

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มาใช้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Discriptive Research) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาผลการดำเนินงานองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยแรงจูงใจ โดยวิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้า OTOPT ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นครัวเรือนที่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOPT ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก ทั้ง 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครนายก จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดระยอง จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดตราด และจังหวัดสระแก้ว จำนวนทั้งสิ้น 10,926 ครัวเรือน

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนครัวเรือนที่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOPT ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก ทั้ง 9 จังหวัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าครัวเรือน ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการเรื่องต่าง ๆ ในครัวเรือน การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตร Yamane (Yamane, 1973, p. 86)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

การแทนค่าในสูตร n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{10,926}{1 + 10,926 (0.05^2)} \\ &= 385.87 \text{ หรือ ประมาณ } 386 \text{ ครั้วเรือน} \end{aligned}$$

3. การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 9 จังหวัด ชั้นแรก นำครั้วเรือนทั้งหมด ของแต่ละจังหวัดมาเทียบ สัดส่วนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องเก็บจำนวน 386 ครั้วเรือน ผลลัพธ์ที่ได้คือ จำนวนกลุ่ม ตัวอย่างจะต้องเก็บรวบรวมในแต่ละจังหวัด จากนั้นจับสลากแต่ละชุมชนเพื่อหาครั้วเรือนตัวอย่าง ที่จะเก็บข้อมูลจากบัญชีเลขที่บ้านของแต่ละจังหวัด

ตารางที่ 3 ครั้วเรือนทั้งหมดและจำนวนครั้วเรือนตัวอย่าง 9 จังหวัด ในเขตภาคกลางฝั่งตะวันออก

ชื่อจังหวัด/หมู่บ้าน	จำนวนครั้วเรือน ทั้งหมด	จำนวนครั้วเรือน ตัวอย่าง
ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	1,041	37
ตำบลท่าไข่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	805	28
ตำบลตะพง อำเภอเมือง ตำบลหนองตะพาน และอำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง	1,404	50
ตำบลบ้านสร้าง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี	1,461	51
ตำบลบางสระแก้ว อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี	1,862	66
ตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี	1,754	62
ตำบลบางเปรี้ยว อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ	303	11
ตำบลหาดเล็ก และตำบลคลองใหญ่ อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด	1,293	46
ตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว	1,003	35
รวม	10,926	386

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

ลักษณะของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามลักษณะปลายปิด โดยครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก มีลักษณะแบบตัวเลือก จำนวน 14 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ ประเภทของการจดทะเบียนการค้า ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า ประเภทของการประกอบธุรกิจ ประเภทของกลุ่มธุรกิจ การมี/ไม่มี Web Host ในเว็บไซต์ ระยะเวลาดำเนินการ มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์ สื่อที่ใช้ในการโฆษณาเว็บไซต์ จำนวนโฆษณาชื่อเว็บไซต์ขององค์กรฝ่ายสื่อต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเว็บไซต์ การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์สั่งซื้อผ่านสื่อ จำนวนลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ งบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี และจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้แบบสอบถามจำนวน 45 ข้อ โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 11 ด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 6 ข้อ ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จำนวน 3 ข้อ ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน จำนวน 4 ข้อ ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด จำนวน 5 ข้อ ด้านการลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลาง 4 ข้อ ด้านผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น จำนวน 4 ข้อ ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น จำนวน 3 ข้อ ด้านผู้ซื้อที่มีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น จำนวน 3 ข้อ ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้น จำนวน 5 ข้อ ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านการเพิ่มความได้เปรียบกับคู่แข่งทางการค้า จำนวน 3 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำนวน 37 ข้อ โดยครอบคลุมผลการดำเนินงาน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า จำนวน 10 ข้อ ด้านกระบวนการภายในองค์กร จำนวน 12 ข้อ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 8 ข้อ และด้านการเงิน จำนวน 7 ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหาและความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามให้ตรงกับเรื่องที่ต้องการจะวัด จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ ก่อนนำไปทดสอบ

2. ความเที่ยง (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบดูความเข้าใจในแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในส่วนที่วัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.9854 และ 0.9672 ตามลำดับ (กานดา พูนลาภทวี, 2530, หน้า 53)

$$\sigma = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความเที่ยง

n = จำนวนข้อ

$\sum \sigma_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนรายข้อ

σ_t^2 = ความแปรปรวนรวม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการขั้นตอนและวิธีการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ขอนหนังสือราชการจาก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยแนบไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก ตามชื่อที่อยู่ที่ผู้ประกอบการจดทะเบียนการค้ากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งกำหนดให้ตอบกลับมาภายใน 5 เมษายน 2551

4. เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาสำรวจความครบถ้วนในเนื้อความที่ตอบแบบสอบถามที่จัดส่งทั้งหมด 386 ฉบับ

5. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการประมวลผลข้อมูล หรือกรรมวิธีทางข้อมูลเป็นกิจกรรมที่จัดให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบที่จะนำไปวิเคราะห์ได้ ผู้ศึกษาจึงแบ่งขั้นตอนการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิธีการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 มีการตรวจสอบข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความถูกต้องหรือมาบรรณาธิการข้อมูลทันที เมื่อทำการเก็บข้อมูลและสามารถติดตามแก้ไขได้ทันที

1.2 สร้างคู่มือลงรหัส เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

1.3 นำคู่มือที่ลงรหัสแล้ว ไปบันทึกผลกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการศึกษาด้านสังคมศาสตร์ SPSS for Windows

2. สถิติที่ใช้ในการศึกษา การนำข้อมูลที่ได้ประมวลไว้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2539, หน้า 41) โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับ

การบรรยายและสรุปผลการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 99 -100)

ความคิดเห็น	น้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้คะแนนเป็น 5 คะแนน
เห็นด้วย	กำหนดให้คะแนนเป็น 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	กำหนดให้คะแนนเป็น 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	กำหนดให้คะแนนเป็น 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้คะแนนเป็น 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นกำหนดในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2544, หน้า 35)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของการจดทะเบียนการค้า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t - test) สำหรับระยะเวลาในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์งบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี และจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านทางเว็บไซต์ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One -Way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Different)

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2544, หน้า 30)
 - 1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 การหาคะแนนค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม
 - 2.1 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of test) ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha – Coefficient method) ของ Cronbach
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่
 - 3.1 สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้ค่าสถิติ Independent Sample t – test
 - 3.2 สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ค่าสถิติ One –Way ANOVA และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Different)
 - 3.3 สถิติทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์เพียร์สัน โพรดักต์โมเมนต์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์ระดับ และทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ตามเกณฑ์การจัดระดับ ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2544, หน้า 35)

 - 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างเต็มที่ในทิศทางตรงกันข้าม
 - 0.76 ถึง - 0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมากและในทิศทางตรงกันข้าม
 - 0.56 ถึง - 0.75 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและในทิศทางตรงกันข้าม
 - 0.26 ถึง - 0.55 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางหรือในทิศทางตรงกันข้าม
 - 0.10 ถึง - 0.25 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและในทิศทางตรงกันข้าม
 - 00. หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน
 - 0.10 ถึง 0.25 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน
 - 0.26 ถึง 0.55 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและในทิศทางเดียวกัน
 - 0.56 ถึง 0.75 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงและในทิศทางเดียวกัน
 - 0.76 ถึง 0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและในทิศทางเดียวกัน
 - 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างเต็มที่ในทิศทางเดียวกัน