

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านส.สวดหิแบตเตอร์ จังหวัดพิษณุโลก มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการของร้านส.สวดหิแบตเตอร์ จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าไม่รวมลูกค้าองค์กรของร้านส.สวดหิแบตเตอร์ จังหวัดพิษณุโลกทั้ง 4 สาขา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้การกำหนดขนาดตัวอย่าง(Sample Sizes) โดยการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้ Rule of Thumb กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี, 2549) สามารถหากรูปร่างตัวอย่างได้ดังนี้

จากสูตร

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{E} \right]^2$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

E = ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ = 0.1

$Z_{\alpha/2}$ = ค่าปกติมาตรฐาน (Standard Normal Value) ที่สอดคล้องกับ

ระดับนัยสำคัญ α และเมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ α ที่ 0.05

ค่า $Z_{\alpha/2}$ จะเท่ากับ 1.96

$$\sigma = \text{ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ } 1/6 \times 5 = 0.83$$

(แบบสอบถาม scale 1-5)

จากสูตรได้จำนวนตัวอย่าง 264 ราย โดยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างจะแบ่งเก็บจากร้าน
ส.ฮวดหลีเบตเตอร์ทั้ง 4 สาขา สาขาละเท่าๆกัน จำนวนสาขาละ 66 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านส.ฮวดหลีเบตเตอร์
ทั้ง 4 สาขา สาขาละเท่าๆกัน

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและ
รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้ เอกสารตีพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ สิ่งพิมพ์ และ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
เอกสารงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน
ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของ
ร้านส.ฮวดหลีเบตเตอร์ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าร้าน
ส.ฮวดหลีเบตเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิง
พรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ
ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 2 ในการวัดระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านส.ฮวดหลีแบตเตอร์รี่ นั้นใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ (กฤษณี รื่นรมย์, 2551) ดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจในระดับมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจในระดับน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และ รวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ร้านส.ฮวดหลี

แบตเตอร์รี่ จังหวัดพิษณุโลก ทั้ง 4 สาขา

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน 2556 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวม

ข้อมูลเดือนมีนาคม 2556