

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์ทางการตลาด ของร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเฟรนไชส์ และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง นครปฐม ได้กำหนดขอบเขตการศึกษา กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับ การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์ โดยร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเฟรนไชส์ได้แก่ ร้านนาย อินทร์ ส่วนร้านจำหน่ายหนังสือประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์จะแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือร้านจำหน่ายหนังสือที่มีรูปแบบเป็นบริษัทมหาชนจำกัดได้แก่ ร้านซีเอ็ด และร้านจำหน่ายหนังสือที่มีรูปแบบเป็นบริษัท จำกัด ได้แก่ ร้านเดอะบุ๊กเฮาส์ และ ร้านบุ๊กส์จูเนียร์ โดยทำการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ในด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน คือ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากร ให้บริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคชายและหญิงที่อาศัยในอำเภอเมือง นครปฐม และเคยซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือ ร้านใดร้านหนึ่งหรือมากกว่า 1 ร้านในร้านจำหน่ายหนังสือ 2 ประเภท คือ ร้านประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และพื้นที่ที่เก็บข้อมูลมีข้อจำกัดด้านประชากรที่มีผู้อ่านหนังสือเป็นจำนวนไม่มาก ในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการเปิดตารางของ Seymour Sudman (1976:87) การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการ

เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยตัวอย่างต้องเคยเข้าใช้บริการในร้านจำหน่ายหนังสืออย่างน้อย 1 ร้านหรือมากกว่า 1 ร้าน ซึ่งสถานที่ที่ทำการเก็บตัวอย่างมีดังนี้

ร้านประเภทเฟรนไชส์

- บริเวณหน้าร้านหนังสือนายอินทร์ 50 ตัวอย่าง

ร้านประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

1. ร้านที่มีรูปแบบเป็นบริษัทมหาชน จำกัด

- บริเวณหน้าห้างโลตัส สาขานครปฐม ซึ่งมี 50 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างใช้บริการร้านซีเอ็ด

2. ร้านที่มีรูปแบบเป็นบริษัท จำกัด

2.1 บริเวณหน้าร้านหนังสือเดอะบุ๊คเฮาส์ 50 ตัวอย่าง

2.2 บริเวณหน้าร้านหนังสือบุ๊คส์จูเนียร์ 50 ตัวอย่าง

หมายเหตุ กำหนดให้ n_i หมายถึง จำนวนตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านหนังสือแต่ละร้าน

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสำรวจข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์ในอำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 200 ชุด โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อค้นหาภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์ ตามการรับรู้ของผู้บริโภคต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านจำหน่ายหนังสือ ทั้ง 2 ประเภท

การเก็บรวบรวมข้อมูล / เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือประเภทร้านเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้านจำหน่ายหนังสือประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อร้านจำหน่ายหนังสือประเภท เฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating scales) ซึ่งเป็นคะแนนระดับความเห็นด้วย 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความเห็นด้วย ระดับคะแนน

เห็นด้วยมากที่สุด 5

เห็นด้วยมาก 4

เห็นด้วยปานกลาง 3

เห็นด้วยน้อย 2

เห็นด้วยน้อยที่สุด 1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลปรากฏดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าร้านหนังสือมีภาพลักษณ์ในด้านนั้นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าร้านหนังสือมีภาพลักษณ์ในด้านนั้นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าร้านหนังสือมีภาพลักษณ์ในด้านนั้นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าร้านหนังสือมีภาพลักษณ์ในด้านนั้นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าร้านหนังสือมีภาพลักษณ์ในด้านนั้นในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ทำการศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ กันยายน 2551 ถึง มิถุนายน 2552 โดยเก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม 2552