

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้แทนจำหน่ายในเขตภาคเหนือที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัทเอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เป็นการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้แทนจำหน่ายในเขตภาคเหนือที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด ที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับผลการดำเนินงานของกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายรวมถึง การจัดการโซ่อุปทาน การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจต่อธุรกิจ และการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

##### ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้ใช้การเก็บแบบสอบถามตามจำนวนประชากรของผู้แทนจำหน่ายในเขตภาคเหนือ ของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด ที่ได้รับการแต่งตั้งก่อนวันที่ 1 มกราคม 2551 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 83 ราย (มงคล ตั้งใจพิทักษ์, 2551)

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้บริหารร้านผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด ในเขตภาคเหนือ จำนวนทั้งหมด 83 ราย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ทางนิตยสาร วารสารต่างๆ

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารร้านผู้แทนจำหน่าย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ในร้าน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาที่ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่าย

**ส่วนที่ 2** ความพึงพอใจของผู้บริหารร้านผู้แทนจำหน่ายในเขตภาคเหนือที่มีต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด ประกอบด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรวมถึง การจัดการโซ่อุปทาน การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจต่อธุรกิจ และการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

**ส่วนที่ 3** ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริหารร้านผู้แทนจำหน่ายเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของ บริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปข้อมูลขั้นต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้

2. สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่

2.1 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (T-Test)

2.2 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (One-way ANOVA)

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของบริษัทเอสซีจีเน็ตเวิร์ค แมเนจเม้นท์ จำกัด เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนระดับความสำคัญ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคาดหวัง/ระดับบริการจริงที่ได้รับ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความคาดหวัง/บริการจริงที่ได้รับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความคาดหวัง/บริการจริงที่ได้รับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความคาดหวัง/บริการจริงที่ได้รับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความคาดหวัง/บริการจริงที่ได้รับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความคาดหวัง/บริการจริงที่ได้รับน้อยที่สุด

การกำหนดช่วงค่าความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างความคาดหวังและบริการจริงที่ได้รับ 0-0.49 หมายถึง ไม่พึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างความคาดหวังและบริการจริงที่ได้รับ 0.5-1.0 หมายถึง ไม่พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างความคาดหวังและบริการจริงที่ได้รับ 1.0 ขึ้นไป หมายถึง ไม่พึงพอใจมาก

#### สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลคือร้านผู้แทนจำหน่ายของบริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์ จำกัด ในเขตภาคเหนือ 83 แห่ง สำนักงานภาคเหนือ บริษัท เอสซีจี เน็ตเวิร์ค แมเนจमेंท์ จำกัด และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 ถึง เดือนมีนาคม 2552  
ทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2552