



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการตลาดและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรโดยการคำนวณจากสูตรของ คอชเรน (อกินันท์ จันตะนี. 2550 : 25) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่ $\frac{\alpha}{2}$ ได้จากค่าระดับความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \end{aligned}$$

$$\text{ฉะนั้นตัวอย่าง} = 384 \text{ ราย}$$



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

43

จากการแทนค่าสูตรดังกล่าว จะได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมการตลาดและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล มีลำดับขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นก็ร่างเป็นแบบสอบถามขึ้นมาให้เป็นไปตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) ที่มี 5 ระดับ
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้ตรวจรายละเอียดและให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขในข้อความที่ไม่สมบูรณ์ๆ แล้วพิจารณาเสนอให้หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทำหนังสือส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ รศ.อภิรักษ์ จันตะนี ดร.ปรีชา วรรัตน์ไชย และ ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity)
4. เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิและประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้แนะนำแล้วนำมาให้ประธานบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อขอเสนอให้ออกหนังสือในการนำแบบสอบถามทดลอง (Try-out) เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือก่อนที่จะนำเครื่องมือออกเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจริง
5. นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) จำนวน 30 คน กับลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกับที่เก็บข้อมูลจริง แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้วิธีของ ครอนบาช (อภิรักษ์ จันตะนี, 2550 : 87) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.8172 สำหรับแบบสอบถามในครั้งนี้ ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน คือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

44

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 3 ด้าน คือ 1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน 2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 3) กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมี 5 ระดับ โดยมีหลักเกณฑ์ ดังนี้ (อภิรักษ์ จันตะณี, 2550 : 93-94)

- | | | | |
|---|-------|---------|--------------------------------|
| 5 | คะแนน | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | คะแนน | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยมาก |
| 3 | คะแนน | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | คะแนน | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยน้อย |
| 1 | คะแนน | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยน้อยที่สุด |

สำหรับวัดคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อพิจารณาความคิดเห็น ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 : 112) ดังนี้

- | | | | |
|--------------------|-------------|---------|--------------------------------|
| คะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 4.50 – 5.00 | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยมากที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 3.50 – 4.49 | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยมาก |
| คะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 2.50 – 3.49 | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 1.50 – 2.49 | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยน้อย |
| คะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 1.00 – 1.49 | หมายถึง | ความคิดเห็น/เห็นด้วยน้อยที่สุด |

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแบ่งระดับกลยุทธ์โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยเป็นระดับการใช้กลยุทธ์มากและน้อย

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 5 ด้าน คือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

45

1) ด้านผู้ให้บริการ 2) ด้านกระบวนการให้บริการ 3) ด้านสถานที่บริการ 4) ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ
5) ด้านการส่งเสริมและแนะนำการบริการ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมี 5 ระดับ โดยมี ดังนี้ (อภิสิทธิ์ จันตะณี, 2550 : 93-94)

5	คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
3	คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

สำหรับวัดคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อพิจารณาความพึงพอใจ ซึ่งมีเกณฑ์
การพิจารณา ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 : 112) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.50 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.49	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียด
เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล
ตลอดจนถึงการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม มาตรวจดูความสมบูรณ์ในแต่ละข้อและนับจำนวน
แบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ถ้าพบว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบ
ทุกข้อก็จะทำการเก็บเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบ 384 ชุดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไป
วิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549 : 240-258)

1. ค่าความถี่ และ ค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ

2. ค่าเฉลี่ย (Sample mean) เพื่ออธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย และตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย และตอนที่ 4 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้กลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย

4. ค่าสถิติ Independent Sample : t-test ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด กรณีตัวแปรที่มี 2 กลุ่มโดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่ามากกว่า 0.05 มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5. ค่าสถิติ One-way ANOVA (F-test) ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ กรณีตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเปรียบเทียบจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งถ้าค่ามากกว่า 0.05 มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

6. ค่าสถิติ χ^2 : Test of Independent ใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการ โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ “ไม่เป็นอิสระต่อกัน” หมายความว่า สัมพันธ์กัน หรือส่งผลต่อกัน หรือพฤติกรรมของการใช้บริการแตกต่างกัน แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ แต่ถ้าผลการทดสอบมีค่ามากกว่า 0.05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

47

หรือ “เป็นอิสระต่อกัน” หมายความว่า ไม่สัมพันธ์กัน หรือไม่ส่งผลต่อกัน หรือไม่แตกต่างกัน
แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ