บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์ จังหวัดลำปาง มีระเบียบและวิธีการดำเนินการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์ จังหวัดลำปาง ต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ 7 ประการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรในเขตอำเภอเถินที่เข้ามาใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์จาก ศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์ จังหวัดลำปาง ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 8,229 ราย (ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินธวัชยนต์, 2553)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

จากข้อมูลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 8,229 ราย (ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินธวัชยนต์, 2553) สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรดังกล่าว ได้จำนวน 400 ตัวอย่างตามวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535: 68 อ้างอิงจาก Yamane, 1973: 725) ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

$$n = \frac{N}{1 + N(e^{2})}$$

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากร

e = Error หรือความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ซึ่งในที่นี้ใช้ 0.05 (5%)

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 8,229 ราย ขนาดของตัวอย่างจึงเท่ากับ

$$n = \frac{8,229}{1 + 8,229(0.5^{2})}$$

= 381.45 หรือประมาณ 400 ตัวอย่าง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้เก็บตัวอย่างแบบสะดวก

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูล และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์ จังหวัดลำปาง ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (The Service Marketing Mix หรือ 7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบ ในการเข้ามาใช้บริการซ่อมรถจักรยานยนต์จากห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546:75)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 จัดอยู่ในระดับ ความพึงพอใจ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 จัดอยู่ในระดับ ความพึงพอใจ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 จัดอยู่ในระดับ ความพึงพอใจ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 จัดอยู่ในระดับ ความพึงพอใจ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 จัดอยู่ในระดับ ความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์ จังหวัดลำปาง

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศูนย์บริการซ่อมรถจักรยานยนต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเถินธวัชยนต์ จังหวัดลำปาง ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2553 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved