

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดที่ร้านคาเฟ่เมซอน ณ สถานีบริการน้ำมันปตท. มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของลูกค้าร้านคาเฟ่เมซอน ที่สถานีบริการน้ำมันปตท. ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้ง 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอนที่สถานีบริการน้ำมันปตท. อย่างน้อยจำนวน 1 ครั้ง โดยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล มีจำนวนปั้มน้ำมันปตท.ทั้งหมด 64 สาขา

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เคยใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอนที่สถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางของ Seymour Sudman ได้ตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (Seymour Sudman, 1976) โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) กระจายการเก็บข้อมูลตามหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยสอบถามจากผู้ที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอนที่สถานีบริการน้ำมันปตท. อย่างน้อย 1 ครั้ง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่เคยใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอนที่สถานีบริการน้ำมันปตท. โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 400 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยการทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารอื่น ๆ และการค้นหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่เมซอนที่สถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

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

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50-5.00	สำคัญในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	สำคัญในระดับมาก
2.50-3.49	สำคัญในระดับปานกลาง
1.50-2.49	สำคัญในระดับน้อย
1.00-1.49	สำคัญในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ศูนย์การศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม ตุลาคม 2553 ถึงเดือนเมษายน 2554
ระยะเวลาเก็บแบบสอบถามเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved