

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ และปัญหาของร้านคอมพิวเตอร์ที่เช่าพื้นที่จากศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในบทนี้จะกล่าวถึงขอบเขตการศึกษา แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา กลุ่มประชากรในการศึกษา การกำหนดขนาดตัวอย่าง เครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตประชากรและการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ประชากร คือ ร้านคอมพิวเตอร์ ที่ใช้บริการเช่าพื้นที่ของศูนย์คอมพิวเตอร์ต่างๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอยู่ 5 แห่งคือ ศูนย์คอมพิวเตอร์ปลาซ่า ศูนย์คอมพิวเตอร์และการศึกษา ซีเอ็ม ศูนย์คอมพิวเตอร์ไอคอน สแควร์ ศูนย์คอมพิวเตอร์คอมพิวเตอร์ซีดี และศูนย์คอมพิวเตอร์พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 146 ร้าน จำแนกตามศูนย์ต่างๆ ได้ดังนี้ (2547: การสำรวจนับเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2547)

แสดงจำนวนร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์

ศูนย์คอมพิวเตอร์					รวม
คอมพิวเตอร์ปลาซ่า	ไอคอน สแควร์	คอมพิวเตอร์และการศึกษาซีเอ็ม	คอมพิวเตอร์ซีดี	พันทิพย์ สาขาเชียงใหม่	
23	26	28	17	52	146

การศึกษานี้จะทำการศึกษาข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากเจ้าของ ผู้จัดการ หรือ ผู้ที่รับผิดชอบในร้านนั้นๆ ของร้านคอมพิวเตอร์ที่เช่าพื้นที่จากศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 115 ชุด

2.ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และปัญหาของร้านคอมพิวเตอร์ที่เช่าพื้นที่จากศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ศึกษา มีสองแหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามจากผู้เช่าร้านซึ่งเป็นผู้เช่าพื้นที่ภายในศูนย์คอมพิวเตอร์ทั้ง 5 แห่งของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารอ้างอิง เว็บไซต์ และจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- | | |
|-----------|--|
| ส่วนที่ 1 | เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ |
| ส่วนที่ 3 | ปัญหาของร้านคอมพิวเตอร์ที่เช่าพื้นที่จากศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ |

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติในเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อร้านคอมพิวเตอร์ในการเลือกใช้บริการเช่าพื้นที่ในศูนย์คอมพิวเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ ลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด ระดับความสำคัญมาก ระดับความสำคัญปานกลาง ระดับความสำคัญน้อย ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

โดยแต่ละระดับความสำคัญมีการกำหนดระดับคะแนนดังนี้ (กฤษณี เวชสาร, 2545: 112-114)

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
ระดับความสำคัญมากที่สุด	5
ระดับความสำคัญมาก	4
ระดับความสำคัญปานกลาง	3
ระดับความสำคัญน้อย	2
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	1

ในแต่ละปัจจัย เมื่อนำจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ในแต่ละระดับความสำคัญมาคูณกับระดับคะแนน แล้วหารด้วยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จะได้ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย ซึ่งจะมีการกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์และแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 จัดอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 จัดอยู่ในระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาทำการค้นคว้าแบบอิสระ

เดือนกันยายน 2546 – มีนาคม 2548