

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก จำนวน 13 ราย ตัวแทนจำหน่าย จำนวน 4 ราย และลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก

2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิกของลูกค้า หรือประชาชนที่มาซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิกในแต่ละวัน เนื่องจากไม่สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชาชนที่จะนำมาใช้เพื่อคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ชัดเจน (Infinite population) โดยกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิด 0.05 หรือร้อยละ 5 จึงใช้สูตรเพื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (อภิสิทธิ์ จันตะนิ. 2550 : 39) ดังนี้

สูตร
$$n = \frac{1}{(e)^2}$$

วิธีทำให้ n = จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ
 e = 0.05 (คลาดเคลื่อนได้ 5% หรือมีความเชื่อมั่น 95%)

โดยแทนค่าความคลาดเคลื่อน ($e = .05$) จะได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{1}{(.05)^2}$$

$$n = \frac{1}{0.0025} = 400 \text{ โดยได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย}$$

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าว จะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 400 คน

ตาราง 8 แสดงรายชื่อผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ใช้ในการวิจัย

ลำดับที่	รายนาม
1	AYUTTHAY HERITAGE
2	R.THAI BRONZE
3	BARA STAINLESS WORK
4	สยามเทวาภัณฑ์
5	คุณวินัย รวยเจริญ
6	คุณศิษพร นาคะบุตร
7	คุณสมบัติ ศรีสุขสมวรรณ

ตาราง 9 แสดงรายชื่อตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ใช้ในการวิจัย

รายนาม	รายนาม
1 TREASURE SIAM CO.,LTD	3 P.L.BRONZE
2 MAISON DE ART	4 ROYAL LACEWOOD

1. ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ผลิต ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportion sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จำนวน 7 ราย ดังตาราง 8
2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 4 ราย ดังตาราง 9
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย กล่าวคือ เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามจำนวนที่คำนวณไว้ คือ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตและแบบสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย แบบสอบถามลูกค้าซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

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

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ของผู้ผลิต โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกได้เป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์แบบตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ผลิต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะของกิจการ และขนาดของสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการผลิตสินค้า ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุหีบห่อ ด้านการควบคุมคุณภาพ และด้านมาตรฐานสินค้า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย โดยรายละเอียดแล้วเรียบเรียงขึ้นเอง

2. แบบสัมภาษณ์ของตัวแทนจัดจำหน่าย

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกได้เป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์แบบตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การจำหน่าย เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และตลาดหลักที่ส่งออกผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของตัวแทนจำหน่าย โดยแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการจัดจำหน่าย และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

3. แบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ได้แก่ วิธีการเลือกซื้อ ราคาที่ซื้อแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และโอกาสซื้อซ้ำ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 5 ตัวเลือกเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า โดยแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผู้ให้บริการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

การตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับความพึงพอใจมาก	4	คะแนน
มีระดับความพึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับความพึงพอใจน้อย	2	คะแนน
มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550 : 77)

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.20-5.00 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.40-4.19 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.60-3.39 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.80-2.59 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.79 หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิจัยครั้งนี้ คือ

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย โดยรายละเอียดแล้วเรียบเรียงขึ้นเอง

การทดลองเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการทดลองเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Content validity) ว่าเครื่องมือที่จะนำไปใช้มีระดับความสามารถในการวัดความเที่ยงตรงตามสิ่งที่ต้องการวัดหรือไม่ พร้อมทั้งพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามว่าถามได้ตรงประเด็นหรือไม่ ครอบคลุมเนื้อหาที่จะถามเพียงใด ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร ตลอดจนพิจารณาความถูกต้องและชัดเจนของภาษาที่ใช้จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

3.1 รองศาสตราจารย์ลำยอง ปลั่งกลาง

3.2 ดร. ปรีชา วรรัตน์ไชย

3.3 ดร. ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิในข้อ 3 มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาความเหมาะสมและสมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปทดลองใช้ (Try-Out) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Validity) กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก สาขาในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำผลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (α - Coefficient หรือ Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9504

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย และลูกค้าที่มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยตรงของผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก ในหมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้ง 7 แห่ง แบบสัมภาษณ์โดยตรงของตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอรัญญิก ทั้ง 4 แห่ง และแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำการตอบแบบสอบถาม

ด้วยตนเอง และตรวจแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามให้ครบทุกข้อคำถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) เพื่อแปลผลและนำเสนอต่อไป

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549 : 240-258)

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ผลิต ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลตัวแทนจำหน่าย และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของอนุรักษ์

2. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

4. ทดสอบสมมติฐาน ด้วย Independent sample : t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

5. ทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-Way ANOVA : F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า กับระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่มี 3 กลุ่มขึ้นไปและเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure (Least-Significant Different)

6. การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ด้วย χ^2 : test of Independent โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือ “ไม่เป็นอิสระต่อกัน” สัมพันธ์กัน หรือส่งผลต่อกันหรือพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารต่างกัน แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารหรือลูกค้ามีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารแตกต่างกัน แต่ถ้าผลการทดสอบมีค่ามากกว่า 0.05 หรือ “เป็นอิสระต่อกัน” หมายความว่า ไม่สัมพันธ์กันหรือไม่ส่งผลต่อกัน หรือไม่แตกต่างกัน แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร หรือการเลือกซื้อไม่แตกต่างกัน