

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง องค์ประกอบที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ของประชาชนในจังหวัดหนองคาย มีวิธีการวิจัย ตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ประชาชน ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (รวิน ไชโย. 2548 : 87)จากข้อมูลของสำนักงานสถิติจังหวัดหนองคายได้ระบุจำนวนประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ณ 31 ธันวาคม 2548 มีจำนวนทั้งสิ้น 142,946 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชน ที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไปในเขตจังหวัดหนองคาย จำนวน 400 ราย ได้มาจากตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเนะ(อ้างใน ธานีทร์ ศิลป์จารุ. 2549 : 49) โดยมีขั้นตอนในการสุ่มดังนี้

2.1 ใช้ตำบล / เทศบาลเป็นหน่วยในการสุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มี 14 ตำบล 3 เทศบาลใช้ตำบลทุกตำบลและทุกเทศบาลเป็นประชากร ได้จำนวน 142,946 คน

2.2 ใช้จำนวนประชากรในแต่ละตำบล /เทศบาล เป็นหน่วยในการสุ่ม สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

2.3 จากข้อ 2.2 สุ่มตัวอย่างแบบเลือกตามสะดวกจากผู้บริโภคร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก ร้านค้า ตลาด และห้างสรรพสินค้า ให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน รายละเอียดประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนตัวอย่างในแต่ละตำบล / เทศบาล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ตำบล / เทศบาล	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
1. เทศบาลเมืองหนองคาย	47,564	133
2. เทศบาลตำบลเวียงคุก	6,264	18
3. เทศบาลตำบลหนองสองห้อง	5,722	16
4. ตำบลโพธิ์ชัย	5,994	17
5. ตำบลกวนวัน	4,247	12
6. ตำบลเวียงคุก	23	-
7. ตำบลวัดธาตุ	9,263	26
8. ตำบลหาดคำ	8,244	23
9. ตำบลหินโงม	4,229	12
10. ตำบลบ้านเดื่อ	7,219	20
11. ตำบลคำยบกวาน	7,973	22
12. ตำบลสองห้อง	5,856	16
13. ตำบลพระธาตุบังพวน	10,583	30
14. ตำบลหนองกอมเกาะ	6,249	17
15. ตำบลปะโต	5,956	17
16. ตำบลเมืองหมี่	4,079	11
17. ตำบลสีกาย	3,481	10
รวม	142,946	400

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษา เรื่อง องค์ประกอบที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ใช้ชนิดของคำถาม ลักษณะปลายปิด 5 ตัวเลือก ระบุความหนักเบาโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวน 13 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ใช้ชนิดของคำถาม ลักษณะปลายปิด 5 ตัวเลือก ระบุความหนักเบาโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวน 12 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ความเอาใจใส่ และการตอบสนอง

ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย โดยใช้มาตราวัดความแตกต่างที่ตรงกันข้าม 2 ด้าน (Semantic Differential Scale) ใช้ชนิดของคำถาม ลักษณะปลายปิด 5 ตัวเลือก ระบุความหนักเบาโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ซื้อ อาจจะซื้อ ไม่แน่ใจ อาจจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อ จำนวน 4 ข้อ

วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องและรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด
3. นำเอาแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และทำการแก้ไขปรับปรุง ก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้แก่
 - 3.1. นายอนุมาศ ทูริสุทธิ ตำแหน่ง นักวิชาการพัฒนาชุมชน 8ว สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดหนองคาย เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ถูกต้องของแบบสอบถาม
 - 3.2. นายกิตติชัย เจริญชัย ตำแหน่ง อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความที่ใช้
 - 3.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัยรดา สีลาโคตร ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยี-อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ตามโครงสร้างของแบบสอบถาม
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาทำการปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
6. นำแบบสอบถามจากข้อ 5 ไปหาประสิทธิภาพ โดยทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการตั้งแต่วันที่ 10 ถึง 12 มิถุนายน 2550
7. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาหาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบการเกาะกลุ่มกันของตัวชี้วัด (ข้อคำถาม)

ในแต่ละตัวแปร และการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ(Reliability Analysis) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 96) (รายละเอียดดังแสดงใน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของตัวแปรในแต่ละปัจจัยของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ครั้งที่ 1 ในภาคผนวก ค)

8. ผู้วิจัยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงความเหมาะสมทางภาษาของ แบบสอบถามที่ผ่านขั้นตอนในข้อ 7 และเพิ่มข้อคำถาม D 44 คือ ในระยะเวลา 6 เดือนต่อจากนี้ ไป ท่านจะซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) หรือไม่ ถ้าท่านมีโอกาส

9. นำแบบสอบถามจากข้อ 8 ไปหาประสิทธิภาพอีกครั้ง โดยทดลองใช้ (Try out) กับ กลุ่มประชากรที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการตั้งแต่วันที่ 13 ถึง 14 มิถุนายน 2550

10. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาหาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ(Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบการเกาะกลุ่มกันของตัวชี้วัด(ข้อคำถาม) ในแต่ละตัวแปร และการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ(Reliability Analysis) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 96) ได้ค่าความเชื่อมั่น สูงท้ายของแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.87 ด้านราคา เท่ากับ 0.84 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเท่ากับ 0.92 ด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากับ 0.82 ค่า ความเชื่อมั่นสูงท้ายเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.79 ด้านความ ไว้วางใจเท่ากับ 0.72 ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพเท่ากับ 0.99 ด้านความเอาใจใส่เท่ากับ 0.67 ด้านการตอบสนองเท่ากับ 0.61 ค่าความเชื่อมั่นสูงท้ายด้านความตั้งใจซื้อเท่ากับ 0.92 และมีค่า ความเชื่อมั่นของทั้งฉบับเท่ากับ 0.91(รายละเอียดดังแสดงใน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ แต่ละปัจจัย(Factor Analysis)และการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของตัวแปรในแต่ละ ปัจจัยของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ครั้งที่ 2 ปรากฏอยู่ใน ภาคผนวก ค)

11. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัย นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ ร้านจำหน่ายสินค้าของฝาก ของที่ระลึก ตลาด ห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันจันทร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาระหว่าง 09.00-16.00 น.
2. กำหนดวันและเวลาในการกรอกแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 4 สัปดาห์ โดยเริ่มดำเนินการระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน ถึง 15 กรกฎาคม 2550
3. ในการเก็บข้อมูลนั้น ผู้เก็บข้อมูลได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และแนะนำวิธีการตอบคำถามหากผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัย

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เกณฑ์การกำหนดตัวแปรในงานวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะเฉพาะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ประกอบด้วย

1.1 เพศ หมายถึง ประชาชนเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดหนองคาย

1.2 อายุ หมายถึง ระดับอายุของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย

1.3 การศึกษา หมายถึง ระดับการได้รับการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาดำ คือ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาไม่เกินระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือมัธยมศึกษาตอนปลาย

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง คือ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

1.4 รายได้ หมายถึง รายได้ส่วนบุคคล ซึ่งเป็นรายได้ของบุคคลธรรมดา โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำ คือ ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีรายได้สูง คือ ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไป

2. ส่วนประสมการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) เป็นการวัดความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จำนวน 13 ข้อ จึงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

โดยแบ่งเกณฑ์การวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 100)

ค่าเฉลี่ย	ความหมายของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
4.51 – 5.00	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. คุณภาพการบริการ เป็นการวัดความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) จำนวน 12 ข้อ จึงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

โดยแบ่งเกณฑ์การวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 100)

ค่าเฉลี่ย	ความหมายของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
4.51 – 5.00	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. ความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) เป็นการวัดความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) จำนวน 4 ข้อ จึงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548 : 201)

คำตอบ	คะแนน
ซื้อ	5
อาจจะซื้อ	4
ไม่แน่ใจ	3
อาจจะไม่ซื้อ	2
ไม่ซื้อ	1

โดยแบ่งเกณฑ์การวัดระดับความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ออกเป็น 5 ระดับ

ค่าเฉลี่ย	ความหมายของระดับความตั้งใจซื้อ
4.51 – 5.00	มีความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. แบบสอบถามแบบปลายเปิด ข้อเสนอแนะสำหรับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ใช้การวิเคราะห์ข้อความแล้วนำผลสรุปมาเรียงเป็นรายชื่อตามความถี่จากมากไปหาน้อย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(ประเภทอาหาร)

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย

1.4 ความตั้งใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทอาหาร) ของประชาชนในเขตจังหวัดหนองคาย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

2.1 ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการตรวจสอบการเกาะกลุ่มกันของตัวชี้วัด (ข้อคำถาม) ในแต่ละตัวแปรก่อนการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis) โดยใช้สูตร Cronbach's Alpha การทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลโดยใช้สถิติ Kolmogorov-Smirnov test วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน โดยวิธี Pearson Product Moment Correlation

2.2 วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1.1-2.4 และข้อ 3



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY