

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการใช้บริการ และศึกษาว่าผู้ซื้อที่มีสถานภาพความต้องการ วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีลักษณะการให้บริการในร้านหนังสือที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร และให้ความสำคัญต่อบัญชีที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือต่างกันอย่างไร ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

- ท่าเลที่ตั้ง
- บรรยากาศในร้าน
- การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย
- ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย
- การให้บริการจากพนักงานขาย

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เข้าในการวิจัย
2. การสร้างแบบสอบถาม
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้ที่เข้าไปเลือกซื้อหนังสือ จำนวน 350 คน กลุ่มตัวอย่างนี้ได้จากการเฉลี่ยจำนวนผู้ให้บริการ ของร้านหนังสือใน จังหวัดนครปฐมและราชบุรี ต่อเดือน โดยทำการเปิดตาราง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie Morgan

ร้านหนังสือในจังหวัดนครปฐม ที่เก็บกลุ่มตัวอย่างได้แก่

- ร้านหนังสือณัฐ สาขา นครปฐม

- ร้านเดอะบู๊คส์เฮ้าส์
- ร้านทานตะวัน
- ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตทับแก้ว

ร้านหนังสือในจังหวัดราชบุรี ที่เก็บกลุ่มตัวอย่างได้แก่

- ร้านหนังสือณัฐ สาขา บ้านโป่ง
- ร้านต้นน้ำ
- ร้านศิริบรรณกิจ
- ร้านราชบุรี บู๊คเซนเตอร์

วิธีการเก็บข้อมูลคือ จะเลือกเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการเสร็จแล้วเดินออกจากร้าน

การสร้างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยคำถามปลายปิดซึ่งวัดสถานภาพผู้ซื้อ ในด้านเพศ อาชีพ อายุ รายได้ และการศึกษา

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยคำถามซึ่งวัดลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่แบ่งออกเป็นสองส่วน คือ จากเหตุที่ตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่

- ไม้ตั้งใจ แต่บังเอิญผ่าน
- ตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร
- ตั้งใจมาใช้บริการ และตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม

อีกส่วนคือ จากนิสัยในการเลือกชมสินค้าที่พอใจ ได้แก่

- ชอบเดินดูด้วยตนเอง ไม่ขอให้นักงงานมาแนะนำจะถามต่อเมื่อมีปัญหา
- ชอบสอบถามพนักงาน และให้นักงงานแนะนำ

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยคำถามซึ่งให้ผู้ตอบประเมินความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง บรรยากาศในร้าน การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย ความรวดเร็วในการนำหนังสือมาจำหน่าย และการให้บริการจากพนักงานขาย

ในส่วนนี้ผู้ตอบจะต้องประเมินความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ จำนวน 17 ข้อ ดังนี้ เป็นข้อความเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง จำนวน 4 ข้อ

- สถานที่ตั้งร้านอยู่ในจุดสะดวกซื้อ
- ทำเลของร้านอยู่ในแหล่งชุมชนมาซื้อของอื่นก็เลยลองแวะมาชม
- มีที่จอดรถ
- อยู่ใกล้ป้ายรถโดยสาร

ข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบรรยากาศในร้าน จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- แผงหนังสือหน้าร้านจัดโชว์ได้สวย สะดวกต่อการเลือกซื้อ
- มีดีสเพลย์โชว์หนังสือใหม่ และป้ายแนะนำหนังสือ
- มีการโชว์หนังสือที่ได้รับรางวัลทำให้ดึงดูดอยากรู้จักหนังสือ
- บรรยากาศในร้านดี โฟสสว่างดีแอร์
- มีป้ายแนะนำหนังสืออยู่เป็นระยะ ทำให้สะดวกต่อการซื้อ

ข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการเทคนิคการขาย จำนวน 3 ข้อ ได้แก่

- มีการให้ส่วนลดแก่สมาชิกให้กลายเป็นลูกค้าประจำ
- มีการให้สะสมยอดเพื่อให้ส่วนลด และแลกซื้อ ทำให้ผูกพันต้องมาอีก
- มีมุมหนังสือลดราคา ทำให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย จำนวน 2 ข้อ ได้แก่

- มีหนังสือใหม่ที่ไม่เคยเห็นที่ไหนมาก่อน มาวางที่นี้แล้ว
- ร้านมีความกระตือรือร้นในความรวดเร็วในการวางสินค้า

ข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการจากพนักงานขาย จำนวน 3 ข้อ ได้แก่

- พนักงานขายมีส่วนช่วยแนะนำให้ซื้อ
- พนักงานมีความแม่นยำในการแนะนำหนังสือ
- พนักงานขายมีอัธยาศัยดี

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วยข้อความที่ผู้ตอบประเมินความสำคัญอื่น ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ณ จุดจำหน่ายนอกเหนือไปจากที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือ ได้แก่ เพื่อนแนะนำ เงินที่มีอยู่ เห็นโฆษณาจากสื่ออื่น ครอบครัว และได้รับการสนับสนุนให้รักการอ่านเสมอมา

ส่วนที่ 5 ต้องการวัดความต้องการและวัตถุประสงค์ในการซื้อด้วยความปลายบิต
และมีการเรียงลำดับความสำคัญ ในส่วนที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตัวแปรที่ศึกษา

หลังจากพิจารณาคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม และเพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล
และการเปรียบเทียบผล ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

1. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

- กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ ประถมศึกษา (ป.1-ป.6) มัธยม
ศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อนุปริญญา ประกาศนียบัตรการศึกษาชั้นสูง
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

- กลุ่มการศึกษاپริญญาตรีขึ้นไป ได้แก่ ปริญญาตรี, ปริญญาโท

2. อาชีพ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

- กลุ่มวัยเรียน ได้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษา

- กลุ่มวัยทำงาน ได้แก่ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานองค์กรเอกชน

เกษตรกรกรรม ค้าขาย และรับจ้าง

3. ความต้องการที่มีต่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ต

- ความต้องการที่มีต่อหนังสือพิมพ์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ซื้ออ่านไม่บ่อย ได้แก่ ซื้ออ่านน้อยกว่าเดือนละครั้ง และเดือนละครั้ง

กลุ่มที่ซื้ออ่านปานกลาง ได้แก่ ซื้ออ่านสัปดาห์ละครั้ง

กลุ่มที่ซื้ออ่านบ่อย ได้แก่ ซื้ออ่าน 2-3 วัน ต่อครั้ง และซื้ออ่านทุกวัน

- ความต้องการที่มีต่อนิตยสาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ซื้ออ่านไม่บ่อย ได้แก่ ซื้ออ่านน้อยกว่าเดือนละครั้ง และเดือนละครั้ง

กลุ่มที่ซื้ออ่านปานกลาง ได้แก่ ซื้ออ่านเดือนละ 2-3 ครั้ง

กลุ่มที่ซื้ออ่านบ่อย ได้แก่ ซื้ออ่านเดือนละ 4-5 ครั้ง และเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป

- ความต้องการที่มีต่อหนังสือพ็อคเก็ต แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ซื้ออ่านไม่บ่อย ได้แก่ ต่ำกว่า 2 เล่ม 2-3 เล่มต่อปี

กลุ่มที่ซื้ออ่านปานกลาง ได้แก่ 4-5 เล่ม และ 6-7 เล่มต่อปี
 กลุ่มที่ซื้ออ่านบ่อยได้แก่ 8-9 เล่ม และ 10 เล่มขึ้นไปต่อปี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับ กลุ่มลูกค้าที่ร้านหนังสือณัฐ สาขานครปฐม ก่อนประมาณ 20 ชุด หลังจากนั้นทำการปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วจึงเริ่มทำการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล ในเดือนธันวาคม ใช้เวลาประมาณ 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล อาศัยแนวทางจากสมมติฐานดังตารางนี้

ตัวแปรต้น	พิจารณาจาก	ตัวแปรตาม
สถานภาพผู้ใช้บริการ	อายุ การศึกษา การทำงานอาชีพ	
ความต้องการของผู้ใช้บริการ	ความบ่อยในการซื้อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ต	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับร้านจำหน่าย
วัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการ	การตอบคำถามพิจารณาจาก ชื่อเพราะวัตถุประสงค์ใด	หนังสือที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้
ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ	- เหตุที่ตัดสินใจใช้บริการ - นิสัยการเลือกชม	บริการของลูกค้า
ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากร้านที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อ	คำแนะนำของเพื่อน เงิน สื่ออื่น ครอบครัว และการได้รับการ สนับสนุนให้รักการอ่านเสมอมา	

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้สรุปคุณสมบัติทั่วไปของข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติ ต่อไปนี้

1.1 ความถี่ ร้อยละ แสดงข้อมูล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ การทำงาน ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ ความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ต วัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ต และตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ตจากส่วนใดของฉบับ

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

2. สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ ประมวลผล สถิติที่ใช้คือ

2.1 สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพความต้องการ และลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างค่าเฉลี่ยของ ความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

- ของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มปริญญาตรีขึ้นไป

- ของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น ว่างเรียน และว่างงาน

- ของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน พิจารณาจากนิสัยในการเลือกชม ที่แบ่งออกเป็นกลุ่มที่มีความพอใจที่จะเลือกชมด้วยตัวเอง และกลุ่มที่พอใจที่จะได้รับคำแนะนำจากพนักงาน

2.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Oneway-Analysis of variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างค่าเฉลี่ยของ

- ความต้องการของผู้ใช้บริการ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือที่ออกที่แบ่งออกเป็น กลุ่มไม่บ่อย ปานกลาง และบ่อยที่มีต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

- ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ ที่พิจารณาจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้านที่แบ่งออกเป็น กลุ่มที่ไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน กลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร และกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม ที่มีต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

2.4 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่ละคู่ ภายหลังการวิเคราะห์ความแปรปรวน วิธีทดสอบรายคู่ของ Duncan เพื่อทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ความต้องการของผู้ใช้บริการสำหรับหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือที่ออกที่แบ่งออกเป็นกลุ่มไม่บ่อย ปานกลาง บ่อย และใช้ Duncan Procedure ทดสอบว่ากลุ่มใดมีความแตกต่างกัน ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

- ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้านที่แบ่งออกเป็นกลุ่มไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน กลุ่มตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร และกลุ่มตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม และใช้ Duncan Procedure ทดสอบว่ากลุ่มใดมีความแตกต่างกัน ต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า