

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของลูกค้าเพศชายในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าเพศชายที่พำนัก/อาศัย ทำงาน/ศึกษา อยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามประเภทเวชกรรม อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ คือ ลูกค้าคลินิกเสริมความงามประเภทเวชกรรมที่เป็นเพศชาย ซึ่งพำนัก/อาศัย ทำงาน/ศึกษา อยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงสามารถกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางของ Seymour Sudman ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง (Seymour Sudman, 1976) โดยวิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา โดยจะเก็บข้อมูลจากคลินิกเสริมความงามประเภทเวชกรรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ อาทิเช่น เมดิแคร์คลินิก วุฒิสักดิ์คลินิก ราชเทวีคลินิก มาร์เวลล์สคลินิก เอสเต้เมดิคอลคลินิก มาริษาศาคลินิกเวชกรรมความงาม พิมพ์คลินิกเวชกรรม พฤษชาติคลินิก แพทย์ปริญญา รมย์รินทร์คลินิก ปณิศาคลินิก และคลินิกเสริมความงามลานนาวิดี เป็นต้น

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ คลินิกที่ใช้บริการ บริการที่ใช้ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้บริการต่อครั้ง ช่วงวัน และช่วงเวลาที่ใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แหล่งข้อมูลรูปแบบการชำระเงิน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการคลินิกเสริมความงามประเภทเวชกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) การวัดระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นคำถามแบบให้ระดับที่มีผล 5 ระดับ (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (สรชัย พิศาลบุตร, 2551)

โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีผลในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีผลในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่คลินิกเสริมความงามประเภทเวชกรรม ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ อาทิเช่น เมดิแคร์คลินิก วุฒิ-ศักดิ์คลินิก เอสเต้เมดิคอลคลินิก มาร์เวลล์คลินิก ราชเทวีคลินิก มาริยาคลินิกเวชกรรมความงาม พิมพ์คลินิกเวชกรรม พฤษชาติคลินิก แพทย์ปริญญา รมย์รวิทร์คลินิก ปณิศาคลินิก และคลินิกเสริมความงามลานนาดี เป็นต้น

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ.2553 – กันยายน พ.ศ. 2553 และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 28 กรกฎาคม- 15 สิงหาคม พ.ศ. 2553