

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยใช้เนื้อหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย ด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Ken Black, 2007)

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \hat{\sigma}^2}{E^2}$$

โดยที่

n

คือ

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$

คือ

ค่าความเชื่อมั่นที่กำหนด (ณ ระดับที่ความเชื่อมั่น

$$95\% = 1.96)$$

$\hat{\sigma}$

คือ

ค่าประมาณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

$$= (\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด})/4$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

เมื่อ scale ที่ใช้เป็นช่วงคะแนน 1 – 5

$$\sigma = (5-1)/4 = 1$$

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Maximum allowable error) กำหนดให้เท่ากับ 0.10 จาก scale 1 – 5

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2(1)^2}{(0.1)^2} = 384.16$$

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ได้ปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการเลือกขนาดตัวอย่างจำนวนหอพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ประจำปี 2552

แขวง	จำนวนหอพัก	ขนาดตัวอย่าง (คน)
แขวงกาวิละ	408	85
แขวงศรีวิชัย	682	150
แขวงนครพิงค์	474	97
แขวงเม็ງราย	335	68
รวม	1,899	400

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการหอพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ประเภทที่พักอาศัย ค่าเช่าต่อเดือน ระยะเวลาที่พำนักอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้า ในการเลือกห้องพักในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อปัจจัยการเลือกเช่าห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2548) วัดระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

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

ซึ่งการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยโดยค่าเฉลี่ยที่ได้นำมา แปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
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

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการเก็บรวบรวมจากหอพัก

ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

2. การดำเนินการศึกษาที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ตั้งแต่เดือนมกราคม -มิถุนายน 2554