

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟเอส 22 มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในการใช้บริการที่ร้านคาร์แคร์เอฟเอส 22

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกร้านคาร์แคร์เอฟเอส 22 ทั้ง 4 สาขาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 4,820 คน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2551 จนถึง 31 พฤศจิกายน 2553 (ฐานข้อมูลลูกค้าร้านคาร์แคร์เอฟเอส 22, 2553: ฐานข้อมูลบริษัท)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่มาใช้บริการจากร้านคาร์แคร์เอฟเอส 22 ทั้ง 4 สาขา โดยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1973 อ้างใน อภินันท์ จันตะนี, 2550:81) ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 369 ราย ตามสมการ

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

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนดให้ที่ระดับความเชื่อมั่น

95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{4,820}{1 + (4,820) (0.05)^2} \\ &= 369 \text{ ราย} \end{aligned}$$

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) วิธีการดังกล่าวผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ต้องการไว้ล่วงหน้าตามสัดส่วนจำนวนลูกค้าสมาชิกในแต่ละสาขา โดยแบ่งตามสาขาแสดงดัง ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าสมาชิกร้านค้าคาร์แคร์เอฟเอส 22 ทั้ง 4 สาขา

สาขา	จำนวนสมาชิกทั้งหมด (ราย)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
ทุ่งโฮเต็ล	1,186	91
แสงตะวัน	1,130	87
รัตนโกสินทร์	1,350	103
สวนดอก	1,154	88
รวม	4,820	369

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านค้าคาร์แคร์เอฟเอส 22

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าแบบอิสระ รายงานการวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนได้แก่ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยี่ห้อพาหนะส่วนบุคคล ค่าบริการต่อครั้ง บริการที่เคยใช้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 ราคาค่าบริการต่างๆ สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากร และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 นั้นใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด (ภุมทลี้ เวชสาร, 2546)

โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจในระดับมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจในระดับน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้สถานที่ในการศึกษาดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่ร้านคาร์แคร์เอฟาส์ 22 ทั้ง 4 สาขา ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล การจัดทำ และการนำเสนอรายงาน จะดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2553 –กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 15 - 23 มกราคม พ.ศ. 2554