

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเหือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

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

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาซื้อเหือกและมันจากร้านค้าส่งเหือกและมันในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท

##### กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเหือกและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953, p.123) (อภิรักษ์ จันตะณี, 2550, หน้า 89)

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

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.20)

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ( $e = 0.05$ )

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

ความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

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

ฉะนั้นตัวอย่าง 246 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัย จึงเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 250 คน

#### การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างลูกค้ำจากร้านค้าส่งเฟือก และมันในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยวิธี สุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 250 คน โดยสุ่มจากลูกค้ำที่มาซื้อเฟือกและมันจากตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ 1) ร้านเจ้แดง 2) ร้านเจ้วันดี 3) ร้านลุงมด 4) ร้านเจ้มาลา และ 5) ร้านเสียวัง และตลาดไท จำนวน 5 ร้าน ได้แก่ 1) ร้านเจ้ณา 2) ร้านเจ้กุหลาบ 3) ร้านเจ้แขก 4) ร้านเจ้หมวย (สหลี) และ 5) ร้านเจ้เพ็ญ (ทรัพย์ในดิน) โดยแต่ละร้านจะใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### การสร้างเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสอบถามลูกค้ำ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างเครื่องมือ
2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่างๆเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
3. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเนื้อและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเนื้อและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท ได้แก่ สถานที่ซื้อสินค้า ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้า เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าส่งเนื้อและมัน การชำระเงิน วิธีการสั่งซื้อ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาซื้อ และการขนส่งสินค้า

**ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ชนิด 5 ตัวเลือกเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเนื้อและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท โดยแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

**ตอนที่ 4** เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดที่เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ เพื่อการปรับปรุงเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเนื้อและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท

#### การทดลองเครื่องมือ (Try-out)

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการทดลองเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจทาน นำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์
2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ดร.ศิริมณี จรรยา ดร.ปรีชา วรรัตน์ไชย และดร.ปฐมพงศ์ สุภเลิศ ตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของ (Cochran) ครอนบาค ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.76 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ และนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากลูกค้า โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ลูกค้าที่เดินทางมาซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเฟือกและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไทโดยตรงเป็นรายบุคคล ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

ขั้นที่ 2 เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

### การตรวจให้คะแนน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเฟือกและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท นำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูล

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าจากร้านค้าส่งเฟือกและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท จำนวน 6 ข้อใหญ่ และในแต่ละข้อมีข้อย่อยๆ โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ระดับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (5 คะแนน) ระดับการตัดสินใจซื้อมาก (4 คะแนน) ระดับการตัดสินใจซื้อปานกลาง (3 คะแนน) ระดับการตัดสินใจซื้อน้อย (2 คะแนน) ระดับการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด (1 คะแนน)

การวิเคราะห์จะนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมาย ตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, หน้า 77)

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

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 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งเฟือกและมัน ในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมืองรังสิต และตลาดไท

### การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

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

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเฟือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท

2. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อเฟือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation ) เพื่อใช้อธิบายค่าเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อเฟือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท

4. ทดสอบสมมุติฐาน ด้วย Independent sample t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับระดับการตัดสินใจซื้อเฟือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท

5. ทดสอบสมมุติฐาน ด้วย One-Way ANOVA : F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป กับระดับการตัดสินใจซื้อเฟือกและมันของลูกค้าจากร้านค้าส่งในตลาดกลางค้าส่งสี่มุมเมือง รังสิต และตลาดไท และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure (Lease-Singnificant Different)