

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการฝึกโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาของการศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกสถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่จะศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้เล่นโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ข้อมูลในอดีตมาช่วยกำหนดขนาดตัวอย่างคือศึกษาจากงานวิจัยที่มีแบบคล้ายคลึงกันกับการวิจัยที่ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้าแล้ว ซึ่งการศึกษานี้ได้ดูข้อมูลการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของสมคิด ฉิมจารย์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในเขตเทศบาลขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยการเก็บข้อมูล จำนวน 200 ชุด กับผู้ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในจังหวัดขอนแก่น และอ้างอิงจากการแสดงขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (1976: 87) (กฤษาลี เวชสาร, 2546) ที่แสดงขนาดตัวอย่างในการวิจัยที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนและสถาบัน หากทำการศึกษาระดับท้องถิ่นกลุ่มตัวอย่างที่มีบ้างแต่ไม่มาก ใช้จำนวน 200-500 ราย ดังนั้นการศึกษานี้จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย โดยกระจายเก็บตัวอย่างจากสถานให้บริการฝึกโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 แห่ง ๆ ละ 25 ราย

วิธีการศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม สอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสถานฝึกโยคะในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้จำนวน 200 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล ต่างๆ เช่น หนังสือ บทความ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการฝึกโยคะของผู้บริโภค ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยที่การวัดระดับของความสำเร็จของปัจจัยต่างๆ จะใช้มาตรวัดระดับชั้น (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

การแปลผล

ค่าเฉลี่ย

4.50-5.00

3.50-4.49

2.50-3.49

1.50-2.49

1.00-1.49

จัดอยู่ในระดับ

สำคัญมากที่สุด

สำคัญมาก

สำคัญปานกลาง

สำคัญน้อย

สำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถานศึกษาจังหวัดสมุทรสาคร คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved