

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการบริการรถรับส่งพนักงานของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมในศรีสพพรรณ จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการรถรับส่งพนักงาน ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา อันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการบริการรถรับส่งพนักงานของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจจัดซื้อจัดจ้างและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการรถรับส่งพนักงาน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จำนวน 54 บริษัท และนิคมอุตสาหกรรมในศรีสพพรรณ 6 บริษัท

ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการรถรับส่งพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และนิคมอุตสาหกรรมในศรีสพพรรณ จังหวัดลำพูน อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (บริการ) ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม จำนวน 60 ชุด จากผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่บริษัทที่มีอำนาจในการตัดสินใจหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จากจำนวน 54 บริษัท และนิคมอุตสาหกรรมในศรีสพพรรณ 6 บริษัท โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารบทความรายงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของตัวแทนผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และนิคมอุตสาหกรรมในเครือสหพัฒน์
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเลือกผู้ประกอบการรับส่งพนักงาน
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการรับส่งพนักงาน
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการว่าจ้างใช้รถรับส่งพนักงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2530 หน้า 85)

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

เมื่อนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยสามารถแปลความหมายตามเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
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

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

พฤษภาคม 2547 – พฤศจิกายน 2547



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved