

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการจัดทำ “โครงการวางแผนดำเนินธุรกิจการจำหน่าย เครื่องประดับแฟชั่น อัญมณีและเครื่องประดับเงิน” ในครั้งนี้ผู้จัดทำโครงการ ได้ดำเนินการออกแบบวิธีวิจัยโดยการออกแบบการเก็บข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือทั้งในส่วนรูปแบบเชิงสำรวจ (Survey Research Design) โดยการออกแบบแบบสอบถามและการสังเกตการณ์ (Observation) พร้อมการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากจัดทำ สัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) พร้อมบทสัมภาษณ์ผู้บริหารในภาคธุรกิจ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรที่ซื้อสินค้าเครื่องประดับ ในเขตกรุงเทพมหานคร การกำหนดขนาดตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้ใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณที่ 5% คำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 74)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n แทนขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z แทนระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่มีค่าเท่ากับ 95%

โดยที่ $\alpha = .05$ หรือ $1 - \alpha/2 = .975$ จะทำให้

$$Z = Z_{0.975} = 1.96$$

E แทน ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ โดยกำหนดให้ค่า
ความคลาดเคลื่อน = 0.05 โดยแทนค่าดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 คน

จากการคำนวณ ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน และสำรวจไว้ที่ 5% ของ
จำนวนกลุ่มตัวอย่างคือ 39 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่อาจเกิดความผิดพลาดจากการ
ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัยได้ ดังนั้นจึงรวม
ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในงานวิจัยนี้เท่ากับ 424 คน และใช้ในการศึกษาวิจัย 400 ชุด

3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) นั่นคือ การสุ่มตัวอย่างประชากรโดยแบ่งประชากรจากหน่วยหรือลำดับขั้นต่างๆ แล้ว
ทำการสุ่มตัวอย่างประชากรจากหน่วยหรือลำดับใหญ่ๆ โดยเรียงลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ด้วยวิธีจับฉลากเพื่อเลือกสุ่มตัวอย่างเขตการปกครอง โดยแบ่งเขตการปกครองของ
กรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองตามระบบการบริหารและการปกครองของ
กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

1. กลุ่มรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ และเขตบางรัก
2. กลุ่มบูรพา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตบึงกุ่ม เขตสายไหม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ และเขตวังทองหลาง
3. กลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง และเขตคันนายาว
4. กลุ่มเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา
5. กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตบางแค
6. กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม

เลือกกลุ่มตัวอย่างเขตแต่ละเขตจากกลุ่มการปกครองดังกล่าวข้างต้น โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มละ 1 เขต ได้จำนวน 6 เขต ดังนี้ เขตปทุมวัน เขตจตุจักร เขตประเวศ เขตวัฒนา เขตบางขุนเทียน และเขตบางกอกน้อย

ในส่วนของผู้ประกอบการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการทำวิจัยกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีจากรายชื่อโรงงานผู้ผลิตเครื่องประดับเทียมที่มีที่มาจากรฐานข้อมูลกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมปี 2549

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling)

โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างสำหรับแต่ละเขตที่สุ่มจับฉลากได้ในขั้นตอนที่ 1 เขต
เขตละเท่าๆ กัน

$$\begin{aligned}\text{ขนาดของตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนเขตการปกครองที่ถูกเลือก}} \\ &= 423 / 6 \\ &= 70.50 \approx 71\end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครองที่ถูกเลือก คือ ใน 6 เขตการ
ปกครอง แต่ละเขตจะมีขนาดตัวอย่างดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ศูนย์การค้าและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ

กลุ่มเขตการ ปกครอง	เขตการสำรวจ	บริเวณ	จำนวน (คน)
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตปทุมวัน	สยามเซ็นเตอร์ และ สยามสแควร์	71
กลุ่มบูรพา	เขตจตุจักร	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว สวนจตุจักร	71
กลุ่มศรีนครินทร์	เขตประเวศ	ห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์	71
กลุ่มเจ้าพระยา	เขตวัฒนา	ห้างสรรพสินค้าเอ็มโพเรียม	71
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตบางขุนเทียน	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พระราม 2	71
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตบางกอกน้อย	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า	71
รวม			426

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

โดยเจาะจงเลือก ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และ สถานที่ที่มีผู้บริโภคไปจับจ่ายใช้สอยมากในแต่ละเขตที่สุ่มได้ ซึ่งผลของการเลือกศูนย์การค้าและสถานที่ที่ได้แสดงไว้ในตาราง ข้างต้น

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการเลือกแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานที่ในขั้นที่ 3 จากผู้บริโภคที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

การจัดทำครั้งนี้ผู้จัดทำได้กำหนดเครื่องมือสำหรับโครงการนี้ โดยแบ่งเป็น 2 ชุด

ชุดที่ 1 ศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับใช้บริการโดยการสังเกตการณ์ (Observation) ซึ่งผู้จัดทำได้ใช้การสังเกตการณ์ ภายในร้านค้าเครื่องประดับ กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อหารูปแบบการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งวิธีดังกล่าวจะทำให้ทราบถึงข้อมูลพฤติกรรมของทั้งกลุ่มผู้บริโภค พร้อมแจกแบบสอบถามตามคำถามที่กำหนดไว้

ชุด 2 ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการถามตอบ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินการ ลักษณะการบริหารจัดการ จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค กลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจเอาเลทแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด แบบมีโครงสร้าง โดยหัวข้อเรื่องในการสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ทางการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อครบทุกคำตอบที่ต้องการ โดยผู้วิจัยจะทำการได้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3.3 การสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม เป็นแบบวัดทัศนคติที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาทัศนคติ ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับ ของกลุ่มผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษา ลักษณะเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการ

เก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของเครื่องมือประกอบการวิจัย คือ แบบสอบถาม ในแบบสอบถามนี้จะประกอบด้วยคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

3.3.1 โครงสร้างออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

(Nominal Scale) and (Ordinal Scale) ต่างกันอย่างไร

ข้อที่ 1 เพศ	ระดับการวัดข้อมูล นามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 2 อายุ	ระดับการวัดข้อมูล เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 3 สถานภาพ	ระดับการวัดข้อมูล นามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา	ระดับการวัดข้อมูล เรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน	ระดับการวัดข้อมูล เรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้เครื่องประดับอัญมณี โดยทั่วไป เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 9 ข้อ

ข้อที่ 1, 2, 4, 6, 7	ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 3, 5	ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 8	เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเครื่องประดับอัญมณี/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 20 ข้อ

3.3.2 ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

สำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
สำคัญมาก	4	คะแนน
สำคัญปานกลาง	3	คะแนน

สำคัญน้อย	2	คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนน ใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) ซึ่งใช้สูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 10)

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงหรือระดับที่ต้องการแปลผล}} \\
 &= (5 - 1) / 5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3.2 สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 2:

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ความหมาย
4.21 – 5.00	สำคัญมากที่สุด	ผู้ตอบให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบัณฑิตวิทยาลัยด้านนั้น
3.41 – 4.20	สำคัญมาก	ผู้ตอบให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบัณฑิตวิทยาลัยด้านนั้น
2.61 – 3.40	สำคัญปานกลาง	ผู้ตอบให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบัณฑิตวิทยาลัยด้านนั้น
1.81 – 2.60	สำคัญน้อย	ผู้ตอบให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบัณฑิตวิทยาลัยด้านนั้น
1.00 – 1.80	สำคัญน้อยที่สุด	ผู้ตอบให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบัณฑิตวิทยาลัยด้านนั้น

ข้อที่ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการรับข่าวสารจากสื่อ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อการจัดตั้ง เข้าเลทการขายแพชั่น อุปกรณ์เครื่องประดับจำนวน 6 ข้อ โดยแบ่ง

คำถามข้อที่ 1 - 2 และ ข้อที่ 4 - 5 เป็นคำถามแบบปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

คำถามข้อที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)

คำถามข้อที่ 6 เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดตั้งเอาเลทการจำหน่ายแฟชันอันธมณี ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

3.3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ วิธีการจากตำรา หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์
2. ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองสอบ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 ชุด จากนั้นนำกลับมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) และทำการแก้ไขข้อบกพร่องให้เหมาะสมแล้วจึงทำการส่งแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้กลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์ บัญชา. 2546: 449)

$$\alpha = \frac{K \frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}}{1 + (k - 1) \frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น หรือ Alpha coefficient
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\frac{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำตอบ

โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่า α ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง 0 - 1 ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี เขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี เขตกรุงเทพมหานคร คือนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่นิยมเครื่องประดับ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนการกำหนดจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคำนวณมาจากสูตรของการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ในกรณีไม่ทราบค่าประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน วางแผนโครงการในขั้นต่อไป ด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี และในธุรกิจประเภทใกล้เคียง

การสัมภาษณ์จัดเป็นข้อมูลปฐมภูมิ Primary data เนื่องจากเป็นข้อมูลที่เกิดจากแหล่งกำเนิด และเป็นที่มาของปัญหา สามารถนำมากำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยขึ้นนี้ได้

การสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการและผู้ดำเนินธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับหรือประเภทธุรกิจที่คล้ายคลึงกับโครงการที่จัดตั้งขึ้นนี้

โดยขั้นตอนการดำเนินงานมีดังนี้

ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามที่มีเนื้อหาสมบูรณ์และให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ในเดือน กรกฎาคม พ.ศ.2550

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการทำวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้
ทำการค้นคว้าจากหนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยที่
เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.4.1. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้จัดทำและดำเนินการวิเคราะห์
ข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ
แบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้
กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาทำการบันทึกโดย
ใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติ
สำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences
หรือ SPSS) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.4.2. การจัดกระทำกับข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจริง
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาทำการลงรหัส (Coding) ใน
แบบลงรหัส (Editing)

3. ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS for Window Version 12 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ ทำให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 โดยใช้สูตร (อภิรักษ์ จันตะนี. 2538: 75)

$$P = \frac{f}{n}(100)$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละหรือ % (Percentage)
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่างๆ ในแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum^x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum^x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลในด้านต่างๆ ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 65)

สูตรค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละและการบรรยายเชิงพรรณนาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการซื้อสินค้าประเภทแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินในด้านความถี่ของการซื้อ ด้านคุณภาพที่ต้องการ สถานที่ในการจัดจำหน่าย แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินโดยแบ่งเป็น

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับของท่าน
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการจัดตั้ง เข้าเลทการขายเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี และเครื่องประดับเงิน
- ส่วนที่ 5 การนำข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย มาจัดทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)
- ส่วนที่ 6 ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นศูนย์แฟชั่นอัญมณีในกลุ่มผู้ประกอบการ

การประมวลผลสามารถประมวลผลจากแบบสอบถามและความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงงาน พร้อมทั้งข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม

นำมา แสดงเป็นคำร้อยละ และบทสรุปทัศนคติ แสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นต่อการจัดตั้งเข้าเลท แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ที่จะเกิดขึ้นได้จริง

3.6 ระยะเวลาในการทำวิจัย

ระยะเวลาในการทำงานวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 12 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2549 ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ.2550