

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัย 40 ปีขึ้นไป  
ในภาคตะวันออก เป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีเก็บข้อมูล  
ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

#### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือสตรีวัย 40 ปีขึ้นไป ที่ใช้ครีมบำรุงผิวหน้าและมีภูมิลำเนาในภาคตะวันออก 7 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทรา ในช่วงเดือน มีนาคม - เมษายน 2556 ประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

จากราชบัณฑิตยสถานแบ่ง ภาคตะวันออก 7 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทรา ประกอบด้วยอำเภอต่างๆ ดังต่อไปนี้

จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 11 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอพนัสนิคม อำเภอบางพลี อำเภอบ้านบึง อำเภอสัตหีบ อำเภอศรีราชา อำเภอเกาะจันทร์ อำเภอบ่อทอง อำเภอหนองใหญ่ อำเภอบางละมุง อำเภอสัตหีบ และอำเภอเกาะสีชัง

จังหวัดระยอง ประกอบด้วย 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองระยอง อำเภอบ้านฉาง อำเภอแกลง อำเภอวังจันทร์ อำเภอ บ้านค่าย อำเภอปลวกแดง อำเภอเขาชะเมา อำเภอนิคมพัฒนา

จังหวัดจันทบุรีประกอบด้วย 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอขลุง อำเภอท่าใหม่ อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอมะขาม อำเภอสอยดาว อำเภอแก่งหางแมว อำเภอนายายอาม อำเภอเขาชีชมภู

จังหวัดตราด ประกอบด้วย 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองตราด อำเภอคลองใหญ่ อำเภอเขาสมิง อำเภอบ่อไร่ อำเภอเกาะกูด อำเภอเกาะช้าง อำเภอแหลมงอบ

จังหวัดปราจีนบุรี ประกอบด้วย 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกบินทร์บุรี อำเภอนาดี อำเภอบ้านสร้าง อำเภอประจันตคาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ อำเภอศรีมโหสถ

จังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอคลองหาด อำเภอตาพระยา อำเภอวังน้ำเย็น อำเภอวัฒนานคร อำเภออรัญประเทศ อำเภอเขาฉกรรจ์

จังหวัดฉะเชิงเทราประกอบด้วย 11 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางคล้า อำเภอบางน้ำเปรี้ยว อำเภอบางปะกง อำเภอบ้านโพธิ์ อำเภอพนมสารคาม อำเภอราชสาสน์ อำเภอสนามชัยเขต อำเภอแปลงยาว อำเภอท่าตะเกียบ อำเภอคลองเขื่อน

## 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือสตรีอายุ 40 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออก การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความผิดพลาดไม่เกิน 0.05

## 1.3 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน แต่มีขนาดใหญ่มากเมื่อเทียบกับจำนวนตัวอย่าง ใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) กัลยา วาณิชย์ปัญญา ( 2554: 13) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ (Sample Size)

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม  
(สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

Q คือ สัดส่วนของประชากรที่ไม่ได้สนใจศึกษา เท่ากับ (1-P) 0.5

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น  
Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)

$$Z = 1.96$$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับให้ความคลาดเคลื่อนได้ 5 %

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{(0.5)(0.5)(1.96)^2}{0.052} \\ &= 385 \end{aligned}$$

ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่ผู้ทำวิจัย ได้ปรับตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเต็ม 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบหรือกรอกแบบสอบถามไม่ถูกต้อง (Missing Value)

#### 1.4 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยต้องให้ตัวอย่างให้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรและไม่ต้องการให้เกิดความลำเอียง แต่เนื่องจากกลุ่มประชากรที่ศึกษามีขนาดใหญ่ ไม่สามารถหากรอบตัวอย่างได้ชัดเจน ข้อจำกัดด้านบุคลากร เวลา และเงินทุน ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งประชากรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็น 7 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทรา ขนาดตัวอย่างเป็นสัดส่วนกับประชากรในแต่ละจังหวัด จังหวัดใดมีประชากรมาก จะเลือกตัวอย่างมาก โดยจะใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2554 :15)

$$\text{ขนาดตัวอย่างเป็นส่วนสัดส่วนกับประชากร} \quad n_i = \frac{N_i n}{N}$$

เมื่อ  $n$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย (Sample Size) ในงานวิจัยนี้ใช้ 400 ตัวอย่าง

$n_i$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในแต่ละกลุ่มย่อย หรือในแต่ละจังหวัด

$N$  คือ ประชากรสตรีวัย 40 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$N_i$  คือ ขนาดประชากรสตรีวัย 40 ปีขึ้นไปในแต่ละจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรสตรีวัย 40 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออก และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด

| จังหวัด    | ประชากร    | จำนวนตัวอย่าง |
|------------|------------|---------------|
| ชลบุรี     | 272,047    | 120           |
| ระยอง      | 125,683    | 54            |
| จันทบุรี   | 115,375    | 50            |
| ตราด       | 45,422     | 20            |
| สระแก้ว    | 105,114    | 44            |
| ปราจีนบุรี | 100,574    | 46            |
| ฉะเชิงเทรา | 149,781    | 66            |
| รวม (คน)   | 913,996 คน | 400           |

ที่มา: ข้อมูลประชากรสตรีอายุ 40 ปีขึ้นไปจาก <http://www.dopa.go.th> กรมการปกครอง  
กระทรวงมหาดไทย 31 ธันวาคม 2554

2.เลือกอำเภอที่สุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจงในเขตอำเภอเมืองและอำเภอ  
เศรษฐกิจดี 1-2 อำเภอ

ตารางที่ 3.2 แสดงอำเภอที่สุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจงเขตอำเภอเมืองและอำเภอเศรษฐกิจ

| จังหวัด    | การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงอำเภอ<br>(Purposive sampling) |                      |
|------------|------------------------------------------------------------|----------------------|
|            | อำเภอเมือง                                                 | อำเภอเศรษฐกิจ*       |
| ชลบุรี     | อำเภอเมือง                                                 | ศรีราชา<br>บางละมุง  |
| ระยอง      | อำเภอเมือง                                                 | ปลวกแดง<br>นิคมพัฒนา |
| จันทบุรี   | อำเภอเมือง                                                 | ท่าใหม่              |
| ตราด       | อำเภอเมือง                                                 | เกาะช้าง             |
| สระแก้ว    | อำเภอเมือง                                                 | อรัญประเทศ           |
| ปราจีนบุรี | อำเภอเมือง                                                 | กบินทร์บุรี          |
| ฉะเชิงเทรา | อำเภอเมือง                                                 | บางปะกง              |

หมายเหตุ \* อำเภอเศรษฐกิจดี หมายถึง เขตอุตสาหกรรมครัวเรือน อุตสาหกรรมสมัยใหม่  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

กำหนดขนาดตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลในแต่ละอำเภอ ให้ขนาดในกลุ่มย่อย  
เท่ากัน โดยจะใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชปัญญา , 2554 : 15)

$$\text{ขนาดตัวอย่างเป็นส่วนกับประชากร} \quad n_i = \frac{n}{L}$$

เมื่อ  $n$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บในแต่ละจังหวัด

$n_i$  คือ จำนวนกลุ่มย่อยที่ต้องการ หรือจำนวนตัวอย่าง  
ที่ต้องการเก็บในแต่ละอำเภอ

$L$  คือ จำนวนอำเภอที่ต้องการเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวน และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละอำเภอ

| จังหวัด    | จำนวนตัวอย่าง /<br>จังหวัด | จำนวนอำเภอที่ตก<br>เป็นตัวอย่าง | จำนวนตัวอย่าง/<br>อำเภอที่สุ่มตัวอย่าง |
|------------|----------------------------|---------------------------------|----------------------------------------|
| ชลบุรี     | 120                        | 3                               | 40                                     |
| ระยอง      | 54                         | 3                               | 18                                     |
| จันทบุรี   | 50                         | 2                               | 25                                     |
| ตราด       | 20                         | 2                               | 10                                     |
| สระแก้ว    | 44                         | 2                               | 22                                     |
| ปราจีนบุรี | 46                         | 2                               | 23                                     |
| ฉะเชิงเทรา | 66                         | 2                               | 33                                     |
| รวม (คน)   | 400 คน                     | 16 อำเภอ*                       |                                        |

หมายเหตุ \* จำนวนอำเภอทั้งหมด 61 อำเภอ สุ่มตัวอย่าง 16 อำเภอ คิดเป็นร้อยละ 26 ของจำนวนอำเภอทั้งหมด

3. การเก็บตัวอย่าง ที่ต้องการศึกษา ในอำเภอที่สุ่มตัวอย่าง ตามจำนวนที่คำนวณเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างวันที่ 1 มีนาคมถึง 30 เมษายน พ.ศ.2556 บริเวณศูนย์อาหารในศูนย์การค้าระหว่างเวลา 10.00 น. ถึง 20.00 น. โดยได้นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบจำนวน 400 ชุด

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะงาน รายได้เฉลี่ย การตัดสินใจซื้อ เป็นแบบสอบถามที่มีหลายตัวเลือก (Multiple-Choice Questions) เป็นคำถามที่ประกอบด้วย ข้อความ และมีคำตอบหลาย ๆ คำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 8 ข้อ เป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และ ข้อมูลระดับเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

**ส่วนที่ 2** แรงจูงใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 2 ข้อ และ แบบสอบถามที่มีหลายตัวเลือก (Multiple-Choice Questions) จำนวน 5 ข้อ

2.1 คำถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับปัญหาผิวหน้า ใช้แบบประมาณค่า (Rating Scale) มาวัดระดับปัญหาผิวหน้าของสตรีอายุสี่สิบปีขึ้นไป ให้เลือกตอบแบบสอบถาม โดยระดับความสำคัญ 5 ระดับ คะแนนที่กำหนดจะถูกคำนวณออกในรูปของค่าเฉลี่ยตามสูตรอันตรภาคชั้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุดตามลำดับ เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับความสำคัญมีดังนี้

| ระดับของปัญหาผิวหน้าในสตรีอายุสี่สิบปีขึ้นไป |       |
|----------------------------------------------|-------|
| ระดับของปัญหา                                | คะแนน |
| มากที่สุด                                    | 5     |
| มาก                                          | 4     |
| ปานกลาง                                      | 3     |
| น้อย                                         | 2     |
| น้อยที่สุด                                   | 1     |

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละชั้น ใช้สูตรความกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{(5-1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปรผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์ดังนี้

| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | การแปรผล        |
|------------------|-----------------|
| 4.21- 5.00       | ปัญหามากที่สุด  |
| 3.41- 4.20       | ปัญหามาก        |
| 2.61- 3.40       | ปัญหาปานกลาง    |
| 1.81- 2.60       | ปัญหาน้อย       |
| 1.00 -1.80       | ปัญหาน้อยที่สุด |

2.2 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ และแรงจูงใจด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ในข้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ใช้มาตราส่วนประมาณค่า ให้เลือกตอบแบบสอบถาม ค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ คะแนนที่กำหนดจะถูกคำนวณออกในรูปของค่าเฉลี่ยตามสูตรอันตรภาคชั้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุดตามลำดับเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับความสำคัญมีดังนี้

ระดับของสิ่งจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

| ระดับความสำคัญ | คะแนน |
|----------------|-------|
| มากที่สุด      | 5     |
| มาก            | 4     |
| ปานกลาง        | 3     |
| น้อย           | 2     |
| น้อยที่สุด     | 1     |

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละชั้น ใช้สูตรความกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval) } &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{(5-1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปรผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์ดังนี้

| ค่าเฉลี่ยระหว่าง | การแปรผล            |
|------------------|---------------------|
| 4.21- 5.00       | ความสำคัญมากที่สุด  |
| 3.41- 4.20       | ความสำคัญมาก        |
| 2.61- 3.40       | ความสำคัญปานกลาง    |
| 1.81- 2.60       | ความสำคัญน้อย       |
| 1.00 -1.80       | ความสำคัญน้อยที่สุด |

2.3 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่แรงจูงใจด้านผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย เป็นคำถามแบบเลือกตอบผู้ตอบสามารถเลือกได้ 1 คำตอบ การวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ชนิด ประเภท ระยะเวลาที่เห็นผล คุณสมบัติของตราสินค้า ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูล เวลาที่ซื้อ สถานที่ซื้อ วิธีการซื้อ ความถี่งบประมาณ และปริมาณที่ซื้อ เป็นคำถามแบบเลือกตอบผู้ตอบสามารถเลือกได้ 1 คำตอบ จำนวน 15 ข้อ การวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติและระดับเรียงอันดับ

#### การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ และนำไปใช้ในการการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ( Content validity) และ ความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability)

#### การตรวจสอบความเที่ยงตรง(validity)

1.1 ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ ในเรื่องที่ทำวิจัย 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างแบบสอบถาม ตลอดจนขอคำแนะนำและความคิดเห็นในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการแนะนำแก้ไขและดำเนินการต่อไป

## รายนามผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

1. ผศ.ดร. บุญเชิด หนูอ้อม  
อาจารย์ประจำ ภาควิชาสังคมวิทยา  
และมานุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร  
อาจารย์ประจำสาขาการตลาดและธุรกิจ  
ระหว่างประเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยบูรพา
3. นพ.กิตติพงษ์ ศรีทองกุล  
แพทย์ประจำโรงพยาบาล สมิติเวช ศรีราชา  
กรรมการผู้จัดการสถานประกอบการเสริมความงาม  
เดอะพาซิโอคลินิก

1.2 การใช้สถิติความตรงเชิงเนื้อหา ใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องแล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือนิยาม (IOC: Item Objective Conguence Index)

## การหาค่าความสอดคล้องแบบ IOC

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถาม จะประกอบด้วยผู้  
เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านวัดผลประเมินผล หรือด้านวิจัย อาจใช้ด้านภาษาด้วยเพื่อพิจารณาด้าน  
ภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมี 3 ประเด็น คือ เหมาะสม ไม่เหมาะสม และ  
ไม่แน่ใจ โดยพิจารณาข้อคำถามนั้น ๆ วัดได้ตรงหรือสอดคล้องหรือไม่ ถ้าเห็นด้วย ให้ค่า = 1  
ไม่เห็นด้วย ให้ค่า = -1 และไม่แน่ใจ ให้ค่า = 0 ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคัดเลือกรูปแบบจะพิจารณาตาม  
ความเป็นไปได้ของรายละเอียดสิ่งที่สร้างถ้ามีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ซึ่งแสดงว่าแบบ  
นั้นดีใช้ได้ตามเนื้อหาที่ระบุไว้ในรายละเอียด และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และถ้าแบบใด  
ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 0.50 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไข เพราะไม่เป็นไปตามเนื้อหาที่ระบุไว้ใน  
รายละเอียด และไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในงานวิจัยฉบับนี้ ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.96 แสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้ (รายละเอียดแสดงไว้ในภาคผนวก)

### การหาค่าความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability)

งานวิจัยชิ้นนี้ได้มีการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความถูกต้องของคำถามและความเข้าใจของชุดตอบแบบสอบถามเป็นจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ด้วยวิธีของ Cronbach method และนำข้อบกพร่องมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นก่อนที่จะดำเนินเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นต้องไม่ต่ำกว่า 0.7

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีของ Cronbach method ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Spss version 17.0

ค่า Cronbach's Alpha มีค่า 0.806 แสดงว่า เครื่องมือมีความสอดคล้องภายใน (internal consistency) ค่าความเชื่อมั่นที่ได้ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามฉบับนี้ มีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยแจกแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด บริเวณศูนย์อาหารในศูนย์การค้า ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอเศรษฐกิจดี ใน 7 จังหวัดภาคตะวันออก ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม – 30 เมษายน พ.ศ.2556 ช่วงเวลา 11.00 -20.00 น.

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม อธิบายกลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์ และวิธีการตอบแบบสอบถาม จากนั้นรื้อเก็บแบบสอบถามทันที

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย SPSS for windows โดยมีขั้นตอนประมวลผลข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) แบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้นำมาทำการสำรวจ ความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล
2. การลงรหัสข้อมูล (Coding) นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาแปรเป็นสัญลักษณ์ตัวเลขแทนค่าตัวแปรต่าง ๆ ทำการลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. การบันทึกข้อมูล นำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์

4. ประมวลผลด้วยโปรแกรม SPCC เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) การทดสอบสมมุติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัย 40 ปีขึ้นไป โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square test)

#### สถิติที่ใช้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะงาน รายได้ต่อเดือน การตัดสินใจซื้อ วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาและแรงงูใจในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัย 40 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออก

ส่วนที่ 2.1 การวิเคราะห์ระดับของปัญหาผิวหน้า วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2.2 การวิเคราะห์แรงงูใจในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2.3 การวิเคราะห์แรงงูใจด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัย 40 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออก ได้แก่ ชนิด ประเภท ระยะเวลาที่เห็นผล คุณสมบัติของตราสินค้า ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูล เวลาที่ซื้อ สถานที่ซื้อ วิธีการซื้อ ความถี่ งบประมาณ และปริมาณที่ซื้อ วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีวัย 40 ปีขึ้นไปในภาคตะวันออก วิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05