

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ มีระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ ระยะเวลาในการศึกษาและสถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้มุ่งที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ ในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

3.1.3 การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย จากตารางของ Seymour Sudman ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 5 เปอร์เซ็นต์ (คุณชาติ รื่นรัมย์, 2549)

3.2 วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ จำนวน 200 ราย โดยการเก็บข้อมูลตามวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ที่ร้านค้าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 3 แห่ง ได้แก่ ร้านปลอดสารพิษเอเดน (ถนนนิมมานเหมินท์) ร้านกุด เฮลธ

(ในบริเวณสุรวงศ์บุรีเคาน์เตอร์ ถนนศรีนครินทร์) ร้านป่าคาอาหารเพื่อสุขภาพ (ในบริเวณโครงการ เจเจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่) และในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผู้รับไปจำหน่ายต่อแบบ ขายตรง 5 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลพญาไท 2 – โรงพยาบาลเทพธารินทร์ โรงพยาบาลนนทเวช บริษัท เอไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด และ ตลาดน้ำบางไทร จังหวัดนครปฐม โดยการเก็บ ข้อมูลทำการเก็บแห่งละ 25 ชุด รวม 200 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความถี่ในการซื้อ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

2.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการ จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

2.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการ จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปและ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของตารางและการบรรยาย

ในการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ ธรรมชาติ เป็นแบบสอบถามระดับความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แล้ว นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางและการบรรยาย (คุณทธิ รื่นรมย์, 2549) โดยคำถามที่ใช้รวบรวม ข้อมูลเป็นแบบให้เลือก 5 ระดับ คือ

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

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจน้อยที่สุด

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนเมษายน 2551 ถึงเดือนกันยายน 2551

3.6 สถานที่ในการดำเนินงานศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามดำเนินการที่

2.1 ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ที่ร้านค้าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ 3 แห่ง ได้แก่ ร้านปลอดสารพิษเอเดน (ถนนนิมมานเหมินท์) ร้านกูด เฮลธ (ในบริเวณสุวรรณภูมิเซ็นเตอร์ ถนนศรีดอนไชย) และร้านป่าตาอาหารเพื่อสุขภาพ (ในบริเวณโครงการเจเจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่)

2.2 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีผู้รับไปจำหน่ายต่อแบบขายตรง 5 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลพญาไท 2 โรงพยาบาลเทพารินทร์ โรงพยาบาลนนทเวช บริษัท เอไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด และตลาดน้ำบางไทร จังหวัดนครปฐม