

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถามเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ในการซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

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

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่เคยซื้อโน้ตบุ๊ก

##### ขนาดตัวอย่าง

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

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

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
<b>รวม</b>		<b>222,374</b>

ระดับรายได้	ขนาดตัวอย่าง (ราย)
รายได้ปานกลาง	224
รายได้มาก	176
	<b>400</b>

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)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ที่เคยซื้อโน้ตบุ๊ก 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 ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ 1) การรับรู้ปัญหา 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การซื้อ 5) การประเมินหลังการซื้อ โดยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาดอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการประเมินทางเลือก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก

### 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