

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ในด้านต่างๆ ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

2. ขอบเขตประชากรและการเก็บตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ที่ใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่มีพฤติกรรมใช้บริการ โดยให้ทางร้านซักให้ในระบบการชักน้ำ ทั้งนี้ไม่รวมถึงบริการซักแห้ง และเครื่องซักผ้าแบบหยอดเหรียญ

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ที่ใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่อย่างชัดเจน จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่างโดยนำจำนวนประชากรเปรียบเทียบกับตารางการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Zikmund, 2003: 429) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 322 คนเพื่อความสมบูรณ์ของผลการศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 325 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็น 4 แขนง ได้แก่ แขนงนครพิงค์ แขนงกาวิละ แขนงเม็กราช และแขนงศรีวิชัย จากนั้นจึงคัดเลือกตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละแขนง โดยที่การสุ่มตัวอย่างนี้จะเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลบริเวณศูนย์การค้า หอพัก อพาร์ตเมนต์ และคอนโดมิเนียม ซึ่งมีรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง

เขตเทศบาลนครเชียงใหม่	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนประชากร (%)	จำนวนการเก็บตัวอย่าง (ชุด)
1. แขวงนครพิงค์	43,627	29%	94
2. แขวงกาวิละ	42,509	29%	94
3. แขวงเม็งราย	28,712	19%	62
4. แขวงศรีวิชัย	34,305	23%	75
รวมทั้งหมด	149,959	100%	325

ที่มา: เทศบาลนครเชียงใหม่ (2550). จำนวนประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ตามทะเบียนราษฎร.

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระครั้งเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง และรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลข่าวสารธุรกิจ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ทางนิตยสาร วารสารธุรกิจต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ การศึกษา และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านซักรีด อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนการวัดระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ (กฤษทลี รื่นรัมย์, 2549) วัดระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามความคิดเห็น และมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับที่มีผล	ระดับความสำคัญ	คะแนน
มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด	มีความสำคัญมากที่สุด	= 5
มีผลต่อการเลือกใช้มาก	มีความสำคัญมาก	= 4
มีผลต่อการเลือกใช้ปานกลาง	มีความสำคัญปานกลาง	= 3
มีผลต่อการเลือกใช้น้อย	มีความสำคัญน้อย	= 2
มีผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด	มีความสำคัญน้อยที่สุด	= 1

นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ผลหา ค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับที่มีความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับที่มีความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับที่มีความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับที่มีความสำคัญน้อย

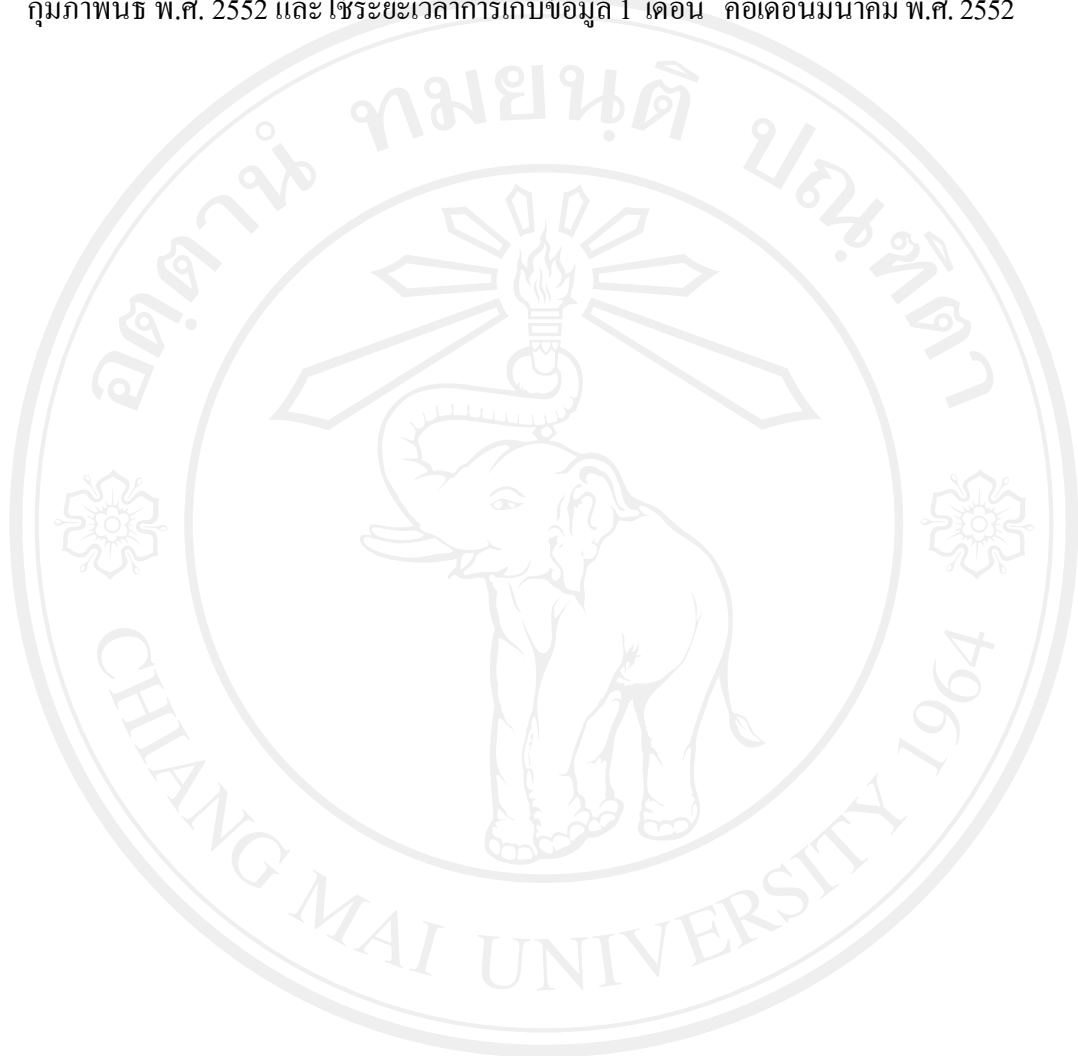
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ความคิดเห็นในระดับที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือ ร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาศึกษา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 - เดือน
กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 และใช้ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 1 เดือน คือเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved