

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินงานวิจัยมีขั้นตอนและวิธีการ ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** กลุ่มเยาวชนที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีไปในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร  
**ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง** กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane (Yamane, 1973 อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
N = ขนาดของประชากร  
E = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sample)

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว ส่วนประสมทางการตลาด
2. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม และวิธีสร้างเครื่องมือแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Sale)
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. สร้างข้อคำถามเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 1 ชุด แบ่งออก เป็น 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป** ได้แก่ เพศ อายุ ที่พักอาศัย ภูมิลำเนา รายได้

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียว** ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบ Checklist

**ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว** ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Sale) มี 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
- 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

### การหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

หลังจากสร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์แล้ว ได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพ มีขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

**3.2.1.1** นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ

**3.2.2.2** นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruency: IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป รวมทั้งปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับค่า IOC ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

**3.2.2.3** นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับ

หมู่บ้านอื่นอื่น ซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัท (Cronbrach's Alpha Confident)

### 3.2.2.4 นำแบบสอบถามมาจัดพิมพ์เพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูลต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้โดย

1. เตรียมความพร้อมผู้ช่วยนักวิจัยเกี่ยวกับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการนำเก็บข้อมูล
2. ทำการสำรวจโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามด้วยตนเอง และนักศึกษาผู้ช่วยวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อนำมา

วิเคราะห์ตามขั้นตอนต่อไป

## การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งใช้สถิติพรรณนาในการวิจัย ดังนี้

- 1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 3) ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว จากมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scales) นำมาหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อเทียบกับเกณฑ์

การแปรผลค่าเฉลี่ย

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลระดับน้อยที่สุด