

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) ทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตและการค้าปลีกแบบมีร้านค้า ผู้ทำการวิจัยได้ทำการสำรวจกลุ่มประชากร โดยการเลือกตัวอย่างจากประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการออกแบบสอบถามและสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience Sampling) ทำการเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยวิธี

3.1 สร้างแบบสอบถามขึ้นบนโฮมเพจ (Homepage)

3.2 จัดส่งแบบสอบถาม โดย e-mail ซึ่ง e-mail address นี้ได้มาจากการสำรวจเว็บไซต์ตามรายชื่อโดเมนเนมที่ปรากฏอยู่ใน www.ntl.nectec.or.th/internet

(หมายเหตุ : ในกรณีที่ e-mail address ของผู้ตอบแบบสอบถามตรงกันทั้งในวิธีที่ 1 และ 2 จะทำการเลือกมาเพียง 1 ฉบับ)

3.2 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดของการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับการค้าปลีกแบบมีร้านค้า โดยพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดสำหรับการค้าปลีกอันประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่

ความหลากหลายของชนิดสินค้า (Variety of merchandise assortment)

ความลึกของสายผลิตภัณฑ์ (Depth of merchandise selection)

- การให้บริการเสริม (Service to be offered)
- การตกแต่งออกแบบร้าน (Store design)
- บรรยากาศภายในร้าน (Store Atmosphere)
- 2. ราคา (Price) ได้แก่
 - ระดับราคาสินค้า (Price levels of merchandise)
 - การให้เครดิต (Credit plans offered)
 - การยอมรับบัตรเครดิต (Credit cards accepted)
 - การลดราคาสินค้า (Markdown of sale items)
- 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) ได้แก่
 - ที่ตั้งของร้าน (Store location)
 - ที่ตั้งของสาขา (Branch locations)
 - การจัดส่งสินค้า (Delivery)
 - ช่องทางในการส่งมอบสินค้า (Supply channels)
- 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion) ได้แก่
 - การโฆษณา (Advertising)
 - พนักงานขาย (Personal sales)
 - การประชาสัมพันธ์ (Publicity)

3.3 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษา คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยทั้งหมด 1,000,000 คน³²
 กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าผ่าน
 อินเทอร์เน็ต และผู้ที่เคยเยี่ยมชมร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตจำนวน 399 คน ที่สุ่มมาจากจำนวนประชากร
 ทั้งหมด โดยใช้สูตรของ Taro Yamane สำหรับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05³³

³² พิฑูมา พันธุ์ทวี, “จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย”, สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการ
 เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ 2543, หน้า 4.

³³ Yamane T. *Statistics, An Introductory Analysis* (New York:Harper&Row, 1973) pp. 726

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัย สิ่งพิมพ์รัฐบาล สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ รวมถึงวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยการตั้งคำถามเพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการศึกษา โดยการตั้งคำถามได้ค้นคว้าจากเอกสารและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อแนวความคิดของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีก

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านความคิดเห็นที่มีต่อการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตและการค้าปลีกแบบมีร้านค้า

แบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Likert Scale) โดยกำหนดคะแนนให้แต่ละระดับ และนำค่าเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปรความหมายตามเกณฑ์ดังนี้³⁴

| | | | |
|--------------|---------|--------------------------------------|-------------------------|
| ระดับคะแนน 5 | เท่ากับ | ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง | หรือค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 |
| ระดับคะแนน 4 | เท่ากับ | ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย | หรือค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 |
| ระดับคะแนน 3 | เท่ากับ | ระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ | หรือค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 |
| ระดับคะแนน 2 | เท่ากับ | ระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย | หรือค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 |
| ระดับคะแนน 1 | เท่ากับ | ระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | หรือค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 |

³⁴ อุเทน บุญ โย, วิชาการศึกษา (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539), หน้า 236.

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม ไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)³⁵ ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษาโดยใช้โปรแกรม SPSS ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบตารางและแผนภูมิต่าง ๆ

3.7. ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งใช้เวลาประมาณ 7 เดือน ตั้งแต่เดือน กันยายน 2544 ถึง เดือน มีนาคม 2545

³⁵ ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, สถิติพื้นฐาน (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2542) หน้า 1.