

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตและวิธีการศึกษา

##### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร

ทำการศึกษาจากผู้บริโภคที่ใช้บริการเสริมความงามเล็บที่เคยใช้บริการร้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดประชากรจากผู้บริโภคที่ใช้บริการเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้ชัดเจน จึงประมาณสัดส่วนของประชากร โดยให้มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 สามารถหาค่าตัวอย่างได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

$$n = Z^2 / 4E^2$$

โดยที่ n คือ จำนวนตัวอย่างประชากร

Z คือ ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติ

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้จากการประมาณ

$$\begin{aligned} \text{ทั้งนี้ } Z_{1-1/2} &= Z_{.950} = 1.645 \\ E &= 0.05 \\ \text{ดังนั้น } n &= (1.645)^2 / 4(0.5)^2 \\ &= 270.60 \sim 271 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเท่ากับ 271 ตัวอย่าง โดยคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้ที่เคยใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และมีการเก็บข้อมูลกระจายเป็น 100 ตัวอย่าง จากร้านเสริมความงามเล็บที่ตั้งอยู่ภายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และอีก 171 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บตามแหล่งชุมชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ และมหาวิทยาลัย เป็นต้น

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูล 2 ประเภท คือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บจำนวน 271 คน
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาค้นคว้าที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานการวิจัย บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ความถี่ในการทำเล็บ และบริการที่เลือกใช้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ โดยอาศัยทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ และข้อเสนอแนะ

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บสำหรับปัจจัยในแต่ละด้าน ใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งอันตรภาพขั้นละเท่าๆกัน (ขั้นละ 0.80) ตามหลักสถิติพื้นฐานเบื้องต้น (อุทัย แก้วบุญเรือง และคณะ, 2543: 17) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งคะแนนเฉลี่ยที่ได้จะนำไปแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับน้อยที่สุด

#### สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษา และรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และแหล่งชุมชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีผู้ใช้บริการเสริมความงามเล็บอยู่ โดยมีการเก็บข้อมูลกระจายเป็น 100 ตัวอย่าง จากร้านเสริมความงามเล็บที่ตั้งอยู่ภายในอำเภอเมืองเชียงใหม่

และอีก 171 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านเสริมความงามเก็บตามแหล่งชุมชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ และมหาวิทยาลัย เป็นต้น

#### ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษานี้ใช้เวลาในการดำเนินงานทั้งสิ้น 6 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 โดยเก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2553



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved