

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัท เทสโก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย
5. สถิติที่ใช้ในการศึกษา
6. สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการของบริษัท เทสโก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม 47,397 คน (ข้อมูลสมาชิกคลับการ์ดเทสโก้ โลตัสจังหวัดมหาสารคาม. 2557 : 13-14)

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการเทสโก้ โลตัส ในเขตจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 397 คน โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 727) และใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสัดส่วนโควต้า และการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้สูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n แทน ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งในงานวิจัยนี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05

ดังนั้น เมื่อแทนค่าในสูตร จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$N = \frac{47,397}{1+(47,397)(0.05)^2} = 396.65 = 397 \text{ คน}$$

3. วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อป้องกันการแจกแจงประชากรที่ไม่ปกติ สามารถกำหนดช่วงอายุของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่ใช้บริการของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน (กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ โควต้า) ได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ โควต้า

ตารางที่ 6 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบ โควต้า

ช่วงอายุ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
อายุไม่เกิน 30 ปี	130
อายุระหว่าง 31-40 ปี	130
อายุ 41 ปี ขึ้นไป	137
รวม	397 คน

ขั้นที่ 2 สุ่มแบบบังเอิญ บริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม มีทั้งสิ้น 16 สาขา โดยกำหนดแจกแบบสอบถามสาขาละ 24 ชุด จำนวน 15 สาขา และจำนวน 37 ชุด แจกที่สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์มหาสารคาม เนื่องจากเป็นสาขานขนาดใหญ่ โดยรบกวนให้พนักงานขายแต่ละสาขาสุ่มแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคที่มาใช้บริการบริษัทเทสโก้โลตัส ด้วยวิธีสุ่มแจกแบบสอบถามโดยบังเอิญให้กับผู้บริโภค ที่มาชำระสินค้าพร้อมบัตรค่าบริการที่เคาเตอร์ ทุก ๆ 15 นาที หรือตามความสะดวกของพนักงาน โดยรบกวนเวลาผู้บริโภค 10 นาที หรือน้อยกว่านั้น ในการตอบแบบสอบถาม พร้อมมอบของขวัญหรือสิ่งตอบแทนเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสิ่งตอบแทนที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

4. ตัวแปรที่ศึกษา

4.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยการสื่อสาร ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยบุคคล หรือพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

4.2 ตัวแปรตาม คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านชุมชน และวัฒนธรรม ด้านสุขภาพและสวัสดิการ ด้านการศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และด้านสิทธิของผู้บริโภค

ข้อตกลงเบื้องต้น

การกำหนดตัวแปรประเภทกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริโภครที่มีบัตรสมาชิกคลับการ์ด โดยคำนึงถึงการเก็บข้อมูลประชากรที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะทำให้ระดับของตัวแปรนี้เป็นระดับมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale) เป็นการจัดตัวแปรให้สอดคล้องกับระเบียบวิธีทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งระดับของประเภทประเภทกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริโภครที่มีบัตรสมาชิกคลับการ์ดของบริษัทเสโก้โลตัสนั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด และเป็นแบบสัมภาษณ์ โดยมีโครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัทเสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย

1. การโฆษณา
2. การขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย
3. การส่งเสริมการขาย
4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และ
5. การตลาดทางตรง

เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม เป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบ ให้นำหน้าความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วย ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านชุมชน และวัฒนธรรม
2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ
3. ด้านการศึกษา
4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ
5. ด้านสิทธิของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 ข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะทั่วไป เกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด และความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม เป็นชนิดปลายเปิด เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามอย่างอิสระ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดในด้านเนื้อหา และนำมาสร้างเป็นร่างแบบสอบถาม
2. นำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา (Validity)
3. ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามตามอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยทำการศึกษารายละเอียดจากตำรา แนวคิด ทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของโลตัสในจังหวัดมหาสารคาม
2. ร่างแบบสอบ เพื่อให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์และองค์ประกอบของการวิจัย โดยอาศัยข้อมูลจากข้อ 1. ให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของธุรกิจ
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบแก้ไข และเสนอแนะปรับปรุงเพื่อความเหมาะสม และความถูกต้อง
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญให้พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ในด้านเนื้อหา ภาษา การวัดผลและประเมินผล โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruency หรือ IOC) โดยกำหนดให้มีคะแนน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 48)

ถ้าข้อคำถามมีความสอดคล้อง มีค่า = +1 คะแนน

ถ้าข้อคำถามมีความไม่แน่ใจ มีค่า = 0 คะแนน

ถ้าข้อคำถามไม่สอดคล้อง มีค่า = -1 คะแนน

จากนั้นแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คำแนะนำในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้แบบสอบถาม มีคุณภาพมากขึ้นผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย

- 4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.พัชราภรณ์ ฉายบุญครอง การศึกษา บธ.ค. (บริหารธุรกิจ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
- 4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.กัลยา กุลสุวรรณ วุฒิการศึกษา ปร.ค. (ภาษาไทย) อาจารย์ประจำภาคภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา
- 4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ วุฒิการศึกษา ปร.ค. (ประชากรศึกษา) ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรสาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวัดผลและประเมินผล

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แล้วไปทดสอบกับผู้บริโภค หรือประชาชน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้บริโภคที่ใช้บริการของเทสโก้โลตัส จังหวัดร้อยเอ็ด ในการวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ จำนวน 50 คน แล้วนำมาหาอำนาจจำแนกรายข้อ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย ได้ค่าระหว่าง 0.22-0.66 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทั้งฉบับ โดยใช้การวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีการของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 100) ได้ค่าเท่ากับ 0.95 จากนั้นจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทำหนังสือขออนุญาต และแนะนำตัว ถึงผู้จัดการฝ่ายการตลาดของของเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถาม จำนวน 397 คน
2. ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการด้วยตัวเอง โดยกำหนดช่วงอายุ เพื่อป้องกันการแจกแจงประชากรที่ไม่ปกติ สามารถกำหนดช่วงอายุของผู้บริโภคผู้บริโภคที่ใช้บริการของบริษัทเทสโก้โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน (กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า) และสุ่มแบบบังเอิญ ซึ่งบริษัทเทสโก้โลตัส จังหวัดมหาสารคาม มีทั้งสิ้น 16 สาขา โดยกำหนดแจกแบบสอบถามสาขาละ 24 ชุด จำนวน 15 สาขา และจำนวน 37 ชุด แจกที่สาขา

เสริมไทยคอมเพล็กซ์มหาสารคาม เนื่องจากเป็นสาขาขนาดใหญ่ โดยรบกวนให้พนักงานขายแต่ละสาขาสุ่มแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภครวมที่ใช้บริการบริษัทเอส โก้ โลดส์ ด้วยวิธีสุ่มแจกแบบสอบถามโดยบังเอิญให้กับผู้บริโภครวมที่มาชำระสินค้าพร้อมบัตรค้ำประกันที่เคาน์เตอร์ ทุก ๆ 15 นาที หรือตามความสะดวกของพนักงาน

3. ผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับคืน เพื่อนำข้อมูลมาดำเนินการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้จากแบบสอบถาม จะนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ ถ้ายังไม่สมบูรณ์ ให้แก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2. บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลง โปรแกรมสำเร็จรูป ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเอส โก้ โลดส์ ในจังหวัดมหาสารคาม ในแบบสอบถามตอนที่ 2

เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนน เป็นมาตรวัดแบบลิเคอร์ท์ (ชุกีรี วงศ์รัตน์, 2530 : 85) แบ่งค่าของคำตอบเป็น 5 ระดับ เรียงตามระดับความรับผิดชอบทางสังคมของบริษัทเอส โก้ โลดส์ ในจังหวัดมหาสารคาม และระดับคะแนนตามตาราง

ตารางที่ 7 เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนน เป็นมาตรวัดแบบลิเคอร์ท์

เกณฑ์ความคิดเห็น	ความหมาย
ระดับความรับผิดชอบทางสังคมมากที่สุด	5
ระดับความรับผิดชอบทางสังคมมาก	4
ระดับความรับผิดชอบทางสังคมปานกลาง	3
ระดับความรับผิดชอบทางสังคมน้อย	2
ระดับความรับผิดชอบทางสังคมน้อยที่สุด	1

ส่วนระดับความรับผิดชอบทางสังคม ของบริษัทเอส โก้ โลดส์ ในจังหวัดมหาสารคาม จะวิเคราะห์มาจากคะแนนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยแบ่งช่วงระดับคะแนนด้วยวิธีการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (รังสรรค์ สิงห์เลิศ, 2551 : 186) ออกเป็น 5 ช่วง ในแบบสอบถาม เพื่อแปลความหมายจากผลคะแนนเฉลี่ยดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ระดับคะแนนสูงสุด}-\text{ระดับคะแนนต่ำสุด}}{\text{อันตรภาคชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.81 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ความรับผิดชอบทางสังคมสูงมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ความรับผิดชอบทางสังคมสูง

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ความรับผิดชอบทางสังคมปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ความรับผิดชอบทางสังคมต่ำ

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ความรับผิดชอบทางสังคมต่ำมาก

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำอธิบาย

1.2 การวิเคราะห์ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม รายงานสถิติที่ใช้ คือ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม สถิติที่ใช้ คือ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติอ้างอิงหรือเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regression Analysis โดยวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร Stepwise Multiple Linear Regression

3. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารที่มีผลต่อความรับผิดชอบ ต่อสังคม ของ โกลด์ส ในจังหวัดมหาสารคาม โดยการจัดกลุ่มความถี่ที่มีข้อเสนอแนะเหมือนกัน หรือคล้ายกันไว้กลุ่มเดียวกัน แล้วนำประเด็นสำคัญ มา Coding ถ้อยคำสำคัญ จากนั้นสรุปเรียบเรียง ถ้อยคำใหม่ โดยการอธิบายขยายความ เพื่อให้เกิดความชัดเจน รายละเอียดได้เรียงลำดับจาก ความสำคัญมากไปหาน้อย

สถานที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. บริษัทเทสโก้โกลด์สใน จังหวัดมหาสารคาม
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการที่บริษัทเทสโก้โกลด์ส ในจังหวัดมหาสารคาม ทั้ง 16 สาขา
3. ระยะเวลาในการวิจัย ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 4 เดือน คือ กรกฎาคม ถึง ธันวาคม 2557