

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการออกแบบบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธุรกิจบริการออกแบบบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ รวมทั้งศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีบ้านพักอาศัยตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ ที่ได้ขออนุญาตก่อสร้างระหว่างเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2552 จำนวนประชากรที่ก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จไม่เกิน 5 ปี ซึ่งมีทั้งหมด 956 ราย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง เชียงใหม่ 10 ตำบล โดยใช้การเปิดตารางสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 282 ตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวและขนาดตัวอย่าง

การศึกษานี้ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การเปิดตารางสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวนประชากรที่ก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จไม่เกิน 5 ปี มีจำนวนทั้งหมด 956 ราย (ข้อมูลรายงานสถิติจำนวนประชากรที่ขออนุญาตก่อสร้างของเทศบาลตำบลและเทศบาลนคร ในอำเภอเมือง เชียงใหม่, 2552) จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 282 ราย การเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จะทำการเลือกเก็บตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่สร้างบ้านแล้วเสร็จในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ดังแสดงจำนวนตัวอย่างในตาราง) โดยจะกระจายเก็บตัวอย่างในเขตพื้นที่ 10 ตำบล ได้แก่ ตำบลช้างเผือก ตำบลสุเทพ

ตำบลแม่เหียะ ตำบลป่าแดด ตำบลหนองหอย ตำบลท่าศาลา ตำบลฟ้าฮ่าม ตำบลสันผีเสื้อ ตำบลหนองป่าครั่ง และนครเชียงใหม่ จากกลุ่มที่ทำการก่อสร้างบ้านโดยเลือกสถาปนิกออกแบบโดยตรง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรที่สร้างบ้านแล้วเสร็จในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

เทศบาลตำบล/นคร	จำนวน ประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ตำบลช้างเผือก	52	15
ตำบลสุเทพ	71	20
ตำบลแม่เหียะ	97	26
ตำบลป่าแดด	161	50
ตำบลหนองหอย	42	16
ตำบลท่าศาลา	34	16
ตำบลหนองป่าครั่ง	27	12
ตำบลฟ้าฮ่าม	46	15
ตำบลสันผีเสื้อ	30	12
นครเชียงใหม่	396	100
รวม	956	282

ที่มา: ข้อมูลรายงานสถิติจำนวนประชากรที่ขออนุญาตก่อสร้างของเทศบาลตำบลและเทศบาลนคร
ในอำเภอเมือง เชียงใหม่, 2552

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** รวบรวมข้อมูลได้จากการใช้แบบสอบถาม สอบถามผู้บริหารในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 282 ราย

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือ วารสาร บทความ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลระบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้คือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก

บริการออกแบบบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546: 75)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับมีผลมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับมีผลมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับมีผลปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับมีผลน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับมีผลน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษารั้้งนี้สถานที่ดำเนินการศึกษาคือคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถานที่พักอาศัยของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่ มกราคม – กันยายน 2553 ระยะเวลาเก็บข้อมูล เดือนมิถุนายน – กรกฎาคม 2553



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved