

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการร้านฝ้าย เบเกอร์รี่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ประการ ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้ง 9 สาขา

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บสาขาละ 30 ชุด รวมทั้งหมด 270 ชุด จาก 9 สาขา ได้แก่ สาขาประตูสวนดอก สาขาโรงพยาบาลสวนดอกทั้ง 2 สาขา สาขาสันป่าข่อย สาขากาดสวนแก้ว สาขาตลาดมีโชค สาขาสวนดอกแมนชั่น สาขาสันป่าเลียงและสาขาห้องสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถามผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานการวิจัย และ internet บทความต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเบเกอร์รี่

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบ

แบบสอบถามในการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่(Frequency) ร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ จะมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50 - 5.00	สำคัญมากที่สุด
3.50 - 4.49	สำคัญมาก
2.50 - 3.49	สำคัญปานกลาง
1.50 - 2.49	สำคัญน้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คะแนน	ระดับปัญหา
5	มากที่สุด
4	มาก
3	น้อย
2	น้อยที่สุด
1	ไม่มีปัญหา

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วง  
ค่าเฉลี่ย ดังนี้

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

ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – พฤษภาคม 2550 ระยะเวลา  
ในการเก็บข้อมูลเดือนมีนาคม 2550

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาคั้ง คือ ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ทั้ง 9 สาขา ร้าน ได้แก่ สาขาประตูสวนดอก สาขาโรงพยาบาลสวนดอกทั้ง 2 สาขา สาขาสันป่าข่อย  
สาขาภาคสวนแก้ว สาขาตลาดมีโชค สาขาสวนดอกแมนชั่น สาขาสันป่าเลียงและสาขาห้องสมุด  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และคณะบริหารธุรกิจ