

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 5 ร้านในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของลูกค้ามาใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในแต่ละวัน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (1953) (อภิรักษ์ จันทะณี, 2550 : 89)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่ $\frac{\alpha}{2}$ ได้จากค่าระดับ

ความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{0.20(1-0.20)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 246 \end{aligned}$$

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างลูกค้ายจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา โดยวิธี สุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้ายที่คำนวณได้ มีเท่ากับ 246 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 250 คน โดยแบ่งเป็น 5 ร้าน ดังนี้ 1. ร้านจุ่ม 2. ร้านแคท 3. ร้านลุงเชียร 4. ร้านป่าไธสง และ 5. ร้านจุ่มจิม โดยแต่ละร้านจะใช้ลูกค้าย จำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและแบบสอบถามผู้บริโภคซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างเครื่องมือ
2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่างๆเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
3. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ายที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรสและสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 5 ตัวเลือก เกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย โดยรายละเอียดแล้วเรียบเรียงขึ้นเอง

การทดลองเครื่องมือ (Try-out)

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการทดลองเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทาน นำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์
2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของ (Conbrach) ครอนบาค โดยได้ค่า(Try-out) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9028

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากลูกค้า โดยผู้วิจัยขออธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ลูกค้าที่เดินทางมาซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยตรงเป็นรายบุคคล ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

ขั้นที่ 2 เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

การตรวจให้คะแนน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม นำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูล

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ตรวจสอบให้คะแนนเป็นรายข้อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้ (ลิ่วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2536 : 156-157)

5 หมายถึง	มีการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
4 หมายถึง	มีการตัดสินใจซื้อมาก
3 หมายถึง	มีการตัดสินใจซื้อปานกลาง
2 หมายถึง	มีการตัดสินใจซื้อน้อย
1 หมายถึง	มีการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปลผลโดยใช้เกณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

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

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจซื้อมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจซื้อน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในวิจัยครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS : Statistical package for the social sciences for windows) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549 : 240-258)

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และ ร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

2. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4. ทดสอบสมมติฐาน ด้วย Independent sample t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

5. ทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-Way ANOVA : F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่ซื้อสินค้ากับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มี 3 กลุ่มขึ้นไปและเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของFisher's LSD procedure (Lease-Singnificant Different)