

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท
ล้านนาแล็บ จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
ประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน
การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด
ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3,468 คน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 จนถึง 31 ธันวาคม 2553 (ฐานข้อมูล
บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด, 2553: ฐานข้อมูลบริษัท)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะศึกษาเฉพาะลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการตรวจสอบสุขภาพที่
บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ในปี 2553 จำนวน 3,468 ราย โดยใช้ตาราง Taro Yamane (คุณทลี รื่นรัมย์
, 2551) ในการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% จะ
ได้ขนาดตัวอย่าง 350 ตัวอย่าง

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าทั่วไปที่มาใช้
บริการตรวจสอบสุขภาพที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด จำนวน 350 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร
สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา บริการที่ใช้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการใช้บริการที่บริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยในการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ล้านนาแล็บ จำกัด นั้นใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด (คุณทธิรัตน์รัมย์, 2551) โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจในระดับมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจในระดับน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารุ่นนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ บริษัทล้านนาแล็บ

จำกัด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้ ตั้งแต่เดือนกันยายน 2554 ถึง เดือนตุลาคม 2555

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2555 ถึงเดือนกันยายน 2555