

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ตราयीหือและความพึงพอใจต่อการบริการของคอตโต้ สตูดิโอ จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ตามลำดับ คือ ขอบเขตการศึกษา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จำนวนตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการตามกรอบแนวคิดองค์ประกอบความรู้เกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ โดยประเมินจากโมเดล SERVQUAL ที่อธิบายการบริการด้านต่างๆประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) ส่วนเนื้อหาด้านภาพลักษณ์การบริการ (Service Image) มุ่งศึกษาตามแนวคิดของ สมิต สัจฉกร (2543) อันประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการดำเนินการบริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ที่เคยใช้บริการที่ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ และเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย เจ้าของบ้าน จำนวน 2,683 ราย และ สถาปนิก/มัณฑนากร จำนวน 458 ราย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3,141 ราย โดยมีสัดส่วน เจ้าของบ้าน:สถาปนิก/มัณฑนากร เป็น 70:30 (ฐานข้อมูลลูกค้าของ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ : มีนาคม 2553)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973: 725) จากจำนวนทั้งหมด 3,141 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าของ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่ : มีนาคม 2553)

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

$$= \frac{3,141}{1 + (3,141)(0.05)^2}$$

$$= 355$$

N คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

n คือ ขนาดประชากร

e คือ คลาดคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ จำนวน 355 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบใช้โควต้า (Quota Sampling)

จากกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม คือ เจ้าของบ้าน และ สถาปนิก/มัณฑนากร ในอัตราส่วน 70:30 คือ เจ้าของบ้าน 249 ราย และ สถาปนิก/มัณฑนากร 106 ราย (เนื่องจากลูกค้าเจ้าของบ้าน มีจำนวนทั้งหมด เป็น 70 % ของลูกค้าทั้งหมดคือ 3,141 ราย ฐานข้อมูล ณ มีนาคม 2553) ให้ได้ตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนด 355 ชุด จากนั้นเลือกตัวอย่างในแต่ละกลุ่มจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งหมายถึงลูกค้าที่มีสถานะอยู่ระหว่างพิจารณาใช้งานสินค้า (Active) และนอกจากนั้นได้ส่งแบบสอบถามไปยังลูกค้ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพิจารณาใช้งานสินค้าซึ่งมีโอกาสเข้ามาใช้บริการที่ คอตโต้ สตูดิโอ โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) คือสุ่มจากลูกค้าที่มีสถานะอยู่ระหว่างพิจารณาใช้งานสินค้าตามฐานข้อมูล ซึ่งได้จากการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าผ่านระบบคอมพิวเตอร์ที่มีการแบ่งประเภทลูกค้าที่มีสถานะอยู่ระหว่างพิจารณาใช้งานสินค้าและ ลูกค้าที่มีการประสานงานซื้อสินค้าแล้วเสร็จ (Non-Active) ไว้เรียบร้อยแล้ว

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมจาก 2 แหล่งข้อมูลคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 355 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากบทความทางวิชาการและรายงานต่างๆที่เกี่ยวข้องซึ่งรวบรวมจากหนังสือ วารสาร ผลงานการศึกษาวิจัย สิ่งพิมพ์ และข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 แบบวัดการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ คอตโต้ สตูดิโอ สาขาเชียงใหม่โดยลักษณะของคำถามที่สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นประเด็นย่อย 3 ด้าน คือ

1. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เช่น บุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ และการให้บริการ
2. ด้านสถานที่ เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความสะอาด การจัดแสดงสินค้า
3. ด้านการดำเนินการบริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ความเสมอภาคเท่าเทียมในการให้บริการ และการดูแลลูกค้าระหว่างรอรับบริการ

แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ใช้มาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนของคำตอบเป็นระดับความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการใช้บริการไว้ดังนี้ (สุริรักษ์ พิลลา, 2551) ดีมาก = 5 คะแนน, ดี = 4 คะแนน, ปานกลาง = 3 คะแนน, แย่ = 2 คะแนน และ แย่มาก = 1 คะแนน

การกำหนดค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผล

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	ดี
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	แย่
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	แย่มาก

การแปลผลจากค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกนึกคิดเป็นการรับรู้ภาพลักษณ์

รู้สึกนึกคิดระดับ ดีมาก หมายถึง ภาพลักษณ์ดีมาก

รู้สึกนึกคิดระดับ ดี หมายถึง ภาพลักษณ์ดี

รู้สึกนึกคิดระดับ ปานกลาง หมายถึง ภาพลักษณ์ปานกลาง

รู้สึกนึกคิดระดับ แย่ หมายถึง ภาพลักษณ์แย่

รู้สึกนึกคิดระดับ แย่มาก หมายถึง ภาพลักษณ์แย่มาก

ส่วนที่ 3 แบบวัดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของ COTTO STUDIO สาขา เชียงใหม่

โดยลักษณะของแบบวัดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนของคำตอบไว้ดังนี้ (สุริรักษ์ พิลา, 2551) พึงพอใจมากที่สุด = 5 คะแนน, พึงพอใจมาก = 4 คะแนน, พึงพอใจปานกลาง = 3 คะแนน, พึงพอใจน้อย = 2 คะแนน และ พึงพอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน

การกำหนดค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผล

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

โดยได้มีวิธีการพัฒนาและทดสอบแบบสอบถามก่อนจำนวน 15 ชุด โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างดังที่กล่าวไว้ข้างต้น เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามแต่ละข้อว่าเกิดความสับสนหรือไม่ และนำมาปรับปรุงเพื่อให้สมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมถึงการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่าง (Independent Sample T-Test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของภาพลักษณ์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และการ

วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation) เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของ คอตโต้ สตูดิโอ ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาขนาดความสัมพันธ์ ดังนี้ (Cohen 1988, อ้างใน สุรรักษ์ พิลา, 2551)

- 0.29 ถึง -0.10 หรือ 0.10 ถึง 0.29 มี ความสัมพันธ์กันน้อย
- 0.49 ถึง -0.30 หรือ 0.30 ถึง 0.49 มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
- 1.00 ถึง -0.50 หรือ 0.50 ถึง 1.00 มีความสัมพันธ์กันสูง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved