

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนกอะไหล่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ จะศึกษาความพึงพอใจภายใต้กรอบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ส่วน ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ (Product)
- ราคา (Price)
- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- พนักงาน (People)
- กระบวนการให้บริการ (Process)
- สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ขอบเขตประชากร

การเก็บข้อมูลจะเก็บจากลูกค้าขายส่งรายปัจจุบัน ได้แก่ ร้านจำหน่ายอะไหล่ขนาดเล็ก ร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ และผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์มือสอง ในจังหวัดเชียงใหม่ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จำนวน 155 ราย ซึ่งมีสัดส่วนยอดจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 62 จากยอดจำหน่ายทั้งหมด (บัญชีรายชื่อลูกค้าแผนกอะไหล่ของห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์, 2552)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ข้อมูลทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จะเก็บจากกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าชายส่งของของห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ โดยทำการเก็บจากประชากรทั้งหมด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้าของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบ ในการให้บริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ โดยใช้ความถี่ และ ร้อยละ

ส่วนที่ 2 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546: 75)

ระดับความพึงพอใจ

คะแนน

น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

ช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นปัญหาและข้อเสนอแนะ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และ ร้อยละ

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ แพนกอะไอร์แลนด์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2553 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2553