บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ (7 Ps) และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจรวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ

ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาของประชากรคือ โรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่เปิดดำเนินการแล้ว จำนวน 53 ราย (สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ, 2550) โดยได้สอบถามจากพนักงาน ผู้จัดการ ผู้บริหารหรือตัวแทนที่เกี่ยวข้อง และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงาน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมได้จากแบบสอบถามพนักงาน ผู้จัดการ ผู้บริหารหรือตัวแทนที่เกี่ยวข้องและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความ เอกสารตำราต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากระบบออนไลน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาในครั้งนี้ใช้ คือแบบสอบถาม โดยแบ่งลักษณะแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและบริษัท ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานปัจจุบัน ประเภทกิจการ ระยะเวลาเปิดดำเนินการ เงินทุนจดทะเบียน ยอดขายต่อปีของกิจการ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์และข้อเสนอแนะอื่นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546: 75)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่มีผล

ข้อมูลปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับปัญหา	**คะแนน**
มากที่สุด	5
มาก	4
น้อย	3
น้อยที่สุด	2
ไม่พบปัญหา	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับ	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับ	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับ	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับ	ไม่พบปัญหา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน มกราคม – พฤษภาคม 2551