

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
2. สร้างแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
5. จัดทำและนำเสนอรายงาน

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาคือความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ

ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะลูกค้าที่มาใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ในปี 2551-2555 โดยลูกค้าที่มาใช้บริการและมีประวัติอยู่ในระบบฐานข้อมูล มีจำนวน 776 ราย

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรจากฐานข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ณ ปี 2551-2555 จำนวน 776 ราย ทำการสุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับร้อยละ 5 นำมาคำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane, 1970 อังโน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 : 77 ซึ่งมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

เมื่อ n = กลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง
ให้ N = 776 ราย
 e = 0.05
แทนค่าจากสูตรจะได้

$$n = \frac{776}{1 + 776(0.05)^2}$$

$$= 263.95 \text{ ราย}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบที่คำนวณได้เท่ากับ 264 ราย
วิธีการเลือกตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ จำนวน 264 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Method) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 5

ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า ประกอบด้วย เหตุผลในการเช่าเต็นท์ผ้าใบ การใช้บริการร้านประจำ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเช่าเต็นท์ผ้าใบต่อครั้ง ความถี่ในการเช่า

เดินที่ผ้าใบต่อไป ช่องทางที่ทำให้รู้จักร้านเช่าเดินที่ผ้าใบ สื่อกเกี่ยวกับร้านเช่าเดินที่ผ้าใบ และรูปทรงของเดินที่ผ้าใบที่เช่า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเดินที่ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเดินที่ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการเช่าเดินที่ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยให้ระดับความพึงพอใจและความสำคัญ 5 ระดับ ตามมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณทลี เวชสาร, 2546)

กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเดินที่ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ/ระดับความสำคัญ

ระดับคะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

เกณฑ์การประเมินค่าวัตรระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญแบ่งเป็น 5
ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง ความพึงพอใจ/ความสำคัญในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง ความพึงพอใจ/ความสำคัญในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ความพึงพอใจ/ความสำคัญในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง ความพึงพอใจ/ความสำคัญในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง ความพึงพอใจ/ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาการศึกษา

ระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนกันยายน 2555 ระยะเวลาเก็บ
แบบสอบถามเดือนกรกฎาคม 2555

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved