

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าของบริษัท ก๊อปปี้ เทคโนโลยี จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษา คือ กำหนดขอบเขตของการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูล ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าของบริษัท ก๊อปปี้ เทคโนโลยี จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาตามกรอบแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าของบริษัท ก๊อปปี้ เทคโนโลยี จำกัด ผู้ใช้บริการเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2547 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 แบ่งเป็นลูกค้าจากองค์กรเอกชนจำนวน 228 ราย และลูกค้าจากหน่วยงานราชการจำนวน 224 ราย (บริษัท ก๊อปปี้ เทคโนโลยี จำกัด, 2548)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5% โดยใช้สูตรในการคำนวณของ Yamane ดังนี้

$$\text{สูตร } n = N/[1+N(e^2)]$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างของลูกค้าจากองค์กรเอกชนจำนวน 228 ราย

$$n = \frac{228}{1+(228)(0.05)^2} = 145.22$$

ขนาดตัวอย่างของลูกค้าจากหน่วยงานราชการจำนวน 224 ราย

$$n = \frac{224}{1+(224)(0.05)^2} = 143.58$$

ขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตร ลูกค้าจากองค์กรเอกชนเป็น 145.22 ตัวอย่าง จึงใช้ขนาด ตัวอย่าง 146 ตัวอย่าง และขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรลูกค้าจากหน่วยงานราชการเป็น 143.58 ตัวอย่าง จึงใช้ขนาด ตัวอย่าง 144 ตัวอย่าง รวม 290 ตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากลูกค้าที่ตั้งชื่อหมีกพิมพ์ของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด เฉพาะในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามถามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตัวอย่างของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และ เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด มี 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ , 2538)

กำหนดคะแนนดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ให้คะแนน	5
พึงพอใจมาก	ให้คะแนน	4
พึงพอใจปานกลาง	ให้คะแนน	3
พึงพอใจน้อย	ให้คะแนน	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.50 - 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1.0 - 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

บริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ออัครเอกชน หน่วยงานราชการที่เป็นลูกค้าของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 5 เดือน โดยเริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2549 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2549 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2549