเด็นการวัดความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และช่องทางหรือแหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นประเด็นการวัดความรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาเป็นเกณฑ์ในการสร้างข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ ซึ่งมีการแบ่งข้อคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ	1	ข้อ
2. การค้นหาข้อมูล	2	ข้อ
3. การประเมินทางเลือก	1	ข้อ
4. การตัดสินใจซื้อ	3	ข้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3	ข้อ

โดยการสร้างข้อคำถามมีลักษณะเป็นข้อความเชิงบวก และเชิงลบคละกันไป ซึ่งข้อความในเชิงบวกจะมีด้วยกัน 6 ข้อ ประกอบด้วยข้อที่ 1, 3, 7, 8, 9 และ 10 ส่วนข้อความในเชิงลบ จะมี 4 ข้อ คือข้อที่ 2 “ผลิตภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเชื่อถือไม่ได้ในเรื่องของมาตรฐานผลิตภัณฑ์” ข้อที่ 4 “ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันไม่มีร้านค้าที่จัดจำหน่ายทำให้หาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ยาก” ข้อที่ 5 “ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่สามารถหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เช่น ขวดแก้ว มักมีราคาแพง ไม่ค่อยคุ้มค่า” และข้อ 6 “ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ซื้อมาใช้ทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคที่ฟุ่มเฟือย สิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ” โดยใช้มาตรฐานส่วนประเมิณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ข้อคำถามเชิงบวกมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน
- เห็นด้วย = 4 คะแนน
- ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

และข้อคำถามเชิงลบมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
- เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย = 4 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่บริโภคในชีวิตประจำวัน

เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่บริโภคในชีวิตประจำวัน โดยเน้นประเด็นพฤติกรรมในการบริโภคทั่วไป พฤติกรรมการเลือกอุปโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมมีส่วนร่วมเพื่อสาธารณะประโยชน์ และพฤติกรรมที่เน้นเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนำมาเป็นเกณฑ์ในการสร้างข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ โดยการสร้างข้อคำถามมีลักษณะเป็นข้อความเชิงบวก และเชิงลบสลับกันไป มีคำตอบ 2 ลักษณะ คือ ใช่ และไม่ใช่ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ ตอบใช่ให้คะแนน 1 คะแนน ตอบไม่ใช่ให้คะแนน 0 คะแนน

3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. เตรียมแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งใช้เวลาดำเนินการในเดือนกันยายน 2556
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลช่วงระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 1 ตุลาคม ถึง 30 ตุลาคม 2556
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้แล้วนำไปวิเคราะห์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาตรวจให้คะแนน และลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Science) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้
 - 3.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละในการอธิบายจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน เพื่อทราบว่าผู้บริโภครายใหญ่มีลักษณะอย่างไร
 - 3.2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ค่าร้อยละมาทดสอบเพื่อหาพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการซื้อ
 - 3.3 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ตัวเลือกโดยคำถามเชิงบวกมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน
- เห็นด้วย = 4 คะแนน
- ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

และข้อคำถามเชิงลบมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
- เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ไม่เห็นด้วย = 4 คะแนน
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน

โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำมาวิเคราะห์เป็นรายชื่อโดยใช้ร้อยละ จากนั้นนำคะแนนของแต่ละคนมารวมกัน และผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเป็น 3 เกณฑ์ ดังนี้

คะแนน	ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
10 – 23 คะแนน	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมระดับต่ำ
24 – 37 คะแนน	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมระดับปานกลาง
38 – 50 คะแนน	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมระดับสูง

1.1 พฤติกรรมการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน มีข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อคำถาม มี 2 คำตอบ คือ ใช่ และ ไม่ใช่ ให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว หากตอบใช่ ได้คะแนน 1 คะแนน และตอบไม่ใช่ ได้คะแนน 0 คะแนน จากนั้นนำคะแนนของแต่ละคนมารวมกัน และผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านการปฏิบัติในชีวิตประจำวันเป็น 3 เกณฑ์ ดังนี้

คะแนน	ระดับพฤติกรรมกาปฏิบัติในชีวิตประจำวัน
0 – 3 คะแนน	พฤติกรรมกาปฏิบัติในชีวิตประจำวันระดับต่ำ
4 – 6 คะแนน	พฤติกรรมกาปฏิบัติในชีวิตประจำวันระดับปานกลาง
7 – 9 คะแนน	พฤติกรรมกาปฏิบัติในชีวิตประจำวันระดับสูง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแบ่งออกเป็น

2.1 เจริงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าสถิติความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน และ พฤติกรรมกาซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

2.2 เจริงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยทางความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน