

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 การออกแบบวิจัย

จากการวิเคราะห์ “การออกแบบการวิจัย” ผู้ทำการวิจัยได้ออกแบบการวิจัย
ออกเป็น 2 วิธี

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

1. ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม
(Questionnaire)
2. ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก
(In-Depth Interview)

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

3.2.1 วัตถุประสงค์การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าก่อน และหลังประกาศกระทรวงสาธารณสุข
ของกลุ่มสินค้าที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ของลูกค้านำเข้าในร้านสะดวกซื้อที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มสินค้าที่มีส่วนผสมของ
แอลกอฮอล์ของลูกค้านำเข้าในร้านสะดวกซื้อที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมันก่อน และหลังประกาศของกระทรวง
สาธารณสุข

3.2.2 ประชากร (Population)การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้ทำการวิจัยได้สำรวจข้อมูลจากกลุ่มประชากร 7-Eleven ในการวิจัยได้คัดเลือกมาจากประชากร กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าในร้าน 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน สังกัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งมีจำนวนสาขาในปี พ.ศ.2549 ทั้งหมด 145 สาขา ซึ่งเป็นสาขาทั้งหมดที่กำหนดตามขอบเขตในการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่3.1

จำนวนสาขาของร้าน7-Ellevenที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน

กลุ่มลูกค้า	จำนวนสาขา	เปอร์เซ็นต์
กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ใกล้ปั้มน้ำมัน	36	25
กลุ่มลูกค้าทางผ่านกลับบ้าน	68	47
กลุ่มลูกค้าทางผ่านไปต่างจังหวัดและสถานที่ท่องเที่ยว	41	28
รวม	145	100

ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนาบริษัท ซี. พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)2549

จากตารางที่ 3.1 อธิบายรายละเอียด 145 สาขาได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ใกล้ปั้มน้ำมันหมายถึง กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ใกล้ปั้มน้ำมันระยะห่างจากที่ตั้งไม่เกิน 500 เมตร จำนวน 36 สาขา คิดเป็นร้อยละ 25
2. กลุ่มลูกค้าทางผ่านกลับบ้านหมายถึง กลุ่มลูกค้าที่ขับรถผ่านเส้นทางประจำทุกวัน จำนวน 68 สาขา คิดเป็นร้อยละ 47
3. กลุ่มลูกค้าทางผ่านไปต่างจังหวัดและสถานที่ท่องเที่ยวหมายถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องผ่านปั้มน้ำมันที่ตั้งไปต่างจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 41 สาขา คิดเป็นร้อยละ 28

3.2.3 กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

กลุ่มตัวอย่างมีขั้นตอนในการกลุ่มตัวตัวอย่างดังนี้

ขั้นที่1 เลือกสาขาตัวอย่างจาก 145 สาขาโดยใช้วิธีโควต้า (Quota Sampling) สรุปผลเลือกแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ใกล้ปั๊มน้ำมัน จำนวนสาขา $36 \times 25 / 100 = 9$ สาขา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าทางผ่านกลับบ้าน จำนวนสาขา $68 \times 47 / 100 = 32$ สาขา

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าทางผ่านไปต่างจังหวัดและสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนสาขา $41 \times 28 / 100 = 11$ สาขา

รวมทั้งสิ้น 52 สาขาจากการใช้วิธีโควต้า (Quota Sampling)

ขั้นที่2 เลือกตัวอย่างจากแต่ละสาขาโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแบ่งรายละเอียดเป็น 3 กลุ่มดังนี้

จากสูตร Yamane กลุ่มสาขาตัวอย่างทั้งหมด 52 สาขา มีลูกค้าที่มาใช้บริการ 72,725 คน (ที่มา:สำนักวิจัยและพัฒนาบริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) 2549) กลุ่มลูกค้าตัวอย่าง ที่เหมาะสมโดยมีนัยสำคัญ 0.05 จะมีลูกค้าตัวอย่างจำนวน 400 ราย ดังตัวอย่างในการคำนวณหาตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างการใช้สูตรคำนวณ

การใช้สูตรคำนวณด้วยวิธีการของ Taron Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{n}{1 + (N * e)}$$

โดยกำหนดให้ n = ขนาดของตัวอย่างหรือจำนวนประชากรที่ทำการสุ่ม

N = จำนวนประชากรร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั๊มน้ำมันเฉพาะสังกัด

ปฏิบัติการกรุงเทพ ฯ และปริมณฑล

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดเท่ากับ 0.05

ทั้งนี้ข้อมูลประชากรในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั๊มน้ำมันเฉพาะสังกัดปฏิบัติการกรุงเทพ ฯ และปริมณฑล แบ่งตามกลุ่มลูกค้า จากการเก็บข้อมูลลูกค้าโดยระบบ POS (Point of Sales) และ SC (Stock Control) หลังร้าน มีลูกค้ามาใช้บริการจำนวน 72,725 คน

$$\text{แทนค่าในสูตร } n = \frac{72,725}{1 + (72,725 * 0.05^2)} = 400$$

ข้อมูลจำนวนประชากรที่ทำการสุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่3 การกระจายแบบสอบถามจากตัวอย่างการใช้สูตร Yamane โดยมีนัยสำคัญ 0.05 ได้แบบสอบถาม 400 ชุดสามารถกระจายแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มอย่างได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ใกล้ปั้มน้ำมัน จำนวนสาขา $9*400/52 = 69$ สาขา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าทางผ่านกลับบ้าน จำนวนสาขา $32*400/52 = 246$ สาขา

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าทางผ่านไปต่างจังหวัดและสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนสาขา

$11*400/52 = 85$ สาขา

รวมทั้งสิ้น 400 ชุดเพื่อกระจายในแต่ละกลุ่มลูกค้าต่างๆ

3.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม(Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามทั่วไป เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อครัวเรือน สถานภาพการสมรส มีทั้งหมด 5 คำถาม โดยใช้คำถามแบบตรวจสอบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เพื่อตรวจสอบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้กรอกแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นมาตรวัดความถี่ในการซื้อ สถานที่ในการซื้อ สินค้าที่ซื้อในปัจจุบัน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ชีดคำตอบลงในมาตรวัด

2) การสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้กรอกแบบสอบถาม จำแนกคำถามปลีกย่อย ดังนี้

สถานภาพทั่วไป

- จำแนกตามเพศ
- จำแนกตามอายุ
- จำแนกตามอาชีพ

- จำแนกตามการศึกษา
- จำแนกตามรายได้ต่อครัวเรือน
- จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า กลุ่มสินค้าที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ ของลูกค้าในร้านสะดวกซื้อ ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน ก่อนและหลังจากประกาศของกระทรวงสาธารณสุขผู้ทำการวิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็นส่วนๆทั้งหมดแบ่งได้ 2 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าต่อกลุ่มสินค้าที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน ของลูกค้า 7-Eleven สังกัดปฏิบัติการกรุงเทพและปริมณฑล ก่อนและหลังจากประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า กลุ่มสินค้าที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ของลูกค้าในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน สังกัดปฏิบัติการกรุงเทพและปริมณฑล ก่อนและหลังประกาศของกระทรวงสาธารณสุข

3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การกรอกแบบสอบถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน สังกัดกรุงเทพ ฯ และ ปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 145 สาขา คัดเลือกสาขาตัวอย่างมาทั้งหมด 52 สาขาโดยวิธี Quota Sampling ดังที่ได้กล่าวถึงในหัวข้อ 3.2.3 ส่วนวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าโดยใช้แบบสอบถามนั้น ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) แต่มีเงื่อนไขเพิ่มเติมว่า ต้องเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าในตู้แช่เย็น แล้วทำการแจกแบบสอบถาม(Questionnaire)สาขาละ 8 ตัวอย่างเท่า ๆ กัน รวมทั้งหมดเป็น 400 ชุด

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงร้อยละ โดยใช้Program SPSS ในการประมวลผลจากนั้นสรุปวิเคราะห์ในเชิงร้อยละตอนที่1 ของแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพโดยทั่วไปเพศ,อายุ, อาชีพ,การศึกษา,รายได้ต่อครัวเรือน,สถานภาพการสมรส และในการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2

2) การวิเคราะห์สมมุติฐาน การวิเคราะห์สมมุติฐานด้วยวิธีการทางสถิติ ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าปั้มน้ำมันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน สังกัดปฏิบัติการกรุงเทพและปริมณฑล ก่อนและหลังจากประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าปั้มน้ำมันมีผลกระทบต่อจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งต่อร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน สังกัดปฏิบัติการกรุงเทพและปริมณฑล ก่อนและหลังจากประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข

3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.3.1 วัตถุประสงค์การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมสำหรับร้านสะดวกซื้อที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน ภายหลังจากประกาศกระทรวงสาธารณสุข และเพื่อศึกษามาตรการความร่วมมือกับภาครัฐในกรณีประกาศของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยรวม

3.3.2 ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research)

เป็นผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท โดยตรง รวมถึงกำหนดนโยบายของบริษัทโดยรวม และ เฉพาะผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมาตรการความร่วมมือกับภาครัฐเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้เลือก คุณ ปิยะวัฒน์ วิริยะธาวรรกุล ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซี พี เซเว่นอีเลฟ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ที่กำหนดนโยบายขององค์กร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม สำหรับ ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven

3.3.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

- 1) ใช้เครื่องมือในการวิจัยโดยใช้วิธีแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In- Depth Interview)
- 2) การสร้างเครื่องมือเชิงพรรณนาเป็นแบบ Structured Interview โดยมีคำถามล่วงหน้า

หน้า 4 คำถามใช้วิธีแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In- Depth Interview)

คำถาม ที่ 1 ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ปี2550)

คำถาม ที่ 2 มาตรการความร่วมมือกับภาครัฐ

คำถาม ที่ 3 ยุทธศาสตร์ในอนาคต ของร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven

คำถาม ที่ 4 ภาวะการแข่งขันธุรกิจค้าปลีก

3.3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

นัดสอบถามแบบตัวต่อตัว(Face to Face) ผู้บริหารระดับสูง 1 คน คือ คุณ ปิยะวัฒน์ ลีตะสิทธิ์วารกุล ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ที่กำหนดนโยบายขององค์กร และ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมาตรการความร่วมมือกับภาครัฐเมื่อได้ตอบคำถามจาก 4 ข้อแล้วทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In- Depth Interview) อีกครั้งจนได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของผู้สัมภาษณ์แล้วนำคำตอบมาสรุป

3.3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีเชิงพรรณนาโดยสรุปจากบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร และนำนโยบายรวมทั้งกลยุทธ์ของบริษัทมาวิเคราะห์แนวทางในการปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรการความร่วมมือกับภาครัฐ จากการสัมภาษณ์คุณ ปิยะวัฒน์ ลีตะสิทธิ์วารกุล ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซี พี เซเว่นอีเลฟ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ที่กำหนดนโยบายขององค์กร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม สำหรับ ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน หลังประกาศกระทรวงสาธารณสุข และ เพื่อศึกษามาตรการความร่วมมือกับภาครัฐในกรณีประกาศของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยรวม