

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้มีระเบียบวิธีการศึกษาซึ่งประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงเครื่องมือและสถิติที่ใช้ในการศึกษาและรายงานผลการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตประชากร

ทำการศึกษาดังต่อไปนี้เกี่ยวกับประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ของผู้บริโภคสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคสตรีที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการจากสถานประกอบการร้านเสริมสวยทั้งที่ได้ชำระค่าธรรมเนียมตามเทศบัญญัติเทศบาลนครเชียงใหม่ หรือไม่ได้ชำระค่าธรรมเนียมก็ตาม ซึ่งการศึกษานี้ต้องการข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป เนื่องจากรายงานการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า กลุ่มผู้ที่มาใช้บริการร้านเสริมสวยส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป

ขอบเขตเนื้อหา

ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ของผู้บริโภคสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนประสม 7 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

วิธีการศึกษา

การกำหนดขนาดตัวอย่างและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่มารับบริการจากร้านเสริมสวยที่แน่นอนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด และไม่ทราบถึงโอกาสของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาที่จะถูกคัดเลือกเข้ามาว่าเป็นเท่าไร จึงเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ทำการแบ่งขนาดตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มสตรีที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยจะทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ตัวอย่าง และแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างออกเป็นช่วงอายุต่าง ๆ ดังนี้

ช่วงอายุ	16-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	55 ปีขึ้นไป	รวม
จำนวนตัวอย่าง	60	60	60	60	60	300

ตารางแสดงการแบ่งจำนวนตัวอย่างตามช่วงอายุต่าง ๆ

ในการเก็บแบบสอบถามจะเก็บตามแหล่งชุมชน เช่น บริเวณตลาดสด ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ ที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างกระจายตามช่วงอายุของกลุ่มสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เคยใช้บริการจากร้านเสริมสวย ทุกกลุ่ม ๆ ละ 60 คน เท่า ๆ กัน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมจากเอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัย สิ่งพิมพ์รัฐบาล วารสาร และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
 - ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการร้านเสริมสวยและข้อเสนอแนะต่าง ๆ
- ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้¹⁸

¹⁸ อุเทน ปัญญา, วิจัยการศึกษา (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539), หน้า 236.

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

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง ความสำคัญในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง ความสำคัญในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง ความสำคัญในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง ความสำคัญในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2546