บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร ระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย แนวความคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า (Consumer Satisfaction) และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยราคา (Price) ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยบุคคล (People) ปัจจัยกระบวนการ (Process) และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคชายหญิงที่เข้ามาใช้บริการร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้นิยมดื่มกาแฟและไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานครอย่างชัดเจน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟที่จำนวน 414 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของYamane (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ, 2544 : 31 อ้างจาก Yamane, 1973 : 725) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) แบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานครซึ่งมีทั้งหมด 18 สาขา การเก็บข้อมูลจะเก็บสาขาละ 23 ชุด รวม 414 ชุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

เครื่องมือรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อร้านบ้านไร่กาแฟ

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 414 ชุด ผู้ศึกษานำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistic) ประกอบไปด้วยค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

แบบสอบถามในส่วนที่เป็นเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟ ในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามเรียงระดับความพึงพอใจ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วย ข้อความเป็นความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยแต่ละด้าน โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	**คะแนน**
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยคะแนนที่ได้ นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนน โดยยึดหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจน้อยที่สุด

แบบสอบถามในส่วนที่เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามเรียงระดับของปัญหา แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความปัญหา โดยแต่ละข้อคำถาม มีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ คือ ไม่มีปัญหา มีปัญหาน้อย มีปัญหามาก ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับของปัญหา	คะแนน
ไม่มีปัญหา	1
มีปัญหาน้อย	2
มีปัญหามาก	3

โดยคะแนนที่ได้ นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนโดยยึดหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
1.00 - 1.49	ไม่มีปัญหา
1.50 - 2.49	มีปัญหาน้อย
2.50 - 3.00	มีปัญหามาก

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 7 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2548 จนถึงเดือนเมษายน 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved