

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (สาขาแจ้งวัฒนะ) ระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2548

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากจำนวนประชากรเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ใช้บริการในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (สาขาแจ้งวัฒนะ) มีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดได้ การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการเก็บข้อมูลเพียงบางส่วนคือจำนวน 400 คนเท่านั้น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามด้วยตนเอง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามแบบปลายเปิด โดยการตั้งคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านพื้นฐานส่วนบุคคล สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการได้แก่ เพศ สถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ลักษณะคำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ สอบถามความพึงพอใจด้านพนักงานที่ให้บริการ และด้านบริการพิเศษอื่น ๆ

ลักษณะคำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนวัดระดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด สอบถามความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ลักษณะคำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนวัดระดับ  
ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดมาตราส่วนวัดระดับตามแบบของ Likert Scale เป็น 5 ระดับ คือ

พอใจอย่างยิ่ง	ระดับคะแนน	5
พอใจ	ระดับคะแนน	4
เฉย ๆ	ระดับคะแนน	3
ไม่พอใจ	ระดับคะแนน	2
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	ระดับคะแนน	1

ในการประเมินค่าเพื่อแปลความหมายให้ชัดเจน ได้แบ่งระดับการแปลความหมายออกเป็น 5 ระดับคือ ระดับพอใจอย่างยิ่ง ระดับพอใจ ระดับเฉย ๆ ระดับไม่พอใจ และระดับไม่พอใจอย่างยิ่ง สำหรับค่าเฉลี่ยจะพิจารณาจากคะแนนโดยคำนวณจากการประมาณค่า มีคะแนนอัตรภาคชั้น (class interval) ดังนี้

$$\text{ค่าพิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง มีระดับพอใจอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง มีระดับพอใจ
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง มีระดับเฉย ๆ
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง มีระดับไม่พอใจ
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง มีระดับไม่พอใจอย่างยิ่ง

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 2 ประเภทดังนี้

→ 1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ใช้บริการแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (สาขาแจ้งวัฒนะ) จำนวน 40 คน (อัตราส่วน 10% จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน) หลังจากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา ภาษา ถ้อยคำที่ใช้ในคำถาม ปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ที่สุดแล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ความน่าเชื่อถือได้เป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันความถูกต้องของการทดสอบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ด้วยค่า Alpha ตั้งแต่ 0.07 ขึ้นไปซึ่งผลการทดสอบจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ได้ค่า Alpha เท่ากับ .8732

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดแหล่งข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะได้ข้อมูลที่ทันสมัยตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แต่ยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้นต้องนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติในภายหลัง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าจากตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ บทความ เอกสารต่างๆ ที่มีการบันทึกรวบรวมไว้แล้ว

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายลักษณะโดยทั่วไปของพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายพื้นฐานส่วนบุคคลของประชากรที่ศึกษาเพื่อดูการกระจายของตัวแปร

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลและเป็นการหาตัวแทนของกลุ่ม เพื่อให้ทราบว่าประชากรที่ศึกษามีพื้นฐานส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจได้อย่างไร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่

2.1 ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการ

2.2 ค่า F-test (One-way ANOVA) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

2.3 ค่า Pearson Chi-Square ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาด โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

## ขั้นตอนการทำวิจัย

1. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน
2. ร่างแบบสอบถามเพื่อทดสอบความเที่ยงตรง และทดสอบความเชื่อมั่น โดยการเก็บข้อมูลจากสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์
3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้
4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS
5. รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เพื่อรายงานผลการวิจัย
6. สรุปผลการวิจัย / อภิปราย พร้อมข้อเสนอแนะ