

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถามเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้เข้าในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้เข้าในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ตามกรอบทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เช่าห้องพักรายเดือน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้เช่าห้องพักรายเดือน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ที่แน่นอน จึงเลือกใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรมาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548: 193 อ้างอิงจาก Zikmund, 2003) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 385 ราย ซึ่งได้มาจากการเข้าสูตรดังนี้

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2} = \frac{(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2} = 385 \text{ ราย}$$

- n = ขนาดตัวอย่าง
 Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน
 p = สัดส่วนของประชากรหรือความน่าจะเป็นของประชากรที่

สนใจศึกษา

- q = สัดส่วนของประชากรที่ไม่ได้สนใจศึกษา
 e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

วิธีการเลือกตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) กระจายตามห้องพักรายเดือน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีจำนวนตัวอย่างเป็น 385 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เช่าห้องพักรายเดือน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 385 ราย โดยใช้แบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด แบบสอบถามในส่วนนี้ จะใช้วิเคราะห์หาส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

และปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ ให้เหมาะสมกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าได้
อย่างถูกต้อง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการต่อปัจจัยการเลือกเช่าห้องพักรายเดือนและ
ข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการห้องพักรายเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
(Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย
(Mean) โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2548) วัด
ระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด
ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ปัญหา คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ซึ่งการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยโดยค่าเฉลี่ยที่ได้นำมา
แปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ	/ปัญหา
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษานี้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2552 ถึง เดือนตุลาคม 2553
เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2553