

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกผู้ให้บริการด้านการจัดการบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาส่วนประสมการตลาด (Affective Component of Marketing Mix 7P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process)

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ที่สนใจจะเลือกใช้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย ซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำสุดเนื่องจากประชากรเป็นกลุ่มค่อนข้างเฉพาะ โดยทางผู้ศึกษาเลือกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต (Sudman, 1976, อ้างอิงใน กุณฑลี เวชสาร, 2545: 192)

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่จะเลือกใช้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 200 ราย โดยใช้

แบบสอบถามภาษาไทยในการสำรวจข้อมูลในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้ผู้สัมภาษณ์คนไทยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ ณ จุดที่เก็บข้อมูล ซึ่งแหล่งที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ ที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ห้างสรรพสินค้า และชายหาดในจังหวัดภูเก็ต ในการสัมภาษณ์กรณีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวต่างชาติ ผู้สัมภาษณ์จะสัมภาษณ์โดยการแปลแบบสอบถามภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ แต่การแปลภาษาถือว่าเป็นข้อจำกัดของการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากอาจเกิดการผิดพลาดในการแปลคำถามในขณะที่สัมภาษณ์ได้ ถึงแม้ว่าผู้ทำการสัมภาษณ์จะมีความเชี่ยวชาญภาษาอังกฤษก็ตาม

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามภาษาไทย

และภาษาอังกฤษ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและการใช้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในภูเก็ต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในภูเก็ต ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ โดยเป็นแบบสอบถามที่มีมาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการให้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในภูเก็ต

โดยแบ่งรูปแบบคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบใน 2 ลักษณะ คือ

1. เลือกตอบเพียงข้อเดียว
2. เลือกตอบได้หลายข้อ

สำหรับลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญน้อย

สำคัญน้อยที่สุด และไม่สำคัญ มีเกณฑ์ดังนี้

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง สำคัญระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51– 4.50 หมายถึง สำคัญระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง สำคัญระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง สำคัญระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิง

พรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

3.2.4 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ได้ดำเนินการที่ จังหวัดภูเก็ต

3.3 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 5 เดือนเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน 2555 ถึง เดือนสิงหาคม 2555 โดยมีการเก็บแบบสอบถามในเดือนพฤษภาคม ตามตารางดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินการ	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4				เดือนที่ 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น	→																			
สร้างแบบสอบถาม			→																	
เก็บรวบรวมข้อมูล				→																
วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล								→												
จัดทำและนำเสนอรายงาน																→				