

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้ำในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วน
ประสมการตลาดของน้ำดื่มตราโรส มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำใน
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำดื่มตราโรส ซึ่งประกอบด้วย
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หรือ 7 Ps ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย
ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ
ให้บริการ และรวมไปถึงปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านต่างๆ
ข้างต้น

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้ำทั้งหมดของน้ำดื่มตราโรส ใน 5 ตำบล
จำนวน 466 รายแบ่งเป็น 5 ตำบลดังนี้ ตำบลหนองหาร 35 รายตำบลสันทรายหลวง 48 ราย ตำบล
สันพระเนตร 56 ราย ตำบลสันทรายน้อย 100 ราย และตำบลสันนาเม็ง 227 ราย (บริษัทน้ำดื่มโรส
จำกัด , 2554)

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง
ด้วยวิธีการเปิดตารางสำเร็จของ Yamane จากจำนวนประชากร 466 คน และกำหนดค่าความ
เชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 222 คนใน
การศึกษานี้ใช้วิธีเก็บตัวอย่างเฉลี่ยทั้ง 5 ตำบล ตามสัดส่วนประชากรในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนลูกค้าน้ำดื่มตรา โรส ที่มีและจำนวนที่สุ่มตัวอย่าง

ตำบล	จำนวนลูกค้าที่มีทั้งหมด(ราย)	จำนวนลูกค้าที่สุ่มตัวอย่าง(ราย)
หนองหาร	35	16
สันทรายหลวง	48	22
สันพระเนตร	56	27
สันทรายน้อย	100	49
สันนาเม็ง	227	108
รวม	466	222

ที่มา: บริษัทน้ำดื่มโรส จำกัด, 2554

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าที่สั่งซื้อน้ำดื่มตราโรส โดยใช้แบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนคนพักอาศัยภายในบ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนยอดสั่งซื้อน้ำดื่มในแต่ละ สัปดาห์ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าน้ำดื่มโรส

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในอำเภอสันทราย จังหวัด เชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำดื่มตราโรส

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำดื่มตราโรส

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้จักและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อน้ำดื่มโรส โดยลักษณะของคำถามจะเป็นแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ในแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละช่วงดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ แบ่งผลเป็น 5 ระดับจากช่วงของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	มีความพึงพอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการของน้ำดื่มตราโรส วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล

ที่อยู่ของลูกค้ำน้ำดื่มตราโรส ใน 5 ตำบลคือตำบลหนองหาร ตำบลสันทรายหลวง ตำบลสันพระเนตร ตำบลสันทรายน้อย และตำบลสันนาเม็ง ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษากครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 ถึงเดือนมิถุนายน 2555

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved