

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในเว็นครูเซมของผู้บริหารโภคจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากลของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็นครูเซมประมาณ 400 คน (คาดประมาณจากข้อมูลจำนวนสมาชิกลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ ปี พ.ศ.2550 ของ บริษัท เพชรสยามซาวด์ แอนด์ ไลท์ติ้ง จำกัด [ข้อมูล ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2551]) จำนวน 400 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 196 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามมี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดนตรีสากลด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยมีระดับมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับของ ลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 24 ข้อ และมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของตัวเลือก ดังนี้

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คำถามชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็นและเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้บริโภคจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เป็นการทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าดังนี้

ความคิดเห็น	สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก
ด้านผลิตภัณฑ์	0.823
ด้านราคา	0.904
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	0.730
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.809
รวมทุกด้าน	0.907
แบบสอบถามทั้งฉบับ	0.859

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเครื่องดนตรีสากลในเว็กร้านครเขมม โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างตอบ

แบบสอบถาม จำนวน 196 ฉบับ และขอรับคืนด้วยตนเอง ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2551 ถึงวันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2551

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัสวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยวิเคราะห์ส่วนต่างๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ความ ความถี่ และ ค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล ในวงนักร้อง โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดนตรีสากล จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) เมื่อพบว่า ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977, p.160)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.49	มีความเห็นระดับน้อยที่สุด
1.50-2.49	มีความเห็นระดับน้อย
2.50-3.49	มีความเห็นระดับปานกลาง
3.50-4.49	มีความเห็นระดับมาก
4.50-5.00	มีความเห็นระดับมากที่สุด