

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการบริการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรของบริษัท ลี้มศักดิ์อุตสาหกรรมการเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตการศึกษา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าเกษตรกรต่อการบริการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรของบริษัท ลี้มศักดิ์อุตสาหกรรมการเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด โดยกำหนดขอบเขตงานวิจัยตามหลักการการประเมินคุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ ความไว้วางใจ, ความมั่นใจ, สิ่งที่สามารถจับต้องได้, ความใส่ใจ และการสนองตอบลูกค้า โดยวัดระดับความรู้สึกที่คาดหวังกับระดับความพึงพอใจที่ได้รับรู้จริง และส่วนประสมการตลาดบริการ คือ บริการ, ราคา, สถานที่, การติดต่อสื่อสารหรือการแจ้งข่าวสาร, พนักงาน, อุปกรณ์ และกระบวนการ

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากรขนาดตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่นำผลิตผลทางการเกษตรมาขายให้กับบริษัท ลี้มศักดิ์อุตสาหกรรมการเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด ทั้งหมดจำนวน 254 คน (ข้อมูลของบริษัท ลี้มศักดิ์อุตสาหกรรมการเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด ณ วันที่ 28 มิถุนายน 2553)

#### 3.2 วิธีการศึกษา

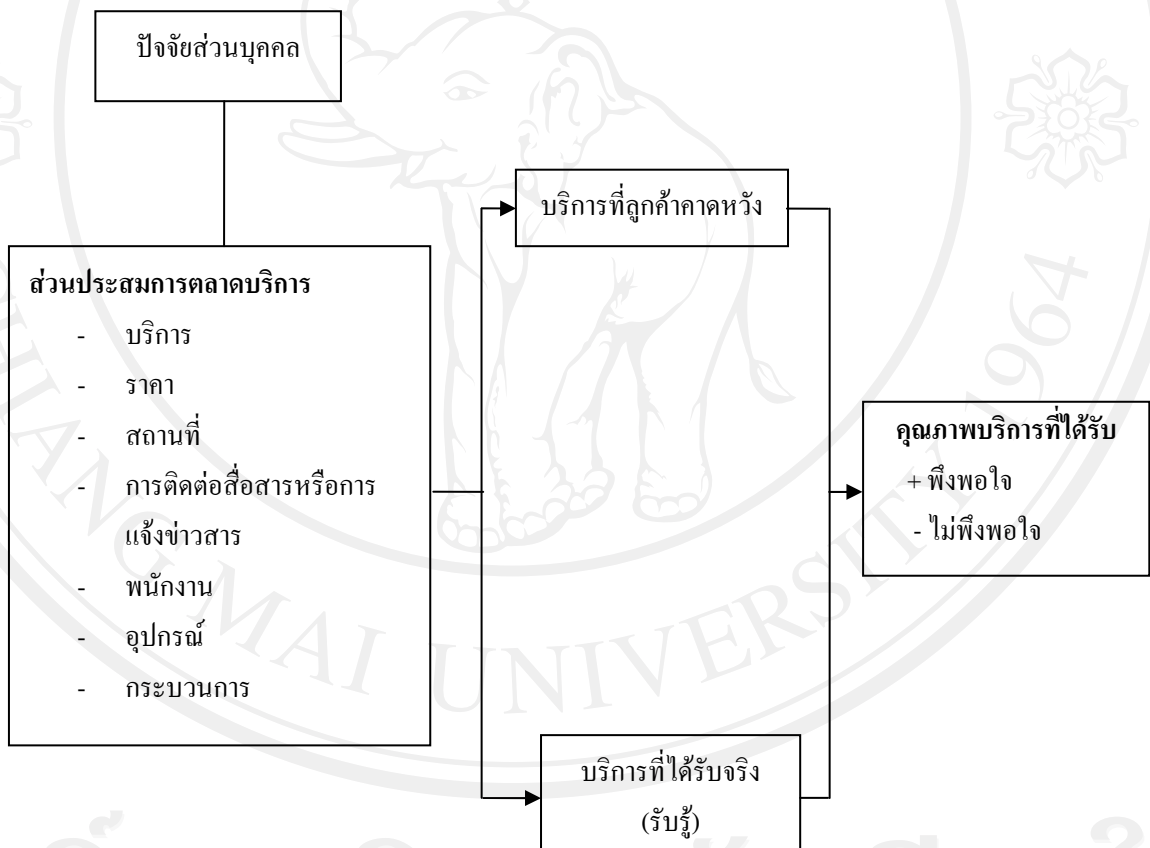
##### 3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ลูกค้าเกษตรกรที่นำผลิตผลทางการเกษตรมาขายให้กับ บริษัท ลี้มศักดิ์อุตสาหกรรมการเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน 254 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย และเอกสารอ้างอิงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 3.2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเกษตรกรต่อการบริการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตร

กรอบแนวคิด เพื่อใช้พัฒนานำไปสู่แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วได้นำเสนอกรอบแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเกษตรกรต่อการบริการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตร

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 254 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของเกษตรกรที่มีต่อองค์ประกอบด้านส่วนประสมการตลาดบริการ 7 Ps ของคุณภาพบริการ 5 ด้าน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการ

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ T-test สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) โดยวิธี One-Way ANOVA

สำหรับการวัดระดับความคาดหวังและการรับรู้ในแต่ละด้านใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยระดับความคาดหวังและการรับรู้จะเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ระดับ 1 แสดงถึงระดับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการต่ำสุด และจะเพิ่มขึ้นตามค่าของตัวเลขจนถึงระดับที่ 5 ซึ่งแสดงถึงระดับของความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการสูงสุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามจะใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณหาช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541:25)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพของการบริการได้ดังนี้

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้ต่ำ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้ต่ำที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการ ตามหลักการของ Parasuraman , Zeithaml; & Berry (1989 : 133) ดังนี้

คะแนนการรับรู้ – คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น + หมายถึง การบริการมีคุณภาพสูงพอใจมากหรือประทับใจในคุณภาพของการบริการ

คะแนนการรับรู้ – คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น 0 หมายถึง การบริการมีคุณภาพปานกลางหรือพอใจในคุณภาพของการบริการ

คะแนนการรับรู้ – คะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น - หมายถึง การบริการมีคุณภาพต่ำหรือไม่พอใจในคุณภาพของการบริการ

### 3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนธันวาคม 2553 – สิงหาคม 2554