

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ในการใช้บริการไปรษณีย์ จากที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัด เชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ทำการศึกษา ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรม บ้านถวายในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ นอกจากนี้ยังศึกษาถึง ปัญหาในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรม บ้านถวาย ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 309 ร้าน (สถานะวันที่ 26 ตุลาคม 2546) (พิทักษ์ ดุ่มอินทร, 2546 : สัมภาษณ์)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้ทำการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับ ผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ตำบลขุนคอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 309 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร วารสาร และรายงาน วิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ของผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการไปรษณีย์ของผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 309 ชุด นำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดย แบบสอบถามในส่วนที่ 2, และส่วนที่ 3 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยลักษณะของคำถามจะประกอบด้วยรายละเอียดที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2530 : 85)

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในส่วนที่ 3 ลักษณะของคำถาม ประกอบด้วยข้อความที่เกี่ยวกับปัญหาที่พบจากผู้ประกอบการร้านค้า ณ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายในการใช้บริการไปรษณีย์ ณ ที่ทำการไปรษณีย์หางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในแต่ละข้อคำถามมีระดับคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด และไม่มีปัญหา โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับของปัญหาที่พบ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่มีปัญหา	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหามากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหามาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหาน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	ปัญหาน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่มีปัญหา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาประมาณ 6 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 ถึง พฤษภาคม