

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภควัยรุ่นต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมใน กรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาของการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวข้องกับทักษะคิดของผู้บริโภควัยรุ่นต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยการศึกษา 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 2 ความรู้สึกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 13 – 24 ปี และเป็นผู้ที่รู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากประชากรในกรุงเทพมหานครไม่ได้เป็นผู้บริโภคที่รู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมทุกคน ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่รู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น เนื่องจากไม่มีการวัดความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย (Sudman, 1976 : 87) และเพิ่มอีก 100 ราย รวมขนาด

ตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 300 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำแนกตามเขตและสถานที่ตามรายละเอียดในตารางดังต่อไปนี้

ตารางแสดงการแจกแจงการเก็บตัวอย่าง

| เขต | สถานศึกษา | ศูนย์การค้า | ห้างค้าปลีก | รวม |
|-----------|-----------|-------------|-------------|-----|
| ดุสิต | 20 | 20 | 20 | 60 |
| ลาดกระบัง | 20 | 20 | 20 | 60 |
| ราชเทวี | 20 | 20 | 20 | 60 |
| พญาไท | 20 | 20 | 20 | 60 |
| ห้วยขวาง | 20 | 20 | 20 | 60 |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 300 |

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยออกแบบคำถามที่เป็น Observable construct ตามแนวคิดผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้หลักต่อเดือน และงานอดิเรก ความรู้จักและ/หรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

- 2.1 ความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
- 2.2 ความรู้สึกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
- 2.3 แนวโน้มพฤติกรรมกรมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ความตั้งใจซื้อ และความยินดีที่จะแนะนำผู้อื่นให้รู้จักและซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการศึกษานี้ได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) แบบ Bivariate Correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทัศนคติด้านความรู้สึกร่วมที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

ส่วนที่ 1 เรื่องระดับความรู้จักและ/หรือการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ได้กำหนดเกณฑ์การให้ค่าคะแนน ดังนี้คือ

| | | |
|--------------------------------|-------------------------|---|
| รู้จักและใช้ทุกครั้งที่มีโอกาส | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 5 |
| รู้จักและใช้บางครั้ง | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 4 |
| รู้จักแต่ไม่เคยใช้ | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 3 |
| ไม่รู้จักแต่ใช้บางครั้ง | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 2 |
| ไม่รู้จักและไม่เคยใช้เลย | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 1 |

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

| | | |
|----------------------------|---------|--------------------------|
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 | หมายถึง | รู้จักและใช้มากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 | หมายถึง | รู้จักและใช้มาก |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 | หมายถึง | รู้จักแต่ไม่เคยใช้ |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 | หมายถึง | ไม่รู้จักแต่เคยใช้ |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 | หมายถึง | ไม่รู้จักและไม่เคยใช้เลย |

ส่วนที่ 2 เรื่องทัศนคติ ประกอบด้วยความเชื่อ และความรู้สึกที่มีต่อส่วนประสมการตลาด และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

| | | |
|----------------------|-------------------------|---|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 5 |
| เห็นด้วย | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 4 |
| ไม่แน่ใจ | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 3 |
| ไม่เห็นด้วย | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 2 |
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ | 1 |

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

2.1 เกณฑ์การแปลผลด้านความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

| | | |
|----------------------------|---------|--------------------|
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 | หมายถึง | มีความเชื่อสูงมาก |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 | หมายถึง | มีความเชื่อมาก |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 | หมายถึง | ไม่แน่ใจ |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 | หมายถึง | มีความเชื่อน้อย |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 | หมายถึง | มีความเชื่อน้อยมาก |

2.2 เกณฑ์การแปลผลด้านความรู้สึกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

| | | |
|----------------------------|---------|----------------------|
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 | หมายถึง | รู้สึกชอบอย่างมาก |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 | หมายถึง | รู้สึกชอบ |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 | หมายถึง | รู้สึกเป็นกลาง |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 | หมายถึง | รู้สึกไม่ชอบ |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 | หมายถึง | รู้สึกไม่ชอบอย่างมาก |

2.3 เกณฑ์การแปลผลด้านแนวโน้มนวัตกรรมกรรมมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

| | | |
|----------------------------|---------|-------------|
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 | หมายถึง | สนับสนุนมาก |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 | หมายถึง | สนับสนุน |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 | หมายถึง | เป็นกลาง |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 | หมายถึง | ต่อต้าน |
| ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 | หมายถึง | ต่อต้านมาก |

ส่วนที่ 3 เรื่องการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดกับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมมีส่วนร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Fishbein and Ajzen, 1975 : 296-298)

เกณฑ์การแปลผลจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในแต่ละระดับดังนี้

| | | |
|---|---------|-------------------|
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.55-1.00 | หมายถึง | เชิงบวกสูง |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.35-0.54 | หมายถึง | เชิงบวกปานกลาง |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.15-0.34 | หมายถึง | เชิงบวกต่ำ |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.01-0.14 | หมายถึง | เชิงบวกต่ำมาก |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.00 | หมายถึง | ไม่มีความสัมพันธ์ |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง (-)0.01-0.14 | หมายถึง | เชิงลบต่ำมาก |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง (-)0.15-0.34 | หมายถึง | เชิงลบต่ำ |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง (-)0.35-0.54 | หมายถึง | เชิงลบปานกลาง |
| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง (-)0.55-1.00 | หมายถึง | เชิงลบสูง |

ระยะเวลาของการศึกษา

การศึกษานี้ คาดว่าจะใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน คือ ตั้งแต่ เดือน มกราคม – เดือนเมษายน พ.ศ. 2552 โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552