

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ร้านอาหารที่ขายกึ่งและอาหารตามสั่ง ทั้งหมด 20 ร้าน โดยการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ 6 ร้าน โดยใช้เกณฑ์ถ้าร้านอาหาร มีจำนวนหลักร้อย ใช้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30 ของร้านอาหาร (จิตราภา คุณพลบุตร. 2550 : 119)

2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไว้อย่างชัดเจน แล้วนำมาคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดย สูตรในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (อภิรักษ์ จันตะณี และคณะ. 2549 : 27)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \text{จำนวน}$$

$$N = \text{จำนวนประชากร}$$

$$e = \text{ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)}$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{26,666}{1 + 26,666 (0.05)^2} \\ &= 399.98 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้ 399.98 ดังนั้น เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และสร้างความเชื่อมั่นในแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงขอกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ดังตาราง 1

ตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ร้านอาหาร	กลุ่มประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ร้านเฟื่องทองฟาร์ม	4,600	69
ร้านเฟื่องทอง	4,333	65
ร้านทรัพย์เจริญ	4,400	66
ร้านโชคอำนวย	4,533	68
ร้านริมน้ำ	4,400	66
ร้านเพื่อนแพรว	4,400	66
รวม	26,666	400

ที่มา : จากการสำรวจร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. 2553

3. การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยวิธีเลือกเก็บข้อมูลจากผู้เข้าใช้บริการร้านอาหารคนใดก็ได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยออกแบบสอบถามที่สอดคล้องกับการวิจัยโดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีงานวิจัยในแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดหลักการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating scale) ให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ
 3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
 4. เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขตามที่คุณผู้ทรงคุณวุฒิและประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้แนะนำแล้วนำมาให้ประธานบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อขอเสนอให้ออกหนังสือในการนำแบบสอบถามทดลอง (Try-out) เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือก่อนที่จะนำเครื่องมือออกเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจริง มีค่า IOC = 1
 5. การนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-out) กับ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ ลูกค้าที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อต้องการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของ (Conbrach) ครอนบาค โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7668
 6. นำเครื่องมือไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
- แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้
- ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check-list)
 - ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้าในร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check-list)
 - ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มี 5 ระดับ
 - ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check-list) 2 ตัวเลือก ได้แก่ เห็นด้วยกับไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 5 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะเป็นแบบปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

การตรวจให้คะแนน

ตอนที่ 1 ตอนที่ 2 และตอนที่ 4 นำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของข้อมูล

ตอนที่ 3 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การตรวจให้คะแนนเป็นรายข้อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลโดยใช้เกณฑ์ (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ, 2536 : 100) มีรายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย	4.20 – 5.00	แสดงว่า	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.40 – 4.19	แสดงว่า	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.60 – 3.39	แสดงว่า	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.80 – 2.59	แสดงว่า	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.79	แสดงว่า	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดย

1. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยนำแบบสอบถามไปสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหารในตลาดกลางเพื่อเกษตรกร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแล้ว จำนวน 400 ชุด เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2540 : 40-49)

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
2. ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample mean) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อม
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายความเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อม
4. ค่าสถิติ Independent sample : t-test ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อม กรณีตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม
5. ค่าสถิติ One-way ANOVA (F-test) ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อม กรณีตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure
6. การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันด้วยไคสแควร์ (Chi-squared : χ^2) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าโดย กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ถ้าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่า .05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า

7. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร กับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อม สำหรับการแปลความหมายค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ตามเกณฑ์ของอิโนบะ จันตะนี (2549 : 7) ซึ่งได้ใช้กับทิศทางบวก และทิศทางลบ ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์	0 - .20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์	.21 - .40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์	.41 - .60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์	.61 - .75	มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
ค่าสหสัมพันธ์	.76 - .90	มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง
ค่าสหสัมพันธ์	.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก