

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ จึงขอเสนอวิธีดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือในการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากร

คือ ผู้บริโภค ที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจ จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้าปลีก

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

คือ ผู้บริโภค ที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง จำนวน 288 คน ใช้วิธีการคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ดังสูตรต่อไปนี้ (อกินันท์ จันตะนี. 2549 : 17)

$$\text{สูตร } N = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

N แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.25)

โดยสุ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 25

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ( $e = 0.05$ )

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่  $\frac{\alpha}{2}$

ได้จากค่าระดับความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} N &= \frac{0.25(1-0.25)1.96^2}{0.05^2} \\ &= \frac{0.25 \times 0.75 \times 3.8416}{0.0025} \\ &= 288.12 \text{ หรือขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 288 คน} \end{aligned}$$

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ได้สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แล้วนำมาสร้างเป็นข้อคำถามภายใต้การให้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป โดยใช้วิธีการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นเอง โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ขนาดครอบครัว ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ จำนวน 5 ข้อ

2. ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมเข้าไปใช้บริการ ความถี่ในการซื้อสินค้า ช่วงเวลาในการซื้อสินค้า เวลาที่ใช้ใน

การซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ลักษณะของการซื้อสินค้า มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 8 ข้อ

3. ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านต่าง ๆ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 16 ข้อ

ทั้งนี้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรายละเอียดหรือในประเด็นอื่นๆ นอกเหนือจากประเด็นกำหนดไว้ในแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาศึกษา ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือต่าง ๆ คือ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ สมุดจดบันทึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องและสมบูรณ์

### การสร้างเครื่องมือในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเอง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอยู่ในการควบคุมดูแล และให้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างมือในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบปัญหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ ให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการศึกษา โดยยึดหลักว่าต้องอยู่ในหลักแห่งข้อเท็จจริง
3. นำเครื่องมือการศึกษามากำหนดเป็นแบบสอบถามแล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และแก้ไขปรับปรุง
4. นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ทั้งความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ มีดังนี้

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล วุฒิกการศึกษา ป.ร.ค.

(การศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น) ตำแหน่งผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านโครงสร้างและเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมและความถูกต้องของแบบสอบถาม

4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดน์ ชมระกา วุฒิกการศึกษา D.M.

(การจัดการธุรกิจ) ตำแหน่งประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ

อุตรดิตถ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านการใช้ภาษาการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของ ข้อความที่ใช้

4.3 ดร.ไพศาล วรคำ วุฒิการศึกษาศ.ค. (วิจัยและประมวลผลการศึกษา)

ตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถิติ การวัดผลและการประเมินผลการศึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ เครื่องมือ

จากนั้นผู้ศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อแล้ว นำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งสูตรของ IOC มีดังนี้

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

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง (Index Objective Congruence)

$\sum$  แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

R แทน คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์ของการให้คะแนน มีดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

หลังจากวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยค่า IOC โดยรายการข้อคำถาม ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ และเมื่อทำการตรวจสอบแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่า IOC หากพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.67-1.00 หมายความว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้ค่า IOC อยู่ในช่วงระหว่าง 0.67-1 (ดังภาคผนวกที่ 1 หน้า 162)

5. นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

จากนั้นนำเสนอประธานกรรมการและกรรมการควบคุมการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อขอคำแนะนำเพิ่มเติม จนกระทั่ง ได้แบบสอบถามฉบับร่างที่สมบูรณ์

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลอง ซึ่งมีใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในร้านสารคามซูเปอร์ มาหาสารคาม จำนวน 30 ชุด นำผลจากการทดลองมาวิเคราะห์หาค่าจำแนกรายข้อ โดยใช้สถิติ Item Total Correlation โดยได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ในช่วงระหว่าง 0.57-0.98 (ดังภาคผนวกที่ 2 หน้า 180) และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 174) หากค่าที่ได้จะอยู่ระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq$  ค่าที่ใกล้เคียง 1 แสดงว่า เชื่อถือได้มาก ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.919 (ดังภาคผนวกที่ 3 หน้า 183)

7. ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้มาหาคุณภาพของแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด จากนั้นจึงสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามฉบับจริง

8. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนทั้งสิ้น 288 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและชี้แจงผู้ช่วยศึกษาจำนวน 3 คน เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดของแบบสอบถาม วิธีการแจกและเก็บแบบสอบถาม
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาแจกแบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 288 คน เวลา 08.30 – 16.30 น. ระหว่างวันเสาร์ที่ 4 กุมภาพันธ์ 2555 ถึงวันเสาร์ที่ 11 กุมภาพันธ์ 2555 โดยผู้ศึกษาและผู้ช่วย ช่วยกันแจกเอกสารแบบสอบถามให้กับผู้ซื้อเมื่อผู้ซื้อตอบแบบสอบถามแล้วจึงเก็บรวบรวมแบบสอบถามในทันที
4. นำแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด จำนวน 288 ชุด มาตรวจสอบ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

### 1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคืน และคัดไว้เฉพาะฉบับ

1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วทั้งหมด มาลงรหัส (Coding)

ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ และให้คะแนนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ระดับค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

1.3 นำข้อมูลมาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าย่ คือ เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (แบบสอบถามตอนที่ 1) โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมเข้าไปใช้บริการ ความถี่ในการซื้อสินค้า ช่วงเวลาในการซื้อสินค้า เวลาที่ใช้ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ลักษณะของการซื้อสินค้า มีเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (แบบสอบถามตอนที่ 2)

2.3 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 (แบบสอบถามตอนที่ 3) และสมมุติฐานในข้อที่ 1

2.4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการซื้อ กับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ทดสอบสมมุติฐานที่กำหนดไว้ข้อที่ 2 โดยวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 ด้วยการ ใช้  $\chi^2$  test for Independent โดยดูน้ำหนักความสัมพันธ์จากค่า C (Contingency Coefficient) ซึ่งค่าที่ได้จะต้องอยู่ระหว่าง  $0 \leq C \leq 1$

2.5 นำผลการศึกษาเสนอตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยใช้ตารางวิเคราะห์ผล

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ดังนี้

### 1. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1.1 วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามของแบบสอบถามกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) รายการสอบถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ และตรวจสอบแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่า IOC พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.67-1.00 หมายความว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูงสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์

1.2 วิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ t-test

1.3 วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ค่าที่ได้จะอยู่ระหว่าง  $0 \leq C \leq$  ค่าที่ใกล้เคียง 1 แสดงว่า เชื่อถือได้มาก

2. สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

2.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 ค่าความถี่ (Frequency)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อตอบสมมติฐานที่กำหนดไว้  
ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติทดสอบไค-กำลังสองเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ ( $\chi^2$  test for Independent) ซึ่งมีสูตรสถิติทดสอบไค-กำลังสองดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

โดยที่

$\chi^2$  แทน ค่าสถิติทดสอบไค-กำลังสอง

$O_{ij}$  แทน ความถี่ที่สังเกตได้ (Observed Frequencies)

$E_{ij}$  แทน ความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequencies)

ถ้าหากต้องการวัดค่าความสัมพันธ์สามารถพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ตารางการณ์จร  
(Contingency Oefficient : C) ซึ่งค่าที่ได้จะต้องอยู่ระหว่าง  $0 \leq C \leq 1$  โดยมีสูตรต่อไปนี้

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

โดยที่

$\chi^2$  แทน ค่าสถิติทดสอบไค-กำลังสอง ที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง  
N แทน ขนาดตัวอย่างทั้งหมด



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY