

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ คลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ศึกษาดำเนินการ ตามระเบียบวิธีการศึกษาคือกำหนดขอบเขตของการศึกษาข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ใน การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ คลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล หรือ พนักงาน (People or Employees) การสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

##### ขอบเขตประชากร

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ คลังสินค้า บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทำอากาศยานเชียงใหม่ในครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ใน การศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ณ คลังสินค้าฯ จำนวน 1,263 คน (คลังสินค้าฯ บมจ.การบิน ไทยฯ, 2548: เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์) ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามแบบ สะดวก (Convenience Sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างที่ควรใช้ศึกษาประชากรเมื่อตัดส่วน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ดังนั้นจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งหมด จึงได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 140 คน (ประชุม สุวัตติ, 2541: 103-130)

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าฯ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่มารับบริการรับ-ส่งสินค้า ณ คลังสินค้าฯ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการสำรวจจากสถิติการขนส่งสินค้าของคลังสินค้าฯ ตลอดจนศึกษาจากตำรา เอกสาร รายงานต่างๆ ข้อมูลทางวิชาการคู่มือปฏิบัติงานของพนักงานคลังสินค้าฯ และระเบียบปฏิบัติของ International Air Transport Association (IATA)

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าฯ
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการคลังสินค้าฯ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ในการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของคลังสินค้าบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ท่าอากาศยานเชียงใหม่โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's scale) ซึ่งมีมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ, 2538)

กำหนดคะแนนดังนี้

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

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลผล	ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลผล	ความพึงพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลผล	ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลผล	ความพึงพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลผล	ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา 6 เดือน เริ่มทำการศึกษาคือเดือนมกราคม 2548 ถึงเดือนมิถุนายน 2548

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 ถึงเดือนเมษายน 2548

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved