

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะทำการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process)

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้จะทำการศึกษาลูกค้าที่ใช้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 11 สาขา ได้แก่ สาขาการ์ฟูร์ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเม็คโคร สาขาเทสโก้โลตัสหางดง สาขาเทสโก้โลตัสตลาดคำเที่ยง สาขาเซ็นทรัล ภาดสวนแก้ว สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า สาขาจอมทอง สาขาพระปกเกล้า สาขาสันทราย และสาขาสันกำแพง โดยจำนวนลูกค้าเฉลี่ยที่ต่อเดือนใช้บริการร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2546 เท่ากับ 24,955 ราย (สำนักงานบริการโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมิวนิเคชั่น เชียงใหม่, 2546 : เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

จากจำนวนประชากรดังกล่าว ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม 318 ราย (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2543) ในการศึกษานี้จะทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการออกแบบสอบถามและใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามสัดส่วนของจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละสาขา ดังนี้

ร้าน ดีแทค สาขา	จำนวนลูกค้า	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
เทสโก้โลตัสตลาดคำเที่ยง	4,619	59	18.5
เซ็นทรัล กาดสวนแก้ว	4,464	57	17.9
เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า	3,751	48	15.1
คาร์ฟูร์ซูเปอร์เซ็นเตอร์	3,658	47	14.8
เทสโก้โลตัสหาดง	3,162	40	12.6
บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์	1,705	22	6.9
แม็คโคร	1,054	13	4.1
สันทราย	961	12	3.8
สันกำแพง	682	8	2.5
จอมทอง	465	6	1.9
พระปกเกล้า	434	6	1.9
รวม	24,955	318	100.0

(ที่มา : สำนักงานบริการ โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมิวนิเคชั่น เชียงใหม่, 2546 : เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 318 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ วารสาร เว็บไซต์ และเอกสารเพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์ของสำนักงานบริการ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าต่อใช้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

รูปที่ 4 ในเล่มนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scales) (คุณชติ เวชสาร, 2540) เป็นเกณฑ์การแบ่งระดับคะแนน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

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

เมื่อนำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยสามารถแปลผล ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง/ระดับความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

เดือนตุลาคม 2546 ถึง เดือนเมษายน 2547 รวมระยะเวลา 7 เดือน