

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ: กรณีศึกษา ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนปาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและค้นคว้าตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้หรือกำลังใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนปาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 250 คน/วัน จากจำนวน 91,250 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 17 มิถุนายน 2563) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนปาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ (2563)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้หรือกำลังใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนปาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 400 คน ผู้ศึกษากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (1967) ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ มีความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 และที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 มีการกำหนดนัยสำคัญที่ 0.05

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

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$n = \frac{91,250}{1 + 91,250(0.05)^2}$$

$$n = 398.25 \approx 398 \text{ คน}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 398.25 ประมาณ 398 คน เพื่อการเก็บข้อมูลที่เหมาะสม ผู้ศึกษาจึงเลือกเก็บข้อมูล 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะของประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของลูกค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะเป็นแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วย การซื้อซ้ำ และการบอกต่อ

รูปแบบคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 จะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับโดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง มาก

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง น้อย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การแปลผลแบบสอบถามจะเป็นลักษณะของอันตรภาคชั้น (interval scale) เป็นการวัดการประมาณค่าของลิเคิร์ท เพื่ออธิบายการจัดลำดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามของครอนบาค (Cronbach, 1990) โดยแบ่งช่วงของค่าตัวกลางเลขคณิตออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 ระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 ระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตารางที่ 3.1 ค่าคำนวณข้อคำถาม ค่า IOC และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ค่า IOC	ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	33	0.93	0.93
-ด้านผลิตภัณฑ์	6	0.83	0.80
-ด้านราคา	4	0.92	0.81
-ด้านสถานที่ให้บริการ	5	0.93	0.71
-ด้านการส่งเสริมการตลาด	4	1.00	0.81
-ด้านบุคคล	4	0.83	0.83
-ด้านกระบวนการให้บริการ	6	1.00	0.85
-ด้านลักษณะทางกายภาพ	4	1.00	0.82
ความพึงพอใจ	4	1.00	0.79
รวม	37	0.97	0.93

จากตารางที่ 3.1 ข้อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการและความพึงพอใจในภาพรวมมีจำนวน 37 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.97 ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องที่ต่ำสุดของมาตรฐานของการหาค่าความเที่ยงตรงซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 จะเป็นค่าที่ยอมรับได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552) แสดงว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงแล้ว จึงนำมาแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

จากผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างทดลองในแต่ละด้านพบว่า มีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ระหว่าง 0.71-0.85 ความน่าเชื่อถือของส่วนประสมทางการตลาดบริการและความพึงพอใจโดยรวม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.79-0.93 อีกทั้งค่าความน่าเชื่อถือในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.93 โดยค่าความน่าเชื่อถือที่มีค่าต่ำที่สุดอยู่ในช่วงที่สามารถยอมรับได้ คือ มีค่ามากกว่า 0.70 (Cortina, 1993) ซึ่งแสดงว่า การศึกษาในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แหล่งข้อมูลมาจาก 2 ส่วนคือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ได้จากการแจกแบบสอบถามเพื่อการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาสั่งเครื่องดื่มทุกคนที่ 5 ตั้งแต่ร้านเปิดในแต่ละวันจนสิ้นสุดการให้บริการ และครบตามจำนวนที่ต้องการ 400 ชุด ให้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้จากการค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดทฤษฎีของผู้วิจัยท่านอื่น ๆ ไว้ก่อนหน้านี้นี้แล้ว รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การจัดทำข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินการนำแบบสอบถามที่ได้รับคำตอบแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.4.1.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

3.4.1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้มีการกำหนดรหัสล่วงหน้าไว้

3.4.1.3 การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำข้อมูลที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS/PC

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ดังนี้

1) แบบสอบถามส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์ โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) แบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ กรณีศึกษาร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวิญญาวเวอร์ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้ ค่าสถิติการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ t-test, F-test และ Multiple Regression

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการอธิบายถึงคุณลักษณะของข้อมูล โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนประสมทางการตลาดบริการและความพึงพอใจ ใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะใช้ค่าสถิติ t-test F-test ในการหาความแตกต่างของตัวแปรเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)