

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ดังรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวัยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรบริการ และด้านสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรวัยทำงานที่เคยใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจากกลุ่มประชากรวัยทำงานที่เคยใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางของ Seymour Sudman จำนวน 300 ราย (กุณฑล ธีรรมณ์, 2546:87) จากสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 14 แห่ง โดยแต่ละแห่งถูกเลือกตัวอย่างให้มีจำนวนใกล้เคียงกัน

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สอบถามวิทยทำงานที่เคยมาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความทางวิชาการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สนามที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ ประเภทกีฬาที่ชอบเล่น ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และแหล่งที่มาข้อมูลของสนาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อคนวิทยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรบริการ และด้านสิ่งมีชีวิตที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางปรับปรุงที่มีผลต่อคนวิทยทำงานในการเลือกสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เช่าในจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ตามมาตรวัดแบบ Rating Scale โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

มีผลมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
มีผลมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
มีผลปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
มีผลน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
มีผลน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2554 ถึงเดือนกันยายน 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved