

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ สาขา 1 และสาขา 2 ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ ดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ สาขา 1 และสาขา 2 ต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีก (Retailing Mix) ประกอบด้วยการจัดหมวดหมู่สินค้า การบริการและบรรยากาศในร้าน ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย ตลอดจนศึกษาปัญหาของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ ทั้งสาขาที่ 1 และสาขาที่ 2

##### 3.1.2 ประชากรและการเก็บตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ ลูกค้าของร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ ทั้งสองสาขา ในการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ สาขาละ 200 คน รวมทั้งหมด 400 คน โดยเก็บข้อมูลแต่ละสาขาในวันที่เปิดบริการในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 น. จำนวน 15 ชุดต่อวัน แบ่งเก็บ 3 ช่วงเวลาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง

ร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์	จำนวนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (ชุดต่อวัน)			ระยะเวลาการเก็บข้อมูล (วัน)	จำนวนการเก็บข้อมูล (ชุด)
	ช่วงเวลา 10.00-14.00 น.	ช่วงเวลา 14.00-18.00 น.	ช่วงเวลา 18.00-22.00 น.		
1. ร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ สาขา 1	5	5	5	14	200
2. ร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ สาขา 2	5	5	5	14	200
รวมทั้งหมด					400

## 3.2 วิธีการศึกษา

### 3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนรวม 400 ชุด จากลูกค้าสาขา 1 จำนวน 200 ชุด และจากลูกค้าสาขา 2 จำนวน 200 ชุด ที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์

#### 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือ วารสาร เอกสารข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อสินค้าในร้าน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า การบริการและบรรยากาศในร้าน ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ ได้แก่ ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า การบริการและบรรยากาศในร้าน ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ของความพึงพอใจของลูกค้าร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ สาขา 1 และ 2

ส่วนการวัดระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีก (Retailing Mix) ของร้านเดอะ คอลด์ เฮาส์ ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยเกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลางน้อย และน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจ/ปัญหา	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

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

### 3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือ ร้านเดอะ คอลส์ เฮ้าส์ สาขาที่ 1 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 14/26-27 ถนนนิมมานเหมินทร์ ซอย 4 โครงการพรอมินาด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และร้านเดอะ คอลส์ เฮ้าส์ สาขา 2 ตั้งอยู่ที่โครงการรวมคอมเพลกซ์ เชียงใหม่บิสิเนส พาร์ค อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาการศึกษา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 1 เดือน คือ เดือนเมษายน พ.ศ. 2551