

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษานี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง กำหนดความน่าจะเป็นของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2542 : 74) โดยคำนวณจากสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความผิดพลาดสูงสุด

p = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง

q = $(1 - p)$

$Z^2_{1-\alpha/2}$ = $Z_{0.975}$ เพราะฉะนั้น ระดับความเชื่อมั่นจะเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ได้สำรวจไว้ 15 ตัวอย่าง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์

3.2 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์ จำนวน 400 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงษ์บุ๊กเซ็นเตอร์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ได้แก่ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและส่วนที่ 2 วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนและกำหนดค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546: 75)

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
เฉยๆ	3
ไม่พอใจ	2
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก เฉยๆ ไม่พอใจ ไม่พอใจอย่างยิ่ง โดยแต่ละระดับมีการกำหนดเกณฑ์แปลผลจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	พอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	พอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่พอใจ
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่พอใจอย่างยิ่ง

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552