

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค
ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการศึกษา
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
4. วิธีการสร้างข้อมูล
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการศึกษา

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน โดยดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1. การวิจัยศึกษา (Documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ต่าง
ๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด และผลงานที่เกี่ยวกับการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์
2. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด และปลายเปิดใน
การแสดงข้อคิดเห็น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี
จำนวน 1.3 ล้านคน (ที่มา: แผนพัฒนา 3 ปี เทศบาลเมืองแสนสุข)

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถาม

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร
ยามาเน่ (Yamane, T. 1967) ซึ่งมีสูตรและขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

สูตร

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

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด /ขนาดของประชากรซึ่งเท่ากับ 1.3 ล้านคน
 e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95 %

2.1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในเขตบางแสน จากประชากร 1.3 ล้านคน เมื่อคำนวณแล้วได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาเป็นจำนวน 400 คน ดังนี้

$$\text{แทนค่าสูตร} \quad n = \frac{1,300,000}{1 + 1,300,000 (0.05)^2} = 399.87$$

ดังนั้นจึงควรใช้จำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประมาณ 400 คน จึงจะยอมรับได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 2 ลักษณะ

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ทำให้ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บข้อมูลใหม่จะสามารถศึกษาย้อนหลังได้เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยแหล่งข้อมูลดังกล่าว ได้แก่

1.1 หนังสือและตำราเกี่ยวกับการตลาด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ระเบียบวิธีการวิจัย รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ

1.2 วารสารหรือบทความเกี่ยวกับการตลาด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ระเบียบวิธีการวิจัย รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ เช่น www.thailis.or.th เป็นต้น

2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการศึกษากับผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.ชลบุรี โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดในการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เน้นให้เห็นประโยชน์ที่ได้รับในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวตอบทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 15 วัน เริ่มตั้งแต่ 15 มกราคม พ.ศ. 2555 ถึง 30 มกราคม พ.ศ. 2555 โดยผู้ทำวิจัยจะใช้ วันเสาร์-อาทิตย์ ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องเป็นแบบสอบถาม 1 ชุด ประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารแปดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการขาย
5. ด้านการให้บริการ
6. ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ

เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ จำนวน 28 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต ดังนี้

คำตอบ	ค่าคะแนน (Interval Scale)
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยมาก	1

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถามดังนี้ (กฤตติยา สัตย์พานิช, 2552)

ค่าเฉลี่ย	ระดับ
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยมาก

สร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาตำราเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เกี่ยวกับการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำข้อมูลมาประกอบการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามขึ้นตามกรอบข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการตาม ตัวแปรที่กำหนด ไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการจะวัด
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้กลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของการศึกษาที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจริงของการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ .892 และเมื่อพิจารณาข้อพบว่ามีข้อใดที่ต่ำกว่าระดับ .800 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนี้ได้ และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริงอีกครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยประมวลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบตามจำนวนที่ระบุไว้
 - 1.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์

- 1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่บันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
- 1.4 ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ดังนี้
 - 2.1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยค่าสถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
 - 2.2 วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ($S.D.$) โดยกำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับดังนี้
3. สถิติอ้างอิง สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ($\alpha = .05$) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ แยกตามสมมติฐาน ดังนี้
 - สมมติฐานที่ 1. เพศ มีปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t-test
 - สมมติฐานที่ 2. อายุ มีปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD
 - สมมติฐานที่ 3. อาชีพ มีปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD
 - สมมติฐานที่ 4. การศึกษา มีปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD
 - สมมติฐานที่ 5. รายได้ มีปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD
 - สมมติฐานที่ 6. สถานภาพ มีปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของ ผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD