บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 วิธีการศึกษาใช้การสำรวจ (Survey Research)

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจด้วยเครื่องมือทางการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ทั้ง 3 แบรด์นที่ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

3.1.2 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการ รวบรวมจากหนังสือ บทความ เอกสาร วารสาร อินเตอร์เน็ต ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ และนำเสนอตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง

3.1.3 การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ทั้งหมดที่เกี่ยวกับ ปัจจัยของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการในร้านสะดวกซื้อ : กรณีศึกษาที่ ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

3.2 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาและเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการ ร้านสะดวกซื้อที่ ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งแต่ละแบรน์ดของผู้ประกอบการดังนี้

1.ร้าน 7 – ELEVEN จำนวนลูกค้า เข้าใช้บริการประมาณวันละ 646 คน

2. ร้าน LOTUS – EXPRESS จำนวนลูกค้า เข้าใช้บริการประมาณวันละ 715 คน

3. ร้าน FAMILY MART จำนวนลูกค้าเข้าใช้บริการประมาณวันละ 342 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

มีทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการในร้านสะดวกซื้อที่ ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาโดยวิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างซึ่งคำนวณโดยใช้สูตร Quota Sampling

$$n = \frac{(Z^2 pq)}{e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

z = ระดับความเชื่อมั่น โดยกำหนดที่ 95% ($\propto$ = .05)

p = ค่า%ที่คาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

(โดยกำหนดให้ p=50% หรือ .5)

q = ค่า%ที่คาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

(โดยกำหนดให้ q=50% หรือ .5)

e = ค่าความผิดพลาดหรือความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ 5% หรือ (.05)

จะได้ $n = \frac{1.96^2(.5)(.5)}{(.05)^2}$

$= 384.16$

ดังนั้นจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการศึกษาในครั้งนี้จำนวนประมาณ 370 ตัวอย่าง

3.3 การสุ่มตัวอย่าง

ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้มีขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ศึกษา คือ การสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) การสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนก็คือ การสุ่มโดยบังเอิญอย่างหนึ่ง เพียงแต่ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของตัวอย่าง ออกตามลักษณะของข้อมูลเสียก่อน แล้วค่อยเก็บข้อมูลมาศึกษา (ผศ.ดร. ยุทธ ไกยวรรณ์) ซึ่งในการสุ่มตัวอย่างในการทำการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นลูกค้าที่เข้าร้านสะดวกซื้อ ที่ตั้งอยู่ในตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีร้านสะดวกซื้อที่มีผู้ประกอบการทั้งหมด 3 แบรนด์ โดยในการสำรวจผู้วิจัยแบ่งให้มีการแจกแบบสอบถามกับลูกค้า

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดตัวแปรการศึกษา คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และ ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) การศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) การศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ปัจจัยและส่วนผสมทางการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการร้านสะดวกซื้อที่ ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

โดยพิจารณาจากสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกเข้าซื้อสินค้าและบริการ จากปัจจัยและส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย สถานที่ตั้ง ความหลากหลายของสินค้า ราคาสินค้า และช่องทางการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลของกรณีศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น

3.5.1 ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานภาพ โดยคำถามจะเป็นแบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวจำนวน 6 ข้อ

3.5.2 ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลทำให้ลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ข้อ

3.5.3 ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ที่ผู้บริโภคต้องการให้มีในร้านสะดวกซื้อที่ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งคำถามจะเป็นแบบให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นในส่วนต่างๆ แสดงข้อแนะนำ หรือความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับร้านสะดวกซื้อทั้ง 3 แบรนด์ เป็นแบบเปิดกว้าง

3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถาม และทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre Test) เพื่อจะดูความเข้าใจในข้อคำถามของผู้ตอบแบบสอบถามและเพื่อลดปัญหาความไม่เข้าใจคำถาม การกระโดดข้ามของลำดับข้อคำถาม ความยาวของแบบสอบถาม ความไม่ชัดเจนของแบบสอบถาม และทดสอบความมีประสิทธิภาพของแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้จัดทำได้ทำการเก็บแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 30 ชุด และสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง มาวิเคราะห์และทำการปรับปรุงแบบสอบถามใหม่ เพื่อให้แบบสอบถามที่จะแจกจ่ายในครั้งต่อไปมีความถูกต้องมากขึ้น

3.7 ระยะเวลาในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำการตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสรุปข้อมูลและดำเนินการเสร็จเรียบร้อย ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2550 ถึง 31 ตุลาคม 2550 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือนเต็ม

3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว คือ วันที่ 20 - 30 กรกฎาคม 2550 โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ โดยมีวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.8.1 เตรียมแบบสอบถามเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการร้านสะดวกซื้อ ที่ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร แต่ละแบรน์ด ในช่วงเดือน กรกฎาคม 2550

3.8.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามา ซื้อสินค้าและบริการร้านสะดวก ซื้อ ที่ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร แต่ละแบรน์ด และนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องและคัดแยกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ออกมา

3.9 สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย สามารถกำหนดสมมติฐานในการศึกษาได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1

สมมติฐานหลัก : เพศที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

สมมติฐานรอง : เพศที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2

สมมติฐานหลัก : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

สมมติฐานรอง : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3

สมมติฐานหลัก : อายุที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

สมมติฐานรอง : อายุที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4

สมมติฐานหลัก : อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

สมมติฐานรอง : อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5

สมมติฐานหลัก : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

สมมติฐานรอง : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6

สมมติฐานหลัก : รายได้ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

สมมติฐานรอง : รายได้ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

3.10 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ออก โดยจะคิดเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์สำหรับประมวลผลเป็นร้อยละ

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

3. การจัดระดับมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามแบบของ Likert's Scale โดยแต่ละคำถามจะมีระดับความสำคัญที่บอกผลการตัดสินใจ 5 ระดับ ซึ่งกำหนดน้ำหนักของตัวเลือกในแบบสอบถามที่ใช้ข้อความทั้งหมดในเชิงบวก (Positive) เป็นคะแนนดังนี้

ความสำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
ความสำคัญมาก	4	คะแนน
ความสำคัญปานกลาง	3	คะแนน
ความสำคัญน้อย	2	คะแนน
ความสำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

4. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาประมวลผลข้อมูล เพื่อหาค่าทางสถิติดังต่อไปนี้

4.1 อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) คือ อัตราส่วนที่มีฐานหรือส่วนที่เป็น 100 ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของความถี่ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

1) ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

2) ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านสะดวกซื้อที่ ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้ง ความหลากหลายของสินค้า ราคาสินค้า ช่องการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

4.2 ค่าเฉลี่ย/ มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการจัดลำดับ (Ranking) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ จะใช้ในส่วนของบริการเสริมอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคต้องการให้มีบริการภายในร้านสะดวกซื้อที่ ตำบลท่าฉลอม เทศบาลนครสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะเลือกบริการใหม่ ๆ ที่จะนำมาให้บริการแก่ลูกค้า โดยกำหนดนำหนักของตัวเลือกในแบบสอบถามที่ใช้ข้อความทั้งหมดในเชิงบวก (Positive) เป็นคะแนนดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\overline{x_1} - \overline{x_2}$ แทนค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

s_1^2, s_2^2 แทนค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทนขนาดของกลุ่มประชากรในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

Df แทนชั้นความเป็นอิสระ

ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูลมากกว่าสองกลุ่มโดยใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

ใช้สถิติ ANOVA (One – Way analysis of Variance) F-test ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไป (ยกเว้นเพศ) ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

โดยใช้สูตร

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2542 : 332-334) [10]

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2};n-k}\sqrt{MSE}\sqrt{\frac{1}{n_i}+\frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ LSD แทนค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ

MSE แทนค่า Mean Square error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

K แทนค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ

N แทนค่าจำนวนข้อมูลประชากรทั้งหมด

ทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยของข้อมูลสองกลุ่มใช้ t –test

$$t = \frac{\overline{x_1} - \overline{x_2}}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1}+\frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดสมมติฐานตามกรอบแนวคิดดังภาพที่ 3.1 โดยประกอบไปด้วยภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพการสมรส
- รายได้
- อาชีพ
- ระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก

- สถานที่ตั้ง
- ราคาสินค้า
- สินค้า
- การส่งเสริมการขาย