

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขต และวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

สำหรับการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งครอบคลุมถึง ส่วนประสมการตลาดการค้ำปลีก โดยประกอบด้วย

- 1) ส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า จำนวนสายผลิตภัณฑ์ มีการแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้า
- 2) ส่วนประสมราคา (Price Mix) ได้แก่ การมีป้ายราคาติดชัดเจน ความแตกต่างของราคาจากคู่แข่ง
- 3) ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ได้แก่ การจัดวางสินค้าแยกเป็น หมวดหมู่ชัดเจน ทำเลที่ตั้ง มีที่จอดรถ
- 4) ส่วนประสมทางการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication Mix) ได้แก่ กิจกรรมการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง และการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

3.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์กลุ่มที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปซ่อมแซม ตกแต่งบ้านตนเอง เป็นกลุ่มที่สร้างยอดขายให้กับกิจการกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนประมาณ 600 ราย (บัญชีลูกค้าร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจาก ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยมียุคค้ามาใช้บริการทั้งหมด 1,200 ราย ต่อเดือนโดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปซ่อมแซม ตกแต่งบ้านตนเองเป็นกลุ่มที่สร้างยอดขายให้กับกิจการกว่าร้อยละ 50 ของยอดขายทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนประมาณ 600 ราย จึงใช้การ

กำหนดตัวอย่างโดยวิธีการเปิดตารางขนาดของตัวอย่างประชากรของ Krejcie & Morgan, 1970, (อ้างถึงในยุทธ ไภยวรรณ, 2549, หน้า101)ซึ่งได้กำหนด ค่าตามตารางดังนี้

1. ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95%
2. เปอร์เซ็นของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ เท่ากับ .05
3. สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 234 ราย โดยวิธีเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกจากผู้ที่มาใช้บริการร้านเบเกอรี่ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey) โดยสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปซ่อมแซมตกแต่งบ้านตนเองจำนวน 234 ราย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากผลงานจากหนังสือ วารสาร บทความ สิ่งตีพิมพ์ เอกสารอื่นๆ งานวิจัยทางการศึกษาที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูล ผ่านอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้าปลีกของร้านเบเกอรี่ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ โดยการพัฒนาแบบสอบถามมาจากการค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในหัวข้อความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ้ง (ชยากร โกศลธนากุล, 2552) และปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากห้างหุ้นส่วน จำกัดยูทธนาฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ (ยูทธนา นฤนาทวงศ์สกุล, 2551) ซึ่งหลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบคำถามจำนวน 10 ชุด ช่วงเดือนกันยายน โดยเก็บตัวอย่างจากลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าไปซ่อมแซมตกแต่งที่อยู่อาศัยของตนเอง เมื่อแก้ไขแบบสอบถามแล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าไปซ่อมแซมตกแต่งที่อยู่อาศัยของตนเองในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2553 ถึงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2553

แบบสอบถามได้

แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา ระยะเวลาที่มาใช้บริการ เหตุผลที่มาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้าปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ส่วนประสมสินค้าและบริการ ส่วนประสมราคา ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยรวมและพฤติกรรมในอนาคต ของลูกค้าที่มีต่อร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการกลับมาซื้อซ้ำอีกหรือไม่ และการบอกต่อหรือแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าของสถิติต่างๆที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแบบสอบถามในแต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้าปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
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 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และ ร้อยละ

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ ร้านค้าเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ .ศ. 2553 ถึง เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553 โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กันยายน พ .ศ. 2553 ถึงเดือน พฤศจิกายน พ .ศ. 2553