



บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถามเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊กของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ 1) การรับรู้ปัญหา 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การซื้อ 5) การประเมินหลังการซื้อ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการประเมินทางเลือก ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ 1) ผลិតภคณ์ท์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่เคยซื้อโน้ตบุ๊ก

ขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่เคยซื้อโน้ตบุ๊ก ดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545:26) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$N = Z^2 / [4E^2]$$

สำนักงานคณะกรรมการปรมาณู
ทบวงปรมาณู
วันที่..... 12 S.A. 2554
เลขทะเบียน..... 236056
เลขเรียกหนังสือ.....

เมื่อ	N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	แทน	ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น
	E	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น
	N	=	$1.96^2 / [(4)0.05^2]$
		=	385

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ราย ซึ่งผู้วิจัยขอเพิ่มเป็น 400 ราย แล้วใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota) กระจายไปตามสัดส่วนระดับรายได้ของพนักงานซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับ (ตารางที่ 1) โดยเก็บข้อมูลจากผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้มากเท่านั้น เนื่องจากผู้มีรายได้น้อยคือคนงานทั่วไปและคนงานเกษตรซึ่งไม่จัดอยู่ในกลุ่มตัวอย่าง โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้มีรายได้ปานกลาง 224 ราย และรายได้มาก 176 ราย (ดูรายละเอียดการกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางที่ 2) โดยเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2552: ออนไลน์)

ตารางที่ 2 แสดงขนาดตัวอย่างของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามระดับรายได้

กลุ่มของแรงงาน	รายได้เฉลี่ย (บาทต่อเดือน)	จำนวน (คน)
1) ผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต	18,889	124,382
2) เสมียน พนักงาน พนักงานขายและให้บริการ	25,022	46,333
3) ผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการและนักบริหาร	38,176	51,659
รวม		222,374

ระดับรายได้	ขนาดตัวอย่าง (ราย)
รายได้ปานกลาง	224
รายได้มาก	176
	400



จากตารางที่ 1 คำนวณรายได้เฉลี่ยของแรงงานได้เท่ากับ 24,647 บาทต่อเดือน ดังนั้นจึงแบ่งระดับรายได้เป็นดังนี้คือ

1. ระดับรายได้ปานกลาง คือ พนักงานที่มีรายได้ไม่เกิน 25,000 บาทต่อเดือน หรือไม่เกินรายได้เฉลี่ย
2. ระดับรายได้มาก คือ พนักงานที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป หรือมากกว่ารายได้เฉลี่ย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท ในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่เคยซื้อไนต์บู้ก จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อไนต์บู้ก ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ปัญหา 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การซื้อ 5) การประเมินหลังการซื้อ โดยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไนต์บู้ก ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาดอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการประเมินทางเลือก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อไนต์บู้ก

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) เพื่อให้ข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่กำหนดไว้ วิธีการทดสอบกระทำโดยนำแบบสอบถามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหา การใช้ภาษาในการสื่อสารมีความถูกต้องของสำนวนภาษา และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (กฤษณี เวชสาร, 2545: 111) โดยวัดระดับความเชี่ยวชาญ ระดับความรู้ ระดับความสำคัญ ระดับความพึงพอใจ ระดับแนวโน้มการซื้อ และระดับแนวโน้มการแนะนำ โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนน และการแปลผลจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความเชี่ยวชาญ/ความรู้	ระดับคะแนน
มาก	5
ค่อนข้างมาก	4
ปานกลาง	3
ค่อนข้างน้อย	2
น้อย	1

ระดับความเชี่ยวชาญ/ความรู้	ค่าเฉลี่ย
มาก	4.50 – 5.00
ค่อนข้างมาก	3.50 – 4.49
ปานกลาง	2.50 – 3.49
ค่อนข้างน้อย	1.50 – 2.49
น้อย	1.00 – 1.49

ระดับความสำคัญ/ความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ระดับความสำคัญ/ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	4.50 – 5.00
มาก	3.50 – 4.49
ปานกลาง	2.50 – 3.49
น้อย	1.50 – 2.49
น้อยที่สุด	1.00 – 1.49

ระดับแนวโน้มการซื้อ	ระดับคะแนน
ซื้ออย่างแน่นอน	5
อาจจะซื้อ	4
ไม่แน่ใจ	3
อาจจะไม่ซื้อ	2
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	1

ระดับแนวโน้มการซื้อ	ค่าเฉลี่ย
ซื้ออย่างแน่นอน	4.50 – 5.00
อาจจะซื้อ	3.50 – 4.49
ไม่แน่ใจ	2.50 – 3.49
อาจจะไม่ซื้อ	1.50 – 2.49
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	1.00 – 1.49

ระดับแนวโน้มการแนะนำ	ระดับคะแนน
แนะนำอย่างแน่นอน	5
อาจจะแนะนำ	4
ไม่แน่ใจ	3
อาจจะไม่แนะนำ	2
ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	1

ระดับแนวโน้มการแนะนำ	ค่าเฉลี่ย
แนะนำอย่างแน่นอน	4.50 – 5.00
อาจจะแนะนำ	3.50 – 4.49
ไม่แน่ใจ	2.50 – 3.49
อาจจะไม่แนะนำ	1.50 – 2.49
ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	1.00 – 1.49

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2553 ถึง เดือน มีนาคม 2554
โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2553 ถึง 31 มกราคม 2554