

บทที่ 1

บทนำ

1. ลักษณะของปัญหา

การซื้อขายในระบบผ่อนส่งมีกำเนิดขึ้นเป็นพัน ๆ ปีมาแล้ว ข้อดีและข้อเสียของระบบผ่อนส่งก็เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย เช่น มีผลดีต่อผู้ซื้อในแง่ที่ได้สินค้าหรือบริการมาใช้ทันทีโดยไม่ต้องเก็บออมเงินไว้วงหน่าเป็นเวลานาน พร้อมกันนั้นก็ยังช่วยยกฐานะการครองชีพของผู้ซื้อขึ้นอีกประการหนึ่งด้วย ผลดีต่อผู้ขายสินค้าผ่อนส่งก็คือ ทำให้ขายได้คล่องขึ้นไม่ต้องใช้ความพยายามชักจูงให้ซื้อมากนัก และยังมีผลดีต่อเศรษฐกิจของชาติด้วย เพราะเมื่อมีการซื้อขายขายคล่อง ก็ต้องเพิ่มกำลังผลิตเพิ่มแรงงาน คนว่างงานขอมน้อยลง เป็นต้น ส่วนทางด้านผลเสียนั้นก็มีมากพอ ๆ กับผลดี เช่น ทำให้เกิดการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย มีการบวกดอกเบี้ยในอัตราสูง ทำให้สินค้ามีราคาแพง และถ้านำสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาขายโดยมีการผ่อนชำระค่าสินค้านำเข้าดังกล่าวเป็นงวด ๆ ก็อาจเป็นสาเหตุให้ประเทศผู้ส่งเขาขาดดุลการค้าได้ง่าย เป็นต้น

แม้ว่าผู้บริโภคจะตระหนักดีถึงผลเสียของระบบผ่อนส่งที่จะบังเกิดแก่ตนก็ตาม ในบางครั้งก็ไม่สามารถจะเหนี่ยวรั้งใจตนเองไม่ให้ซื้อสินค้าผ่อนส่งได้เพราะซื้อหาได้ง่าย ไม่มีระเบียบพิธีมากนัก และตนก็ได้รับความสะดวกสบายทันทีที่ได้สินค้าหรือบริการ ความคิดเห็นหรือทัศนคติต่อระบบผ่อนส่งจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าได้ศึกษาควบไปกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้า เราอาจพบว่าผู้ซื้อบางคนที่มีทัศนคติไม่ดีต่อระบบผ่อนส่งอาจซื้อสินค้าเงินผ่อนก็ได้และบางคนอาจจะยังไม่ได้อะไร แต่ก็ตั้งใจว่าจะซื้อในอนาคต ดังผลการสำรวจของนิตยสารแพตเตอร์โฮมแอนด์การ์เด้นส์<sup>1</sup> (Better Home and Gardens Magazine) ในปี ค.ศ. 1967 ทำการสำรวจจากชาวอเมริกันเป็นจำนวนถึง

<sup>1</sup>Virginia Britton, Personal Finance (Van Nostrand Reinhold Company, 1968) p.123

275,000 คน สรุปได้ว่า การที่สามารถซื้อสินค้าเงินผ่อนหรือกู้ยืมได้อย่างง่ายดายนั้น เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาทางการเงินขึ้นในครอบครัว ผู้ให้สัมภาษณ์ในการสำรวจ ครั้งนี้เป็นผู้อ่านนิตยสารฉบับดังกล่าว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย การศึกษาดี และมีอัตราการซื้อสินค้าผ่อนส่งสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของชาวอเมริกันทั่วไป การสำรวจนี้ชี้ให้เห็นได้ชัดว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการผ่อนส่ง แต่ก็น่าสังเกตว่าอัตราการซื้อสินค้าเงินผ่อนของคนกลุ่มนี้สูงกว่าอัตราเฉลี่ย

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาทัศนคติ เป็นการศึกษาเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เช่น ความเชื่อ อุปนิสัย ความรู้สึกนึกคิด ควบคุมกันไปกับการแสดงออกหรือพฤติกรรมของบุคคล แต่เนื่องจากบุคคลสามารถปิดบังทัศนคติหรือเสแสร้งแสดงพฤติกรรมได้ จึงเป็นการยากที่จะศึกษาให้รู้ถึงข้อเท็จจริง สำหรับการศึกษทัศนคติของผู้ซื้อต่อระบบผ่อนส่งก็เช่นเดียวกัน แม้จะเป็นทัศนคติในเรื่องของการซื้อสินค้า เป็นเรื่องธรรมดาในชีวิตประจำวัน อาจมีบางสิ่งบางอย่างที่ผู้ตอบรู้สึกไม่สมควรจะเปิดเผย ผู้เขียนตระหนักดีถึงผลดังกล่าวนี้ จึงต้องการศึกษาทัศนคติอย่างกว้าง ๆ ไม่ละเอียดลึกซึ้งมากนัก เพียงเพื่อให้เข้าใจได้ว่าผู้ซื้อสินค้าโดยทั่วไปมีความคิดเห็นต่อระบบผ่อนส่งอย่างไร การศึกษาครั้งนี้จึงมีลักษณะเป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นให้ไต่ถามที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาโดยละเอียดลึกซึ้งและเจาะจง เฉพาะด้านสำหรับผู้สนใจในโอกาสต่อไป

อาจสรุปวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้ :

2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ซื้อต่อการซื้อขายในระบบผ่อนส่งว่ามีความเห็นสนับสนุนหรือคัดค้านอย่างไร มีมูลเหตุจูงใจอย่างไรจึงซื้อสินค้าผ่อนส่ง

2.2 เพื่อศึกษาแนวโน้มของระบบผ่อนส่ง โดยศึกษาถึงจำนวนผู้ที่เคยซื้อสินค้า โดยการผ่อนส่ง จำนวนผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าผ่อนส่งในอนาคต ความพอใจในบริการ และระเบียบวิธีการของการผ่อนส่ง สินค้าที่นิยมซื้อขายกันในระบบผ่อนส่ง ประกอบกับศึกษาถึงสภาพของธุรกิจการขายสินค้าผ่อนส่งในปัจจุบันพร้อมกันไป

2.3 เพื่อศึกษาลักษณะของผู้ซื้อสินค้าผ่อนส่งในคานเพต สถานภาพทางการสมรส อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ อันจะเป็นทางให้ผู้ค้าเนินธุรกิจขายสินค้าผ่อนส่งรู้จัก

ลักษณะลูกค้าที่ขึ้น จะได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการและลักษณะ  
ของลูกค้า

2.4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าโดยการผอมส่ง ว่าเคยผอมส่งสินค้าอะไร  
บ้าง มีระเบียบในการผอมชำระอย่างไร เหตุใดจึงซื้อสินค้าผอมส่งจากผู้ขายนั้น ๆ

### 3. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

3.1 ทำให้มองเห็นอนาคตของธุรกิจผอมส่งว่าจะเจริญก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับ  
ของสังคมไทยมากน้อยเพียงไร

3.2 ชี้ให้เห็นปัญหาและข้อเสียเปรียบของผู้ซื้อสินค้าผอมส่ง ซึ่งอาจเป็นแนวทาง  
สำหรับผู้ดำเนินการขายสินค้าผอมส่งได้แก้ไขปรับปรุงการบริการของตนให้ดีขึ้น ตลอดจน  
เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงผลประโยชน์ของตนเอง ที่ควรพิทักษ์รักษาไว้ไม่ปล่อยให้  
ปละละเลย หรือจำยอม เช่นที่แล้ว ๆ มา เพราะเห็นว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย ซึ่งการตัดสินใจ  
ของผู้บริโภคดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นแรงกดดันให้รัฐบาลดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคเข้มแข็ง  
ยิ่งขึ้นเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน และราคายุติธรรม ซึ่งในที่สุดผลดีย่อมบังเกิดขึ้น  
แก่สังคมเป็นส่วนรวม

3.3 เป็นประโยชน์ต่อสถาบันการเงินที่มโนบายให้ธุรกิจและผู้บริโภคผู้เข้าไปเพื่อ  
การผอมส่งสินค้า

3.4 เป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรม และทัศนคติของผู้  
บริโภคต่อระบบผอมส่งโดยละเอียดและหยังลึก เฉพาะด้านต่อไป

### 4. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ อาจจำแนกออกอย่างกว้าง ๆ ได้เป็นการศึกษาด้านผู้บริโภคทาง  
หนึ่งกับทางผู้ขายอีกทางหนึ่ง ซึ่งทั้ง 2 ทางดังกล่าวนี้ต่างก็มีเนื้อหาที่จะศึกษาให้ละเอียดลง  
ไปได้อีกมาก แต่เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องทุนทรัพย์ กำลังคนรวมทั้งเวลาที่จะใช้ศึกษา  
ทำให้ผู้เขียนไม่สามารถศึกษาได้อย่างกว้างขวางและสมบูรณ์เต็มที่จึงต้องจำกัดขอบเขตของ  
การศึกษาไว้ดังนี้

1. ทำการสำรวจเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ



2. เลือกสำรวจเฉพาะผู้ที่มียอดขายตั้งแต่ 1,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป และไม่สนใจกลุ่มอาชีพกรรมกร ลูกจ้าง นักเรียนนักศึกษา และผู้ไม่มีงานทำ ทั้งนี้เพราะบุคคลดังกล่าวเป็นผู้ไม่มีรายได้อะไรและมีรายได้น้อย ไม่จัดเป็นลูกค้าที่คาดหมายได้ (Potential Customer) สำหรับตลาดสินค้าผอนส่ง
3. การสำรวจทั้งทางคานที่ต้นคคิและพฤติกรรมกรทำอย่างกว้าง ๆ เป็นเพียงการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในชั้นปฐม (Primary data) เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ลึกซึ้งและซับซ้อนสำหรับผู้สนใจในโอกาสต่อไป
4. ทำการสำรวจและวิเคราะห์เฉพาะการผอนเป็นรายเดือนเท่านั้น ที่ผอนเป็นรายวันหรือรายสัปดาห์จะไม่นำมาศึกษา
5. การสำรวจตลาดสินค้าผอนส่ง จะสำรวจเฉพาะบริษัทขายสินค้าผอนส่งที่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย และมีกิจการใหญ่โต ได้แก่ บริษัท เออาร์ เครดิท จำกัด บริษัท ซิงเกอร์โซอิงแมชชีน จำกัด บริษัท แอดวานซ์โปรดักส์ จำกัด บริษัท ทอมสันไทย จำกัด และบริษัท สยาม เครดิท จำกัด ส่วนร้านค้าเล็ก ๆ อีกรวมหลายที่ขายสินค้าผอนส่งและอยู่กระจัดกระจายนั้น สักวิสัยที่ผู้เขียนจะทำการสำรวจให้ครบถ้วนได้ การศึกษาครั้งนี้จึงไม่ครอบคลุมถึง
6. ระยะเวลาที่ทำการศึกษาอยู่ในเดือนกรกฎาคม 2518

## 5. วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่ใช้วิธีการสำรวจ (Survey method) แต่ก่อนที่จะทำการสำรวจได้ศึกษาจากทฤษฎีและรายงานต่าง ๆ เกี่ยวกับระบบการผอนส่ง จนเข้าใจความหมายและผลของการผอนส่งโดยละเอียด แล้วจึงนำความรู้ที่ได้ไปวางแผนการสำรวจในชั้นต่อไป แหล่งที่มาของข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้จึงประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้อจากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารเพื่อให้เข้าใจในความหมายของการขนส่ง ผลของการขนส่ง ประวัติความเป็นมา สภาพตลาดสินค้าขนส่ง ตลอดจนราคาสินค้าและระเบียบในการขนส่ง

ข้อมูลทางคานูขายสินค้าขนส่ง อันได้แก่ระเบียบการในการขนส่ง และราคาสินค้าได้อจากการรวบรวมเอกสารแจกของบริษัทต่าง ๆ จากโฆษณาในหนังสือพิมพ์ และจากการสอบถามพนักงานขายสินค้าขนส่งของบริษัทใหญ่ ๆ บางบริษัท

ส่วนข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) นั้น ได้อจากการสำรวจ (Survey) มีลำกับ การรวบรวมข้อมูลดังนี้ :

1. เลือกวิธีการวิจัย เนื่องจากการศึกษารึ้นนี้ต้องการศึกษาค้นพุดติกรรมของ ผู้บริโภคควบคู่ไปกับทัศนคติ ซึ่งเป็นการศึกษาอย่างกว้าง ๆ ครอบคลุมไปถึงบุคคลอาชีพต่าง ๆ จึงต้องใช้การศึกษาในแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งเป็นวิธีรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกสรรขึ้นมาจากประชากรที่เกี่ยวข้อง และนำหลักทางสถิติกับคณิตศาสตร์มาจำแนกความแตกต่างของข้อมูลที่รวบรวมได้ ส่วนเทคนิคในการรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์โดยพนักงาน (personal interview) เนื่องจากผู้เขียนมีความเห็นว่าลักษณะปัญหาที่จะถามเป็นเรื่องธรรมดาทั่ว ๆ ไปที่ผู้ให้สัมภาษณ์ยินดีที่จะเปิดเผยกับพนักงานสัมภาษณ์ และความยาวของแบบสอบถามก็ไม่ยาวเกินไปจนต้องใช้ เวลาในการตอบมาก อีกทั้งยังเป็นวิธีที่จะทำได้สำเร็จตรงตามเวลาที่กำหนด และควบคุมการเก็บข้อมูลได้ออย่างใกล้ชิด

2. กำหนดจำนวนตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาเชิงพุดติกรรม และทัศนคติ ของผู้ที่เคยซื้อสินค้าขนส่งกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าขนส่ง อัตราส่วนระหว่างผู้เคยซื้อสินค้าขนส่งกับผู้ที่ไม่เคยซื้อจึงมีความสำคัญต่อจำนวนตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษา จึงใช้การกำหนดจำนวนตัวอย่างแบบ Sampling for proportions ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ :-

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

p = ค่าประมาณอัตราส่วนของผู้เคยซื้อสินค้าผอนส่ง ในพื้นที่ที่กำหนดให้

$$p = 0.5$$

q = ค่าประมาณอัตราส่วนของผู้ไม่เคยซื้อสินค้าผอนส่งจึงมีค่าเป็น 1-p

d = ความคลาดเคลื่อนของ p ที่ยอมให้ได้ กำหนดให้เป็น  $\pm 5\%$

t = โอกาสที่จะเลือกตัวอย่างที่ผิดปกติซึ่งจะทำให้มีความคลาดเคลื่อนสูงกว่าที่ตั้งไว้ กำหนดให้  $= \frac{1}{20}$  ดังนั้น  $\alpha = 0.05$  และ  $t = 2$

(โดยประมาณ)

แทนค่าสูตร จะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{4 (0.5)(0.5)}{0.0025} \\ &= 400 \text{ ราย} \end{aligned}$$

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแจ่มแจ้งได้อย่างละเอียด ผู้เขียนจึงได้พิจารณาเพิ่มจำนวนตัวอย่างขึ้นอีก 100 ราย ซึ่งยังอยู่ในความสามารถและงบประมาณที่ผู้เขียนมี จำนวนตัวอย่างครั้งนี้จึงเป็น 500 ราย และเพื่อทดแทนแบบสอบถามที่อาจจะไม่สมบูรณ์จึงกำหนดตัวอย่างให้เกินไว้ 5% รวมจำนวนตัวอย่างที่ต้องสำรวจ 525 ราย

3. วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่าง (Random Sampling) โดยในชั้นแรกนำแผนที่กรุงเทพฯ ซึ่งแสดงอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรีและสมุทรปราการ มาแบ่งออกเป็นช่อง ๆ (Block) ใดทั้งสิ้น 154 ช่อง เป็นพื้นที่ในจังหวัดใกล้เคียง 2 จังหวัดดังกล่าวประมาณ 39 ช่อง ดังนั้นจึงเหลืออาณาเขตกรุงเทพฯ ซึ่งจะทำการสำรวจ



115 ช่อง แต่เนื่องจากการจะสำรวจให้กระจายไปครบถ้วนเป็นการสิ้นเปลืองเวลาและ  
เงินทุนอย่างมาก อีกทั้งยังยากแก่การควบคุมงานสนามอีกด้วย โดยเฉพาะในเขตแถบชาน  
เมืองหรือย่านที่บานเรือนราคาไม่หนาแน่น การคมนาคมไม่สะดวก ดังนั้นเพื่อการศึกษา  
ครั้งนี้สำเร็จภายในเวลาและทุนทรัพย์ที่มี ผู้เขียนจึงคัดเลือกสำรวจเฉพาะย่านที่อยู่อาศัย  
การค้า สถานที่ราชการ เท่านั้น ซึ่งมีอยู่ด้วยกันทั้งสิ้นประมาณ 40 ช่องจากอาณาเขต  
กรุงเทพฯ 115 ช่อง

ปัญหาเรื่องกำลังคนที่จะใช้ในการสัมภาษณ์นับเป็นปัญหาใหญ่อีกประการหนึ่ง นอก  
จากเงินทุนและเวลา ซึ่งปัญหานี้ทำให้ไม่สามารถจะทำการสำรวจให้ครอบคลุมตามพื้นที่  
40 ช่องที่เลือกมาได้ ผู้เขียนจึงตัดทอนพื้นที่ที่จะทำการสำรวจลงมาเหลือ 32 ช่อง ซึ่ง  
คิดเป็นร้อยละ 30 ของพื้นที่ทั้งหมดโดยประมาณ เพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนพนักงานสัมภาษณ์  
ส่วนวิธีที่จะเลือกพื้นที่ใดนั้นจะใช้การจับสลากพื้นที่ ๆ ต้องการขึ้นมา 32 ช่อง จาก 40 ช่อง  
ต่อจากนั้นจึงทำการคัดเลือกไปที่ละช่องว่าจะทำการสำรวจในตรอกซอยใดบ้าง หรือริมถนน  
ช่วงใด โดยยึดเอาบริเวณใจกลางช่องนั้น ๆ เป็นจุดเริ่มต้นการสัมภาษณ์ กำหนดให้การ  
สัมภาษณ์วันละวันในอัตรา 1:2 กล่าวคือสัมภาษณ์บ้านแรกแล้วเดินไปอีก 2 บ้าน จึง  
สัมภาษณ์บ้านที่ 3 หรือถ้าเป็นตึกที่ทำการก็ให้สัมภาษณ์ห้องแรกของชั้นที่ 1 ชั้นที่ 4  
ชั้นที่ 7 ไปตามลำดับ ส่วนบุคคลที่จะทำการสัมภาษณ์นี้ ให้สัมภาษณ์ครัวเรือนละ 1 ราย  
ในกรณีที่ เป็นบ้านหรือห้องแถว ถ้าเป็นตึกที่ทำการให้สัมภาษณ์บุคคลในห้องแรกของแต่ละชั้น  
ได้เพียง 1 คนเช่นกัน โดยบุคคลนั้นจะต้องเป็นบุคคลแรกที่พนักงานสัมภาษณ์พบและมีคุณสมบัติ  
ตามกำหนด

4. การสร้างแบบสอบถาม ใ้ร่างเป็นแนวทางแบบสอบถามขึ้นให้ครอบคลุมข้อมูล  
ที่ต้องการทั้งหมด ในการร่างนี้ต้องใช้ความรู้ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลทฤษฎีมูลตลอดจนคำแนะนำ  
นำของอาจารย์ที่ปรึกษา หัวหน้าส่วนวิจัยการตลาด ธนาคารกรุงเทพ จำกัด รวมถึงความเห็น  
เห็นของเพื่อน ๆ นักวิจัยการตลาดมาประกอบกัน เพื่อให้แบบสอบถามมีความรัดกุม ต่อเนื่อง  
เป็นเหตุเป็นผลกัน และเข้าใจได้ง่ายที่สุด ต่อจากนั้นผู้เขียนได้นำร่างแบบสอบถามมาทดลอง  
ลองสัมภาษณ์เพื่อนพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด ในหน่วยงานอื่น ๆ และขอความเห็นเพิ่ม

เติมจากพนักงานขายสินค้าผอนส่งของบริษัท แอดวานส์โปรดักส์ จำกัด กับเจ้าของกิจการผอนส่งขนาดย่อม เพื่อทดสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเพิ่มเติมตัวเลือกในข้อที่เป็นคำถามปิด(Closed-end question) ผลจากการทดลองสัมภาษณ์ปรากฏว่าต้องแก้ไขเพิ่มเติมแบบสอบถามอีกเล็กน้อย โดยเฉพาะเรื่องความยาวของแบบสอบถาม เพราะปรากฏว่าผู้ให้สัมภาษณ์มักจะพิจารณาอย่างคร่าว ๆ ว่าแบบสอบถามมีความยาวกี่หน้า ถ้ายาวมากก็มักจะไม่มีใครอยากตอบ หรืออาจตอบเร็ว ๆ โดยไม่คิดเพราะต้องการโฉบ ๆ ไป ปัญหาข้อนี้ผู้เขียนเฝ้ามองขามไปในตอนแรก มุ่งแต่จะบรรจุคำถามลงไปให้ครบถ้วนตามต้องการเท่านั้น มิได้คำนึงถึงเทคนิคในการที่จะให้ได้รับความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ แบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมีความยาวเพียง 3 หน้ากระดาษสี่น แทนที่จะเป็น 6 หน้ากระดาษยาวเช่นร่างครั้งแรก ผลพลอยได้อีกประการหนึ่งคือลดรายจ่ายกระดาษพิมพ์แบบสอบถามลงได้อีกมาก

แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจมีหัวข้อคำถามสำคัญ ๆ ดังนี้

1. ความเห็นสนับสนุน-คัดค้านต่อระบบการผอนส่ง
2. ระเบียบการในการผอนส่งสินค้าที่เคยซื้อ
3. เหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าผอนส่ง
4. การพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้าผอนส่ง
5. ความเห็นต่อวิธีการขายสินค้าผอนส่ง
6. เหตุผลที่ซื้อสินค้าผอนส่งจากผู้ขายคนใดคนหนึ่ง
7. ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมระเบียบการและการให้บริการในการขายสินค้าผอนส่ง
8. เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าผอนส่ง
9. การเคยเห็นโฆษณาขายสินค้าผอนส่ง
10. ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์





กลุ่มประโยคดังกล่าวนี้ เรียกว่า Attitude Scale ผู้เขียนได้พยายามหา  
กลุ่มประโยคที่จะใช้ในการศึกษาทัศนคติครั้งนี้โดยการถามบุคคลอาชีพต่าง ๆ กันประมาณ  
50 ราย ว่าเขามีความเห็นอย่างไรกับระบบขนส่ง ในการถามนี้ ผู้เขียนพยายามให้  
เป็นการพูดคุยกันมากกว่าจะให้เป็นการถามอย่างเป็นทางการ และมีเวลาสนทนาโต้ตอบ  
กันพอสมควร เพื่อให้ผู้ตอบเกิดความเป็นกันเองกับผู้เขียนจะได้แสดงความคิดเห็นได้เต็มที่  
ที่ คำตอบที่ได้นั้นผู้เขียนจะบันทึกไว้ทุกถ้อยคำ ต่อจากนั้นจะนำคำตอบเหล่านั้นมาแยก  
ออกเป็นประโยค ๆ แต่ละประโยคมีความหมายเพียงหนึ่งอย่างเท่านั้น โดยวิธีนี้ทำให้  
ผู้เขียนได้ประโยคกลุ่มหนึ่งที่จะแสดงถึงทัศนคติต่อการขนส่งประมาณ 24 ประโยค ซึ่ง  
แยกออกได้เป็น 2 ความเห็นคือ ความเห็นทางด้านสนับสนุนกับความเห็นคัดค้าน ความ  
เห็นละ 12 ประโยคเท่า ๆ กัน เพื่อมิให้เกิดความลำเอียงเมื่อนำไปใช้เป็นแบบสอบถาม  
จึงปรากฏในแบบสอบถามข้อ 2 และเพื่อให้แบบสอบถามข้อนี้ได้ผลตามที่ต้องการ จึง  
กำหนดให้ผู้ตอบอ่านประโยคเหล่านั้นเอง หรืออาจให้พนักงานสัมภาษณ์อ่านให้ฟัง เพราะ  
ต้องการให้แต่ละประโยคไปกระตุ้นความคิดของผู้ตอบ แต่ถ้ามหาผู้ตอบไม่มีโอกาสรู้ครบทุก  
ประโยค หรือตอบเองจากความคิดของตน ความคิดเห็นบางข้ออาจขาดหายไป เพราะ  
ไม่มีสิ่งไปกระตุ้น

##### 5. การออกงานสนาม

ในการรวบรวมข้อมูลได้รับความร่วมมือจากนักศึกษาปีที่ 4 แผนกวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในการออกสัมภาษณ์ โดยผู้เขียนได้ฝึกอบรมนักศึกษาที่จะมา  
เป็นพนักงานสัมภาษณ์จำนวน 20 คน ให้เข้าใจตั้งแต่วัตถุประสงค์ของการวิจัย จนถึงคำ  
ถามแต่ละข้อในแบบสอบถาม การฝึกอบรมนี้ใช้เวลา 2 วัน ต่อจากนั้นก็ให้ทดลองออก  
งานสนาม เพื่อฝึกหัดการเข้าพบ การจับบันทึก และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตัวเองที่จะ  
ต้องไปสัมภาษณ์บุคคลแปลกหน้า การทดลองนี้ให้สัมภาษณ์คนละ 3 ชุด ต่อจากนั้นก็จัด  
อบรมอีกครั้งหนึ่งเพื่อชี้ให้เห็นข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริงจากการทดลอง และหาทาง  
แก้ไขป้องกันมิให้เกิดขึ้นอีก



เมื่อพนักงานสัมภาษณ์พร้อมที่จะออกงานสนามแล้ว ก็ไต่คกลงแบ่งเขตการสำรวจ พนักงานสัมภาษณ์แต่ละคนจะมีเขตประจำของตนเขตหนึ่ง ๆ มีพนักงานสัมภาษณ์ประจำ 2-3 คน ขึ้นอยู่กับขนาดและความหนาแน่นของครวี่เรือน ในการสัมภาษณ์กำหนดให้ทำวันละไม่เกิน 10 ราย ทั้งนี้เพราะจากประสบการณ์ของผู้เขียนเองการสัมภาษณ์มาก ๆ ในคราวเดียวกันจะทำให้พนักงานสัมภาษณ์เกิดความเบื่อหน่ายที่ต้องพูดซ้ำแล้วซ้ำอีก ทำให้แบบสอบถามชุดหลัง ๆ อาจมีคุณภาพคอยลง

งานสนามได้เริ่มในวันที่ 23 กรกฎาคม 2518 และเสร็จสิ้นลงในวันที่ 25 กรกฎาคม 2518 รวม 3 วัน ได้จำนวนตัวอย่างครบถ้วน 525 ราย (แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ 24 ราย ตัดออก 1 ราย เพื่อให้จำนวนตัวอย่างเป็นเลขกลม) ในช่วงเวลาที่ออกงานสนามนั้น ผู้เขียนและเพื่อนนักวิจัยการตลาดอีก 4 คน ได้ช่วยกันควบคุมดูแลพนักงานสัมภาษณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด และนับเป็นโชคดีอย่างยิ่งของผู้เขียนที่ได้พนักงานสัมภาษณ์ที่การศึกษาสูง และยังมีพื้นฐานความรู้ทางด้านการวิจัยอีกด้วย อุปสรรคทางด้านงานสนามจึงมีเพียงเล็กน้อย

## 6. การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้เขียนได้เตรียมการไว้เพื่อการประมวลผลด้วยแล้ว กล่าวคือกำหนดคอลัมน์ของคำตอบแต่ละข้อ และกำหนดรหัส (Code) สำหรับตัวเลือกต่าง ๆ ซึ่งเป็นคำตอบของคำถามปิด (Closed-end Question) ดังนั้นข้อที่มีตัวเลือกไว้ให้เป็นคำตอบจึงพร้อมที่จะเจาะลงในบัตร (Card) ได้ทันทีเมื่อได้มีการตรวจทานความสมบูรณ์ (Edit) ของแบบสอบถาม ส่วนข้อที่เป็นคำถามเปิด (Open-end Question) คำตอบจะกระจายไปตามความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ จึงต้องทำการรวบรวมให้เป็นหมวดหมู่เสียก่อน โดยคัดลอกข้อความที่เป็นคำตอบออกมาทั้งหมด แล้วพิจารณาจัดหมวดหมู่ข้อที่มีความหมายเหมือนกันไว้ด้วยกัน ต่อจากนั้นจึงกำหนดรหัส (Code) ให้สำหรับคำตอบแต่ละข้อ



เมื่อคำตอบทุกข้อมีรหัส (Code) ครบถ้วน จึงถ่ายลงใน Transferred Sheet แล้วนำไปเจาะ (Punch) ลงในบัตรอีกต่อหนึ่งพร้อมทั้งทำการตรวจสอบ (Verify) บัตรว่าเจาะถูกต้องตรงกับ Transferred Sheet ต่อจากนั้นก็นำบัตรทั้งหมดไปเข้าเครื่องจักรส่องกล เพื่อแจแนบความถี่ของข้อมูลแต่ละรายการ (Hole-count) และเข้าเครื่องจำแนกบัตร (Sorting machine) เพื่อแจแนบตามตารางวิเคราะห์ที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้าให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา