

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
 - 1.1. ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2. ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
 - 1.3. ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 2.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาจะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

การศึกษาในครั้งนี้จะทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาใช้บริการที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ (Ken Black, 2007) ดังนี้

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

โดยที่ $Z_{\alpha/2}$ ที่ความเชื่อมั่น 95% = 1.96

$\hat{\sigma}$ เป็นค่าประมาณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร = (ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)/4
เมื่อ Scale ที่ใช้เป็นช่วงคะแนน 1 - 5

$$\hat{\sigma} = \frac{5-1}{4} = 1$$

E เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ (Maximum allowable error) กำหนดให้เท่ากับ 0.10 จาก scale 1 - 5

แทนค่าในสูตร

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

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 10 แห่ง แล้วเก็บโดยตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งสามารถแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ดังรายละเอียดตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนตลาดสด ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ชื่อตลาด	สถานที่ตั้ง	จำนวน (ราย)
1. สันป่าข่อย	ท่าสะต๋อย ตำบลวัดเกต	40
2. เมืองใหม่	เมืองสมุทร ตำบลช้างม้อย	40
3. ประตูเชียงใหม่	ถนนพระปกเกล้า	40
4. สมเพชร	มูลเมือง ตำบลศรีเมือง	40
5. วโรรส	ถนนวิชยานนท์ ตำบลช้างม้อย	40
6. คำเที่ยง	ถนนชูปเปอร์ไฮเวย์	40
7. ต้นพยอม	ถนนสุเทพ ตำบลสุเทพ	40
8. ประตูก้อม	ถนนสุริวงส์ ตำบลหายยา	40
9. หนองหอย	ถนนเชียงใหม่-ลำพูน ตำบลวัดเกต	40
10. ธานีรินทร์	โชตนา ตำบลช้างเผือก	40
รวม		400

วิธีการศึกษา

การกำหนดแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามผู้ให้บริการตลาดสด ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 400 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับที่มีผล</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>จัดอยู่ในระดับ</u>
4.50 – 5.00	ระดับที่มีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับที่มีผลมาก
2.50 – 3.49	ระดับที่มีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับที่มีผลน้อย
1.00 – 1.49	ระดับที่มีผลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ตลาดสดจำนวน 10 แห่ง ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 6 เดือน โดยทำการศึกษาดังแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2555 ถึง เดือน เมษายน พ.ศ. 2555