

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยมีวิธีดำเนินการตามประเด็นดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือลูกค้า บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งรวมทั้ง 810 คน (บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด, 2556, หน้า 4)
2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) (อภิสิทธิ์ จันตะนี, 2550, หน้า 21)

สูตร

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

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{810}{1 + 810 (0.05)^2}$$

$$n = 267.77$$

ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่าง 268 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึง เรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากลูกค้าโรงสีข้าวในจังหวัดอ่างทอง จำนวน 268 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสำหรับเก็บข้อมูลบริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด และทดสอบค่าความเชื่อมั่น ภายใต้กรอบแนวความคิด (Conceptual framework) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของ เรื่องของลูกค้า บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าบริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของลูกค้า ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-end)

2. การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

2.5 นำแบบสอบถามที่ได้จากการแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดสอบ เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้จะต้องไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่เก็บข้อมูลจริง จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยวิธี ครอนบาช อัลฟา

2.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบและได้ค่าความเชื่อมั่นที่เหมาะสม ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

การตรวจให้คะแนนแบบสอบถามเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ ที่กำหนดไว้ ดังนี้

มีระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อมาก	4	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อน้อย	2	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อน้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อบริษัทเอคโค (ประเทศไทย) จำกัดระดับการตัดสินใจซื่อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.40-4.19 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.60-3.39 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.80-2.59 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00-1.79 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจซื่อน้อยที่สุด

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้ลูกค้า บริษัทเอคโค (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยจึงรับกลับมาตรวจความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้คัดแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลสมบูรณ์ที่สุดออกมามาจำนวน 268 คน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

### การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจของลูกค้า บริษัทเอกโค (ประเทศไทย) จำกัด

3. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และ LSD. (Least-Significant Different) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า และปัจจัยการตัดสินใจ โดยได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ามีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน