

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยกรอบแนวคิดในการวิจัย ขอบเขตประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ และการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

3.2 ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

3.2.1 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้างนี้คือลูกค้าร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ เดือนมกราคม 2556 จำนวน 1,612 คน ที่เข้ามาใช้บริการร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ทั้ง 2 สาขา โดยสาขาที่ 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มี 30 ที่นั่ง และสาขาที่ 2 สาขา 2 ประตูดิวิชั่นหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มี 50 ที่นั่ง (สัมภาษณ์วารุณา พลภานุมาศ. ผู้จัดการ, 2556) ดังรายละเอียดตารางที่ 1

ตารางที่ 3.1 ลูกค้านำเงินสะตอกออฟฟิศคาเฟ่ เดือนมกราคม 2556

สาขา	ลูกค้าประจำ/ แก้ว/คน/วัน	ลูกค้าไม่ประจำ/ แก้ว/คน/วัน	จำนวนวันที่ เปิดขาย	ลูกค้า ประจำ	จำนวน ลูกค้า (คน/ เดือน)	คิดเป็น ร้อยละ
สาขา 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	48	12	22	80 %	312	19.35
สาขา 2 ภาควิชาวิศวกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	91	39	31	70 %	1,300	80.65
รวม					1,612	100.00

3.2.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ประชากรที่ใช้ศึกษาลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านดำเนินสะตอกออฟฟิศคาเฟ่ ทั้ง 2 สาขา เดือนมกราคม 2556 จำนวน 1,612 คน เป็นฐานในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือสถาบันของ Seymour Sudman กำหนดให้ใช้ตัวอย่างจำนวน 200-500 ราย (คุณทลี รื่นรัมย์, 2551) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษานี้ จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ตามสัดส่วนจำนวนลูกค้าต่อเดือน โดยที่สาขา 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 58 ราย และสาขา 2 ภาควิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 242 ราย รวมทั้งหมด 300 ราย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถาม แล้วนำไปเสนอให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และเสนอแนะเพิ่มเติม จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 ชุด ซึ่งวิเคราะห์ความเชื่อถือได้โดยใช้วิธีของ Cronbach's Alpha พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.972 แสดงว่าข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือ (Cronbach, 1951)

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านดำเนินสะตอกออฟฟิศคาเฟ่ จำนวน 300 ราย โดยเก็บรวบรวมที่ร้านดำเนินสะตอกออฟฟิศคาเฟ่สาขา 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ สาขา 2 ภาควิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) หาข้อมูลจากการค้นคว้าจากเอกสารและบทความ ข้อมูลทางสถิติ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจ และการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ นั้นใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ (กฤษณี เวชสาร, 2545) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์และแปลผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	พึงพอใจระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	พึงพอใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	พึงพอใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	พึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในส่วนประสมการตลาดโดยใช้มาตราวัด Rating Scale แบ่งการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนน และการแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์และแปลผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	ความสำคัญระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	ความสำคัญระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	ความสำคัญระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	ความสำคัญระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	ความสำคัญระดับน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนการใช้บริการครั้งต่อเดือน กับจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้ง โดยรวมกลุ่มจำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่ ต่อครั้ง แบ่งเป็น ต่ำกว่า 100 บาท และมากกว่า 100 บาท เพราะผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis : IPA) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	3.00-5.00	1.00-3.00
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญ	3.00-5.00	3.00-5.00
C	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุง	1.00-3.00	1.00-3.00
D	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า	1.00-3.00	3.00-5.00

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

3.5.1 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย

คณะบริหารธุรกิจ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.5.2 สถานที่รวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่ร้านดำเนินสะดวกคอฟฟี่คาเฟ่สาขา 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสาขา 2 ประตูดิวสะหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 9 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557