

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานฝึกโยคะในจังหวัดนนทบุรี มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ทฤษฎีความคาดหวัง(Expectancy Theory) และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ(Marketing Mix) เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการฝึกโยคะในจังหวัดนนทบุรี ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี และเป็นลูกค้าที่ใช้บริการสถานบริการฝึกโยคะ

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน และเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือนในท้องถิ่น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงเลือกใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 250 ราย โดยการเปิดตารางของ Seymour Sudman ที่แสดงขนาดตัวอย่างในการวิจัยที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือครอบครัวที่มีจำนวนน้อย ใช้จำนวน 200-500 (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณฑลวี เวชสาร, 2545 : 192)

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา(Quota Sampling) ตามสถานบริการฝึกโยคะ 5 แห่ง ได้แก่ คลับเฮ้าส์ของหมู่บ้าน 1 แห่ง สถานบริการฟิตเนส 2 แห่ง และ ศูนย์โยคะโดยเฉพาะ 2 แห่ง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ครูสอนโยคะ(ชุตินา อรุณมาศ) ได้ให้ข้อมูลว่าสถานบริการฝึกโยคะดังกล่าวทั้ง 5 แห่ง ค่อนข้างเป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการฝึกโยคะในจังหวัดนนทบุรี อีกทั้งยังมีความแตกต่างกันในรูปแบบการให้บริการ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมีความหลากหลายจากลูกค้าหลายกลุ่ม โดยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแห่งละ 50 ราย รวมเป็น 250 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากแต่ละแห่ง

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้ หรือเคยใช้บริการสถานบริการฝึกโยคะ ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 250 คน โดยใช้แบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการออกกำลังกาย โดยการฝึกโยคะ เช่น ความถี่ในการฝึก ช่วงเวลาในการฝึก เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการฝึกโยคะ ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของลูกค้า

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยข้อมูลในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 วิเคราะห์ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 3 ซึ่งใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546)

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการแปลผล แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

#### สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่สถานบริการฝึก

โยคะ จำนวน 5 แห่ง ตามที่ระบุในขั้นตอนการคัดเลือกตัวอย่าง

#### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาทั้งสิ้นเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึงเดือน มีนาคม 2553