

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และ 7) ปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.2 ขอบเขตประชากร

ศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตราเฮอรับาไลฟ์เพื่อควบคุมน้ำหนักโดยมีรายชื่ออยู่ ณ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์เฮอรับาไลฟ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีอยู่จำนวน 3 ศูนย์คือ ศูนย์บริการหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศูนย์บริการใกล้กับอนุบาลพิงค์รัตน์ และศูนย์บริการใกล้กับโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ ยอดลูกค้าของแต่ละศูนย์ ณ วันที่ 1 มกราคม 2544 ถึงวันที่ 4 ธันวาคม 2545 มีดังนี้ ศูนย์บริการหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีลูกค้าจำนวน 175 ราย ศูนย์บริการใกล้กับอนุบาลพิงค์รัตน์มีลูกค้าจำนวน 82 ราย และศูนย์บริการใกล้กับโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ มีลูกค้าจำนวน 100 ราย รวม 357 ราย ดังนั้นจึงเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด (Census) ตามรายชื่อลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์บริการทั้ง 3 แห่งดังกล่าว

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้า

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่ว ๆ ไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ แต่ละด้านจะเป็นการให้ระดับความพึงพอใจด้วยคะแนน (Rating Scale) (คุณทลี เวชสาร, 2540) โดยเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับมีดังนี้

| ระดับความพึงพอใจ | คะแนน |
|-------------------|-------|
| พึงพอใจมากที่สุด | 5 |
| พึงพอใจมาก | 4 |
| พึงพอใจปานกลาง | 3 |
| พึงพอใจน้อย | 2 |
| พึงพอใจน้อยที่สุด | 1 |

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง พึงพอใจระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง พึงพอใจระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง พึงพอใจระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง พึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับการเห็นด้วยกับปัญหาต่างๆ ดังนี้

| ระดับการเห็นด้วย | คะแนน |
|--------------------|-------|
| เห็นด้วยมากที่สุด | 5 |
| เห็นด้วยมาก | 4 |
| เห็นด้วยปานกลาง | 3 |
| เห็นด้วยน้อย | 2 |
| เห็นด้วยน้อยที่สุด | 1 |

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2545 ถึงเดือน เมษายน 2546