

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และ ด้านกระบวนการ (Process)

##### ขอบเขตประชากร

ขอบเขตประชากรที่ทำการศึกษาค้างนี้ คือกลุ่มผู้มาใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ จากข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน พ.ศ. 2553 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งจำนวน ลูกค้าผู้มาใช้บริการ โดยเฉลี่ย ต่อวันประมาณ 3,500 คน (ฝ่ายการตลาดศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่, 2553: สัมภาษณ์)

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้างนี้ กำหนดขนาดตัวอย่าง สำหรับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรการคำนวณการหาตัวอย่างของทาโร ยามานะ (Yamane, 1973: 125) โดยให้มีค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับร้อยละ 5 และ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก ( Convenience sampling) จากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า วิธีการ คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

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

โดยกำหนดขนาดให้ = จำนวนหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$n$  = ขนาดของกลุ่มประชากร

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$n = \frac{3,500}{1+(3,500)(0.05)^2}$$

ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  $n = 359$  ตัวอย่าง

ทั้งนี้การเก็บข้อมูลจากลูกค้า ที่มาใช้บริการในวันจันทร์ถึงอาทิตย์ เวลา 10.00 น.-22.00 น.

จากจำนวนตัวอย่าง 359 ตัวอย่าง

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 359 ราย โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ( Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานะภาพ ครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแบบสอบถามใน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยใช้ค่าความถี่ และ ร้อยละ สำหรับแบบสอบถามใน ส่วนที่ 2 ซึ่งเป็น มาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) ในการตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75) โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยแต่ละช่วง ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

#### ค่าเฉลี่ย ความหมาย

4.50 - 5.00	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	ระดับความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการดำเนินการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ศูนย์การค้า พันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ อำเภอเมือง เชียงใหม่

### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ จะใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – กันยายน 2553  
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553