

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งมีรายละเอียดในเรื่องวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
- 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

โดยจำนวนพนักงานขายร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน จะประกอบด้วย พนักงานขายจำนวน 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่

1.พนักงานขายของห้างโมเดิร์นเทรด มีหน้าที่ในการให้บริการช่วยเหลือในด้านการขายทั่วไป เช่น ร้านโอโมโปร ในปี 2551 มีจำนวนพนักงานขาย ทั้งหมด 3,662 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551) เป็นต้น

2.พนักงานขายจากซัพพลายเออร์ของแต่ละสินค้า ซึ่งจะเข้าไปประจำยังสาขาต่าง ๆ โดยเป็นภาระที่ซัพพลายเออร์ของแต่ละสินค้านั้น ที่จะต้องส่งไปประจำ ณ สาขา ต่าง ๆ เพื่อให้บริการในด้านการขาย ซึ่งอาจจะจัดส่งพนักงานขายไปประจำในแต่ละสาขา อย่างน้อย 3 คน ตามขนาดของแต่ละสาขา

จากเหตุผลข้างต้นทำให้จำนวนของพนักงานขายของทั้ง 2 ประเภท มีจำนวนไม่แน่นอน ซึ่งทำให้ลักษณะของกลุ่มประชากรดังกล่าว เสมือนว่าเป็นจำนวนประชากรแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานขายซึ่งกระจายปฏิบัติงานตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและเป็นผู้ซึ่งอยู่ในระหว่างการปฏิบัติงานจริง โดยทำการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสุ่มของ Yamane (วิชิต อุ๋อัน , 2548 : 307) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเป็นสัดส่วน

(Quota Sampling) ตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน จำนวน 5 บริษัท ซึ่งกระจายอยู่ทั่วเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบางส่วนรวมทั้งสิ้น 400 คน ตามตารางการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 3-1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ในการเก็บ	จำนวน (สาขา)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. โฮมโปร	17 สาขา	80
2. โฮมเวิร์ค	7 สาขา	80
3. อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์	8 สาขา	80
4. บุญจาวร	9 สาขา	80
5. ซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท	30 สาขา	80
รวมทั้งสิ้น		400

2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาเทคนิคและวิธีการ สร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. รวบรวมข้อมูลที่จะใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวารสาร เอกสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ

3. ศึกษาสภาพความเป็นจริงของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภารกิจ หน้าที่ความรับผิดชอบ การให้บริการ ตลอดจนพัฒนาการในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล จะเก็บข้อมูลกับพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำราเรียนและเอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีเกี่ยวกับการขายตรง ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับพนักงานขายทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการขาย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยขอบเขตแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย คุณสมบัติของพนักงานขาย ความรู้พื้นฐาน กลยุทธ์ในกระบวนการขายและความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย

3. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานขายผู้ตอบ

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาการทำงาน โดยเป็นแบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545) จำนวน 5 ข้อ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ช่วงอายุ ตั้งแต่ 20 – 35 ปี ขึ้นไป (อำนาจ สุวดีพิงศ์, 2540) โดยกำหนดช่วงอายุ คำนวณ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2542 : 110) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{35 - 20}{3} = 10$$

ดังนั้น ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามคือ

1. 20 – 25 ปี
2. 26 – 34 ปี
3. 35 ปี ขึ้นไป

คำถามเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

1. เพศ ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ระดับการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา ระดับการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. ระยะเวลาในการทำงาน ระดับการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
6. ตำแหน่ง ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
7. ประเภทของอุปกรณ์ก่อสร้างหรือตกแต่งบ้านที่ท่านเป็นตัวแทนขาย ประเภทของสินค้า ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ ได้แบ่งเป็น 2 อาชีพ คือ

1. ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง
2. ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

โดยทั้ง 2 อาชีพ ข้างต้นจะใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะเป็น

แบบสอบถามชนิดปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Multiple Choice) มีจำนวนคำถามเกี่ยวกับความรู้ของแต่ละอาชีพ อย่างละ 5 ข้อ มี 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และไม่ใช่ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน

คือ ตอบถูกได้ 1 คะแนน และตอบผิดได้ 0 คะแนน จากนั้นทำการรวมผลคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง แต่ละข้อเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 50-100 หมายถึง พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก

คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 50 หมายถึง พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 9 ข้อย่อย มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

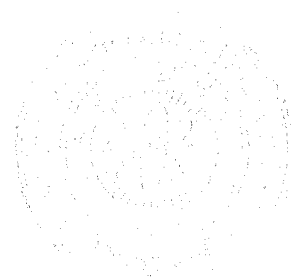
คะแนนเฉลี่ย 4.2.1 – 5.00 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายน้อยที่สุด



ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 11 ข้อย่อย มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้งมาก

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้ง

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับบางครั้ง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับไม่บ่อยครั้ง

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับไม่เคย

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้งมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีบุคลิกภาพในระดับบางครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีบุคลิกภาพในระดับไม่บ่อยครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีบุคลิกภาพในระดับไม่เคย

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านว่าพนักงานขายให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นจริงมาก-น้อยอย่างไร โดยทำการประเมินโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 10 ข้อ มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง พนักงานขายให้ความสำคัญในระดับเป็นจริงมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พนักงานขายให้ความสำคัญในระดับเป็นจริง

ระดับ 3 หมายถึง พนักงานขายให้ความสำคัญในระดับเป็นจริงบ้าง

ระดับ 2 หมายถึง พนักงานขายให้ความสำคัญในระดับเป็นจริงน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พนักงานขายให้ความสำคัญในระดับเป็นจริงน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8
 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เป็นจริงมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เป็นจริง

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 จริงบ้าง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 จริงน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 จริงน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 เป็นข้อมูลความสำเร็จของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งเป็น 2 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มีจำนวน 2 ข้อย่อย มี 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่ามากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่ามาก

ระดับ 3 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่าปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่าน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่าน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542: 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8
 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ดีมาก ประสบความสำเร็จมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ดี ประสบความสำเร็จมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ไม่แน่ใจ ประสบความสำเร็จปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ไม่ดี ประสบความสำเร็จน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ไม่ดีมาก ความสำเร็จน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ลักษณะเป็นคำถามชนิดปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ รายได้จากการขายเฉลี่ยต่อเดือน สิ่งสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย และรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทฯ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบเสนอและเพิ่มเติม

5. การนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนและนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (@-Coefficient) ของครอนบัค(Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา , 2546 : 449)

$$\text{Cronbach's alpha} = \frac{\frac{K \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (K+1) \text{ covariance} / \text{variance}}}$$

โดย K แทนจำนวนคำถาม

$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$ ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม

$\frac{\text{variance}}{\text{variance}}$ ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

1. ค่าความเชื่อมั่นปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.7328

2. ค่าความเชื่อมั่นกลยุทธ์ในกระบวนการขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.7365

3. ค่าความเชื่อมั่นด้านความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.9661

4.การรวบรวมข้อมูล

ในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

(1) ทำการสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูล เอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำเสนอที่ปรึกษาโครงการวิจัยซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของสำนวนภาษาที่ใช้เพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม

(2) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability)

2. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

(1) ดำเนินการเก็บข้อมูลตามพื้นที่ศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีได้แก่

- การจัดทำจดหมายขอความร่วมมือไปยังสำนักงานใหญ่ของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

- สำหรับสาขาที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้พนักงานภาคสนามจำนวน 300 ชุด และจัดส่งแบบสอบถามผ่านการส่งทางไปรษณีย์สำหรับสาขาที่ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล จำนวน 100 ชุด

(2) เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่กำหนดไว้แล้ว จึงดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุด

- ตรวจสอบให้คะแนนและลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด

- บันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

5.การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอ และสรุปผลในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

- สถิติ t-test ใช้สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ใช้ทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 (ชูศรี วงศ์รัตน์ , 2534 : 178)

- สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

- การวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ ศึกษาอิทธิพลที่เป็นตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตาม ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานในข้อที่ 3 และ ข้อที่ 4

- สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์ , 2541 : 72) ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ข้อที่ 5