

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัด เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
 - 1.1. ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2. ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
 - 1.3. ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 2.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1.2 ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ จำนวนลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อนาฬิการาคา 10,000 บาทขึ้นไป ของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2555 มีจำนวน 665 คนต่อปี (ร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่, 2555)

3.1.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมด ที่เคยใช้บริการของร้าน ไท่มัสตริท จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 665 คนต่อปี ผู้ศึกษาจึงได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรตามวิธีของ Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ที่ความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

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

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
N = จำนวนลูกค้า 665 คน
e = ค่าความผิดพลาดสูงสุด ในที่นี้คือ 5% = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{665}{1 + 665 (0.05)^2}$$

n = 249.77 ตัวอย่าง

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 250 ตัวอย่าง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามลูกค้าของร้าน ไท่มัสตริท จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 250 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

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

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

| <u>คะแนน</u> | <u>ระดับความพึงพอใจ</u> |
|--------------|-------------------------|
| 5 | มากที่สุด |
| 4 | มาก |
| 3 | ปานกลาง |
| 2 | น้อย |
| 1 | น้อยที่สุด |

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

| <u>ค่าเฉลี่ย</u> | <u>จัดอยู่ในระดับ</u> |
|------------------|-----------------------|
| 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 |

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าโดยค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ และส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ให้แก่ลูกค้าที่เคยซื้อนาฬิกาของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่
2. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 11 เดือน โดยทำการศึกษาตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved