

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) เพื่อการศึกษาในเรื่อง “การแข่งขันที่เป็นธรรมของธุรกิจค้าปลีก ตามการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบกับพฤติกรรมการบริโภค และการรับรู้ถึงการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก วิธีดำเนินการวิจัยของงานวิจัยจะได้นำเสนอเป็นขั้นตอนดังนี้

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่จะทำการศึกษาในเรื่อง “การแข่งขันที่เป็นธรรมของธุรกิจค้าปลีก ตามการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้คือ ผู้บริโภคร้านค้าปลีกทั้งแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 6,825,956 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548-2549)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ในการกำหนดจำนวนประชากรตัวอย่าง ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในเรื่อง “การแข่งขันที่เป็นธรรมของธุรกิจค้าปลีก ตามการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 3 ข้อ และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อรวมทั้งหมดมีจำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการรับรู้ด้านข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจค้าปลีก โดยข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 6 ข้อ และข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 6 ข้อ รวมทั้งหมดจำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended)

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

2.2.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดแนวคิดในการวิจัย

2.2.2 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราวิชาการ บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม

2.2.3 กำหนดประเด็นและข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในงานวิจัย

2.2.4 ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม

2.2.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น พร้อมแบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่จะทำการศึกษา เพื่อพิจารณาแบบสอบถาม เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องของสำนวนภาษา จากนั้นผู้วิจัยได้นำ

แบบสอบถามไปคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในด้านต่างๆ ดังที่กล่าวมาและนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

2.2.6 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด

2.2.7 คำนวณหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้การคำนวณหาอำนาจจำแนกด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ปรากฏผลได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.379-1.530 ส่วนแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้การคำนวณหาความน่าเชื่อถือ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏผลได้ค่า 0.774

2.2.8 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม และนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการดังนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็นกลุ่ม จำนวน 5 กลุ่ม เพื่อกระจายพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 4 สัปดาห์

3.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) และนำมาคำนวณวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยแบ่งได้ดังนี้

4.1 การคำนวณหาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) โดยสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 การคำนวณหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โหลห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ตอนที่ 2 ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) โดยสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อ

คำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

4.3 การคำนวณหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในการกำกับดูแลประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ตอนที่ 3 ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) โดยสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

4.4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้ค่า Chi square (X^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน ส่วนข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่า t-test สำหรับสถานภาพด้านเพศ และลักษณะที่อยู่อาศัย และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova : F-test) ในด้านของอายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ กรณีที่พบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะใช้ค่า Scheffe Analysis ในการวิเคราะห์เป็นรายคู่

4.5 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับการรับรู้ด้านข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในการกำกับดูแลประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้ค่า Chi square (X^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน ส่วนข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่า t-test สำหรับสถานภาพด้านเพศ และลักษณะที่อยู่อาศัย และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova : F-test) ในด้านของอายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ กรณีที่พบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะใช้ค่า Scheffe Analysis ในการวิเคราะห์เป็นรายคู่

4.6 การคำนวณหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ จากข้อคำถามตอนที่ 4 ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ