

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี ครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population)

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้เป็นลูกค้าทั้งที่เป็นชาวเพชรบุรีและนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในปี 2552 ที่มาซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยไม่ทราบจำนวนประชากร

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในจังหวัดเพชรบุรี เพชรบุรี จำนวน 384 คนโดยใช้สูตรในกรณีที่ไม่มีทราบจำนวนประชากร (Infinite Population) และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

- | | | |
|---|---|---|
| n | = | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง |
| P | = | ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด |
| e | = | ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง |
| Z | = | ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด ณ 95% (Z = 1.96) |

$$(P = 50\%) \quad n = \frac{.50(1 - .50)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ราย}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี โดยขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวล เพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างของแบบสอบถาม และขอบเขตของเนื้อหา โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้นมาสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ กลุ่มลูกค้า และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ที่มีซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย

5. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - coefficient)

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.9818

ค่าความเชื่อมั่นส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี เท่ากับ 0.9575

ค่าความเชื่อมั่นส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของประชาชนและนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เท่ากับ 0.9185

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ขอหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ถึงร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ได้เลือกสถานที่ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอบ้านลาด อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน อำเภอชะอำ อำเภอบ้านแหลม อำเภอหนองหญ้าปล้อง และอำเภอเขาย้อย รวม 8 อำเภอ ในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้า

2. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากร้านที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ได้เลือกสถานที่ไว้จำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอบ้านลาด อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน อำเภอชะอำ อำเภอบ้านแหลม อำเภอหนองหญ้าปล้อง และอำเภอเขาย้อย โดยแจกแบบสอบถามให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าเป็นผู้ตอบ และขอรับแบบสอบถามคืน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้ค่าร้อยละ (percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย

(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในรูปตารางประกอบการบรรยายโดยมีเกณฑ์ที่ใช้กำหนดในการให้คะแนนแบบสอบถามดังนี้

ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	=	5	คะแนน
ระดับการตัดสินใจมาก	=	4	คะแนน
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	=	3	คะแนน
ระดับการตัดสินใจน้อย	=	2	คะแนน
ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	=	1	คะแนน

โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ระดับ เท่ากัน (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 103) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00	=	มีการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20	=	มีการตัดสินใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40	=	มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60	=	มีการตัดสินใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	=	มีการตัดสินใจในระดับที่น้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-Test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

4. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจซื้อสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r มีดังนี้

ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 316)

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (ถ้าสูงกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.5 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0 (ประมาณ 0.30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำ

บรรยาย

ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05