

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive research) ศึกษาถึงปัจจัยที่ถูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิธีดำเนินการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม เพื่อใช้ในการพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน

2. กลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ กลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกขึ้นมานับว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะว่าไม่สามารถที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนลูกค้าที่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม เพื่อใช้ในการพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ทั้งหมด ดังนั้นตัวอย่างที่คัดเลือกมาจึงถือได้ว่าเป็นตัวแทนของจำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ การคำนวณหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่มีข้อมูลการบันทึกของผู้ใช้ตู้แช่เครื่องดื่มไว้อย่างชัดเจนสามารถหาจำนวนตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (W.G. Cochran, 1953 ; อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะณี, 2550 : 82)

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

n = แทนจำนวนตัวอย่าง

P = แทนสัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่มโดยกำหนดให้เป็น 10% ซึ่งเท่ากับ 0.10

Z = แทนความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.95

$$e = \text{แทนสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5\%}$$

$$\text{มีค่าเท่ากับ } 0.05$$

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการจะได้

$$n = \frac{0.10(1-0.10)(1.95)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.1(0.9)(3.80)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.342}{0.0025}$$

$$n = 137$$

ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องสุ่มอย่างต่ำ 137 ตัวอย่าง ซึ่งจะเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

3. การสุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์จำนวน 137 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive & Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วยรูปแบบคำถาม ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ ประกอบด้วย ลักษณะของกิจการ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช่แช่ ยี่ห้อตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ จำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในร้าน และระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม แบ่งตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 การแสดงความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม ใช้มาตรวัดแบบ ลิเคิร์ต (Likert) มาตรการส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ตัวเลือก คือ

<u>ตัวเลือก</u>	<u>คะแนน</u>
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การวัดระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม แปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ (ลิวน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538 : 183-186)

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

ค่าเฉลี่ย	4.20 – 5.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.40 – 4.19	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.60 – 3.39	หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.80 – 2.59	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.79	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

2. ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ หลังจากผู้ร่างตรวจสอบแล้วจะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบว่าแบบสอบถามนั้นสามารถวัดสิ่งที่ต้องการได้เพียงใด และ วัดตรงตามเนื้อหาหรือไม่ ต่อจากนั้นจะนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. ทดลองแบบสอบถามโดยนำเอารายการคำถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ใช่พื้นที่ใช้สำหรับการทำวิจัยส่วนหนึ่งก่อน (Try-out) จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดลองดูว่ารายการคำถามนั้นมีปัญหาหรือข้อบกพร่องในส่วนใดและอย่างไรเหตุผลของการ

ทดลองแบบสอบถามก่อนเพราะการสร้างแบบสอบถามนั้นผู้สร้างจะสร้างตามแนวความคิด ประสพการณ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

4. การตรวจสอบแบบสอบถามก่อนส่งไปพิมพ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล สิ่งที่พิจารณามี

4.1 การจัดวางรูปแบบของแบบสอบถาม โดยพิจารณาชนิด และขนาดของกระดาษ ขนาดของตัวพิมพ์ การย่อหน้า การเว้นวรรค การเว้นที่ว่าง โดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้ตอบและ ดึงดูดความสนใจให้อยากตอบ

4.2 ตรวจสอบความเกี่ยวข้องของเนื้อหา ถ้อยคำ ประโยค การเรียงลำดับ รวมทั้ง ตัวสะกด และการันต์

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองแบบสอบถามโดยนำเอารายการคำถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วและ ได้รับความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งไม่ใช่พื้นที่ สำหรับการทำวิจัยส่วนหนึ่งก่อน (Try-out) จำนวน 30 ตัวอย่าง เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบ จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรของ (Cronbach) ซึ่งเรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (α - Coefficient) (อภิรักษ์ จันตะณี. 2550 : 87) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของคำถาม
	S_i^2	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถาม
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

เมื่อไปทดลองใช้แล้วนำผลมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดย ผลค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เฉลี่ยทั้งหมดได้ค่าแอลฟา (α) เท่ากับ 0.84

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลจะได้จากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยและผู้ช่วย ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละที่ด้วยตนเอง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมแบบสอบถามครบทั้งหมด 137 ชุดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมา จัดระบบเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อเป็นการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การใช้สถิติเชิงพรรณนา

โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมมาจากแบบสอบถามมานำเสนอ ทั้งในด้านข้อมูลปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ และ ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม แบ่งตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ และความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม เพื่อใช้ในการพาณิชย์ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. การใช้สถิติเชิงปริมาณ

โดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมได้ มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งได้แก่

ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละข้อมูลปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามในแบบสอบถามตอนที่ 1

ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มจำแนกตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในแบบสอบถามตอนที่ 2

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มจำแนกตามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในแบบสอบถามตอนที่ 2

การทดสอบสมมติฐานด้วย ค่าเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ จำแนกตามลักษณะของกิจการ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้แช่ตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ จำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในร้านและระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้