

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเจียงแอนด์ ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ศึกษาทำการศึกษาเฉพาะลูกค้ารายย่อยทุกรายในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ปี 2552 - 2553 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 150 ราย (ระบบข้อมูลลูกค้าบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2553: แฝ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บข้อมูลจากลูกค้าของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 150 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ศึกษาข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการและข้อมูลทางสถิติที่ได้จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน การค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งได้ออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ ขนาดของเครื่องปรับอากาศ ราคาเครื่องปรับอากาศ และบริการที่เคยใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการรับบริการและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด นั้นใช้มาตรวัด Rating Scale ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด (คุณทลี รื่นรัมย์, 2549)

โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ

ระดับคะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

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

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่บริษัท/ร้านค้า/บ้านพักของลูกค้าโดยมีสถานที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2554 – มิถุนายน พ.ศ. 2554 และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 12 - 20 เมษายน พ.ศ. 2554