

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัทออฟฟิศเมท จำกัด ระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ประชากรและตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าที่เคยสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทออฟฟิศเมท จำกัด ซึ่งมีจำนวน 30,000 ราย โดยการใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ซัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ 2544: 31 อ้างจาก Yamane 1973: 725) ได้ขนาดตัวอย่าง 392 ราย โดยจัดสรรการเก็บตัวอย่าง ตามสัดส่วนของปริมาณลูกค้าในแต่ละพื้นที่การขายของบริษัทออฟฟิศเมท จำกัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 เขต ดังนี้

1. พื้นที่การขาย A ครอบคลุม พื้นที่กรุงเทพมหานคร เขตสวนหลวง ลาดกระบัง ประเวศ บางนา และจังหวัดชลบุรี ระยอง
2. พื้นที่การขาย B ครอบคลุม พื้นที่กรุงเทพมหานคร เขตดินแดง ดุสิต บางกะปิ บึงกุ่ม คลองเตย ลาดพร้าว วังทองหลาง ราชเทวี พระโขนง ปทุมวัน พญาไท วัฒนา ห้วยขวาง พระนคร สะพานสูง ป้อมปราบศัตรูพ่าย บางรัก สัมพันธวงศ์
3. พื้นที่การขาย C ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร เขตบางเขน จตุจักร ดอนเมือง บางซื่อ สายไหม หลักสี่ คลองสามวา หนองจอก คันนายาว และจังหวัด นนทบุรี ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา อยุธยา
4. พื้นที่การขาย D ครอบคลุมพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เขตบางแค ธนบุรี คลองสาน จอมทอง บางกอกน้อย ภาษีเจริญเจริญ หนองแขม บางขุนเทียน บางพลัด บางคอแหลม ตลิ่งชัน สาทร ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ ยานนาวา บางกอกใหญ่ บางบอน ทวีวัฒนา และจังหวัดสมุทรสาคร นครปฐม

ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ การขาย ดังนี้

พื้นที่การขาย	จำนวนลูกค้าในพื้นที่ (ราย)	สัดส่วนลูกค้า (ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่างเก็บข้อมูล (ราย)
พื้นที่ A	7,125	23.75	93
พื้นที่ B	7,719	25.73	111
พื้นที่ C	6,445	21.48	84
พื้นที่ D	8,711	29.04	114
รวม	30,000	100.00	392

การรวบรวมข้อมูล

ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีการแจกไปยังลูกค้าที่มีการติดต่อสั่งซื้อสินค้าพร้อมกับการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าธุรกิจ ซึ่งเป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการประกอบการ ขนาด และรายละเอียดของกิจการขององค์กร รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้วัสดุสำนักงานและอุปกรณ์สำนักงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด โดยได้ทำการศึกษาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพและด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ บริษัทออฟฟิศเมท จำกัด ที่ควรมีการปรับปรุง

สำหรับข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ (กฤษณี เวชสาร, 2542: 122-123) วัดระดับความพึงพอใจและระดับของปัญหา ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การให้ค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหามากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	5
ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหามาก	ให้คะแนนเท่ากับ	4
ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหาปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ	3
ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหาน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ	2
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดหรือไม่มีปัญหา	ให้คะแนนเท่ากับ	1

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้ จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

มีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหามากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหามาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหาปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจหรือเป็นปัญหาน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดหรือไม่มีปัญหา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved