

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มีขอบเขตเนื้อหา คือ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งประกอบไปด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คน (People) สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันให้กับยานพาหนะ ณ สถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และไม่เป็นผู้ที่ให้บริการรถสาธารณะและรถที่ให้บริการเชิงพาณิชย์ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง (Seymour Sudman, Applied Sampling 1976:87 อ้างในคุณทลี รื่นรัมย์, 2549:187) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถแต่ละประเภท ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันรถจักรยานยนต์ ผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันรถบรรทุกส่วนบุคคล โดยเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) ตามสัดส่วนจำนวนรถที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนประชากรของรถจักรยานยนต์หากแบ่งตามสัดส่วนแล้วจะมีจำนวนที่เกินครึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถจักรยานยนต์จำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถบรรทุกส่วนบุคคลกำหนดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 100 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันรถจักรยานยนต์ ผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และไม่เป็นผู้ที่ให้บริการรถสาธารณะและรถที่ให้บริการเชิงพาณิชย์ จำนวน 400 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือบทความ ตำรา สิ่งตีพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ การศึกษา ประเภทของรถที่ใช้ ประเภทน้ำมัน ความถี่ในการเติมน้ำมัน จำนวนเงินที่เติมน้ำมัน เหตุผลที่เลือกใช้บริการน้ำมัน

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้านใช้มาตรา Likert Scale (กุนฑลธิ รื่นรมย์, 2549: 122) โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล คือ ศูนย์การค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จำนวน 6 แห่ง ซึ่งได้แก่ ห้างสรรพสินค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า เทศโก้ – โลตัส สาขาหางดง เทศโก้ – โลตัส สาขา กาดคำเที่ยง บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ คาร์ฟูร์ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสาขา กาดสวนแก้ว

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ใช้เวลาประมาณ 11 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2550 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551 โดยเก็บข้อมูลในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551