

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช. รัศมี ชัพพลาย จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ช.รัศมี ชัพพลาย จำกัด ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ ลูกค้าของบริษัทฯ ที่อยู่ในเขต 6 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน พะเยา ตาก จำนวน 205 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท ช.รัศมี ชัพพลาย จำกัด , 2553) โดยจะทำการเก็บจากประชากรทั้งหมด

#### วิธีการศึกษา

##### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม จากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ประกอบการ และโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ที่อยู่ในเขต 6 จังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน พะเยา ตาก จำนวน 205 ราย โดยเลือก สัมภาษณ์เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและ รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้ เอกสารตีพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ สิ่งพิมพ์ และ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัย ได้แก่ ผลงานเขียนทางวิชาการ บทความที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและ องค์กร ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง ข้อมูลองค์กร ยอดขาย

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทฯ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยจะสอบถามความพึงพอใจจากบริการทั้ง 3 ประเภท คือ บริการขาย ให้เช่า และ ซ่อมบำรุง

**ส่วนที่ 3** ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการซื้อสินค้าและรับบริการของลูกค้าบริษัทฯ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

**ส่วนที่ 1** จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

**ส่วนที่ 2** การวัดระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ฯ ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้ (คุณชาติ รื่นรัมย์, 2551)

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจในระดับมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจในระดับน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

#### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. สำนักงานบริษัท ช.รัติมี ซัพพลาย จำกัด
2. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจะดำเนินการที่สถานประกอบการ

หรือโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ในเขต 6 จังหวัดภาคเหนือได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน พะเยา ตาก

#### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน ถึง เดือนกันยายน 2554