

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการออกแบบเว็บไซต์ ของบริษัทจำกัดในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษา ขอบเขตเนื้อหา การกำหนดขนาดตัวอย่าง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาและการรายงานผลการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตและวิธีการศึกษา

##### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้จาก บริษัทจำกัดที่จดทะเบียนกับกรมทะเบียนการค้าจังหวัดเชียงใหม่ และมีเว็บไซต์ที่จดทะเบียนโดเมนเนมกับ บริษัท ที.เอช.นิค จำกัด โดยจดทะเบียนเป็น .co.th จำนวนทั้งสิ้น 75 ราย แต่เมื่อส่งแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และใช้โทรศัพท์ติดตามผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าไม่มีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์และส่งกลับมาเพียง 61 รายซึ่งคิดเป็นร้อยละ 81 ของประชากรที่ศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษากระบวนการตัดสินใจและปัจจัยทางด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการออกแบบเว็บไซต์ ของบริษัทจำกัดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มุ่งศึกษาเฉพาะส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (The Expanded Marketing Mix for Services) ซึ่งมีส่วนประกอบ 7 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคลกร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) ลักษณะภาพลักษณ์องค์กร (Physical Evidence) และกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Decision Making Process) ซึ่งประกอบด้วย 1.การรับรู้ถึงปัญหา (Problem

---

<sup>1</sup> บริษัท ที.เอช.นิค. 2545. รายชื่อผู้จดทะเบียนโดเมนเนม. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.all.in.th> ( 15 สิงหาคม 2545).

recognition) 2.การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information search) 3.การประเมินผลทางเลือก (Information evaluation) 4.การตัดสินใจ (Decision )

### วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ศึกษาข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยทำการสัมภาษณ์เบื้องต้นกับบริษัทที่ใช้บริการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการออกแบบสอบถาม และทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการ Pre-test จำนวนตัวอย่าง 10 ตัวอย่าง ที่จดทะเบียนโดเมนเนมกับต่างประเทศ จากนั้นใช้แบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วทำการเก็บข้อมูลของบริษัทจำกัดที่ทำการศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากบริษัท ที.เอช.นิค จำกัด และข้อมูลลูกค้าของบริษัท เน็ต อิมเมจ จำกัด บทความที่เกี่ยวข้องทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของธุรกิจ ระยะเวลาที่มีเว็บไซต์ ผู้ตัดสินใจในการพัฒนาและจัดทำเว็บไซต์ของธุรกิจ บทบาทของผู้ตอบแบบสอบถามในการพัฒนาเว็บไซต์ของธุรกิจ ตำแหน่งงานในธุรกิจ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการออกแบบเว็บไซต์ของธุรกิจ ได้แก่ สาเหตุของการจัดทำเว็บไซต์ของธุรกิจ การค้นหาแหล่งข้อมูลเพื่อใช้พิจารณาว่าจะใช้บริการออกแบบจัดทำเว็บไซต์ที่ใด การตัดสินใจจัดทำเว็บไซต์ วิธีการพัฒนา

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อันได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (The Expanded Marketing Mix for Services) ซึ่งมีส่วนประกอบ 7 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคลกร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

สำหรับลักษณะคำถามในส่วนที่ 3 มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้ Likert Scale<sup>2</sup> จัดแบ่งระดับความสำคัญ เรียงจากมากไปหาน้อย คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย ไม่สำคัญ และมีการกำหนดคะแนนและค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน	ค่าเฉลี่ย
มากที่สุด	5	4.50-5.00
มาก	4	3.50-4.49
ปานกลาง	3	2.50-3.49
น้อย	2	1.50-2.49
ไม่สำคัญ	1	1.00-1.49

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การนำเสนอเป็นตาราง ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย

#### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวได้ถูกพัฒนาและทดสอบ (Pre-test) จำนวน 10 ชุด แก้ไขและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีจัดส่งแบบสอบถามโดยไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งรายชื่อที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail address) ของบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ได้จากบริษัท ที.เอส.นิค จำกัด จำนวน 75 ราย ซึ่งตอบกลับมาเพียง 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 81

#### สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เป็นข้อมูลปฐมภูมิของกลุ่มตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS และใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การนำเสนอเป็นตาราง ค่าความถี่ (Frequency) อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

<sup>2</sup> กุณทลี เวชสาร, การวิจัยการตลาด. (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 108-109.

**ระยะเวลาการศึกษา**

เริ่มทำการศึกษาตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ.2545 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ.2545

**การรายงานผลการศึกษา**

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบของการบรรยายและตารางข้อมูล แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท ได้แก่

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวความคิด

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ