



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาถึงความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขายที่มีต่อรูปแบบตลาดสดใช้วิธีการวิจัย
เอกสารและภาคสนามเป็นหลัก โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นในการศึกษาตามวัตถุประสงค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรด้านผู้ซื้อ คือ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการของตลาดสดในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ตามตำแหน่งที่ตั้งของตลาด

ประชากรด้านผู้ขาย คือ ประชาชนที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในตลาดสด ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา ตามตำแหน่งที่ตั้งของตลาด

2. กลุ่มตัวอย่าง

ได้จากประชากร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดของกลุ่ม
ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการหาจากสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

สูตร

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

จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะได้กลุ่มตัวอย่างสูงสุด 400 ตัวอย่างที่เป็น
ผู้ซื้อ และนำผู้ซื้อมาเปรียบเทียบกับผู้ขายในอัตราส่วน 1 : 4 จะได้กลุ่มตัวอย่าง 100 ตัวอย่างที่
เป็นผู้ขาย ดังแสดงรายละเอียดตามตาราง 1

ตาราง 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อและผู้ขายที่ใช้ในการศึกษา

ลำดับ	ชื่อเทศบาล	ชื่อตลาดสด	กลุ่มตัวอย่าง	
			ผู้ซื้อ*	ผู้ขาย
1	พระนครศรีอยุธยา	หัวรอ	33	8
2	พระนครศรีอยุธยา	เจ้าพรหม	33	8
3	ท่าเรือ	ท่าเรือ	40	10
4	บางปะหัน	ปางปะหัน	45	11
5	บ้านเลน	บ้านเลน 1	68	17
6	ผักไห่	ผักไห่	32	8
7	ภาชี	ภาชี	47	11
8	ลาดบัวหลวง	ลาดบัวหลวง	56	14
9	เมืองเสนา	เสนา 1	52	13
		รวม	400	100

ที่มา : * ข้อมูลประชากร จากสำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2546 : ไม่ปรากฏเลขหน้า)

การสร้างเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากการศึกษาดำเนินการตามแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามมี 2 ชุด สำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย แต่ละชุดแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อและผู้ขาย ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส สมาชิกในครอบครัว รายได้ ระยะเวลาใช้บริการตลาด ประเภทสินค้า ภูมิฐานะ ซึ่งเป็นส่วนของคำถามที่จะเหมือนกันทั้ง 2 ชุด

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดสด ประกอบด้วยคำถาม ประเมินค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ดังนี้

1. ด้านทำเลที่ตั้ง

2. ด้านการบริการจัดการ
3. ด้านความหลากหลายของสินค้า
4. ด้านราคาและคุณภาพ
5. ด้านควบคุมคุณภาพของสินค้า
6. ด้านสุขอนามัย
7. ด้านความเที่ยงตรงและคุณธรรม
8. ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการตลาดสดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. คำถามเชิงบวก (Positive) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็น 5 ระดับดังนี้

ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นมาก	มีค่าเท่ากับ	4 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นน้อย	มีค่าเท่ากับ	2 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1 คะแนน

2. คำถามเชิงลบ (Negative) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็น 5 ระดับดังนี้

ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นมาก	มีค่าเท่ากับ	2 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นน้อย	มีค่าเท่ากับ	4 คะแนน
ผู้ให้บริการตลาดสดมีความคิดเห็นน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5 คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนน

- 4.01-5.00 = มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด
3.01-4.00 = มีระดับความคิดเห็น มาก
2.01-3.00 = มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง
1.01-2.00 = มีระดับความคิดเห็น น้อย
0.00-1.00 = มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ซื้อและผู้ขายเป็นคำถามปลายเปิด (Open end)

การเก็บรวบรวมของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารจากงานที่เกี่ยวข้อง จากเอกสารของทางราชการ และจากการไปสำรวจตลาดสดตามที่ต่าง ๆ ในเบื้องต้น
2. ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามใช้วิธีการนำแบบสอบถาม ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ทางด้านผู้ซื้อ ที่เดินทางมาเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการตลาดสดจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ทางด้านผู้ขาย ที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในตลาดสดจำนวนทั้งสิ้น 100 ชุด

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นหลักโดยการดำเนินงานขั้นแรก คือ เมื่อเก็บข้อมูลแบบสำรวจมาแล้ว นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสำรวจ (Editing) และดำเนินการลงรหัสตามคู่มือการลงรหัส (Code books) หลังจากนั้นจะตรวจสอบแบบสำรวจเพื่อความถูกต้องอีก 1 ครั้ง แล้วจึงดำเนินการถ่ายรหัสลงในแบบฟอร์มถ่ายข้อมูล (Transfer sheet) บรรจุข้อมูลในคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อและผู้ขาย ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$P = f / N(100)$$

โดยที่	P	แทน	ร้อยละ (Percentage)
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดสดของผู้ซื้อและผู้ขาย โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)



สูตรค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

โดยให้	\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
	$S.D.$	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3. วิเคราะห์ข้อมูลทดสอบสมมุติฐานของผู้ซื้อและผู้ขายที่มีผลต่อปัจจัยระดับความคิดเห็น โดยใช้สถิติแบบ Independent t-test F-test ระดับนัยสำคัญ 0.05

สูตร t-test แบบอิสระต่อกัน (Independent sample) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบ 2 กลุ่ม

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยให้	t	แทน	ค่าสถิติที่แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มตัวอย่าง
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่สอง
	S_1^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	S_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่สอง
	n_1	แทน	ขนาดของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง
	n_2	แทน	ขนาดของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่สอง



สูตร F-test ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว(One way Analysis of Variance) ของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่ F แทน ค่าแจกแจงความถี่
 MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
โดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล