

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัย ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งมีทั้งสิ้นจำนวน 142,946 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2551 : 6)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากตารางสำเร็จรูปการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) (อ้างถึงในธานินทร์ ศิลป์จารู. 2549 : 49) (ภาคผนวก ก หน้า 82) จากนั้นจึงทำการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย จำนวน 1 ฉบับ มี 3 ตอน ดังนี้ (ภาคผนวก ข หน้า 90)

ตอนที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าเครื่องเขียน จำนวน 7 ด้าน

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ ตามขั้นตอนดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีที่นำมาใช้

2.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามและเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

2.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อขอ

คำแนะนำและตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหา ประกอบด้วย

1) รศ.ภษาณา สรเพชญ์พิสัย วุฒิกการศึกษา พศ.ม. (การจัดการ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตำแหน่ง ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยปทุมธานี เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ถูกต้องของ

แบบสอบถาม

2) ผศ.ดร.บัณฑิต พังนิรันดร์ วุฒิกการศึกษา กศ.ค. (การอุดมศึกษา)

มศว. ตำแหน่ง กรรมการและเลขานุการประจำโครงการ M.B.A. มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนสุนันทา เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อความที่

ใช้ในแบบสอบถาม

3) ผศ.ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์ วุฒิกการศึกษา D.B.A (Management)

Argosy University FL, U.S.A. ตำแหน่งประธานโครงการ M.B.A. มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนสุนันทา เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ตาม

โครงสร้างของแบบสอบถาม

2.5 ค่า IOC (IOC : Index of item objective congruence) คือ ค่าความ

สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ การหาค่า IOC โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ตรวจสอบแบบสอบถาม หรือเนื้อหา (ภาคผนวก ง หน้า 96)

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	แทน	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถามดังนี้

- 1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
- 2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

2.6 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภคนในเขตอำเภอ
สระใคร จังหวัดหนองคาย จำนวน 30 คน

2.7 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ หาค่า
สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่า
สัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้คือ .90 (ภาคผนวก ก หน้า 95)

2.8 จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. กำหนดวันและเวลาในการกรอกแบบสอบถาม ระยะเวลาในการเก็บ
รวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน คือเดือนเมษายน 2552

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอ
เมืองจังหวัดหนองคาย โดยแจกแบบสอบถามบริเวณหน้าร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียน
จำนวน 12 แห่ง และแจกแบบสอบถามตามสัดส่วนตามสถานที่ดังต่อไปนี้

2.1	ร้านศึกษากิจภัณฑ์หนองคาย	จำนวน	33	ชุด
2.2	ร้านศึกษากิจภัณฑ์ขอนแก่น	จำนวน	33	ชุด
2.3	ร้านอำนวยการ	จำนวน	33	ชุด
2.4	ร้านไพพาณิชย์	จำนวน	33	ชุด
2.5	ร้านกมลรัตน์	จำนวน	33	ชุด
2.6	ร้าน อ.วัฒนา	จำนวน	33	ชุด
2.7	ร้านสุวรรณพานิช	จำนวน	33	ชุด
2.8	ร้านอรุณเครื่องเขียน	จำนวน	33	ชุด
2.9	ร้านนานาภัณฑ์	จำนวน	34	ชุด

2.10 ร้านซีเอ็ด บุคส์ สาขา 1	จำนวน	34	ชุด
2.11 ร้านซีเอ็ด บุคส์ สาขา 2	จำนวน	34	ชุด
2.12 ร้านนายอินทร์	จำนวน	34	ชุด

รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ในวันเสาร์ และ

อาทิตย์ ช่วงเวลาระหว่าง 09.00 - 16.00 น.

3. ในการเก็บข้อมูลนั้น ผู้เก็บข้อมูลให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามและรื้อรับแบบสอบถามคืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัย เรื่อง ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 99)

ระดับความสำคัญ	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคแล้วแปลความหมายของ ค่าเฉลี่ยโดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
2.51-3.50	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.51-2.50	เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.50	เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน เป็นคำถามปลายเปิด
(Open - End) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุป
ออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และใช้สถิติในการ
วิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเพื่อการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่า t - test (Independent Samples) สำหรับการ
ทดสอบสมมติฐานของ ตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และวิเคราะห์ความแปรปรวน
ทางเดียว (One - way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี
LSD (Least Significant Difference) ซึ่งวิธีนี้จะให้ผลการเปรียบเทียบรายคู่ที่มีความละเอียด
มากที่สุด