

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท นพดลพานิช จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าเงินเชื่อของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ปี 2555 จำนวนทั้งสิ้น 1,494 ราย (ฐานข้อมูลบริษัท นพดลพานิช จำกัด, 2554)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 320 ราย โดยประชากรลูกค้าเงินเชื่อของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้มีจำนวน 1,494 ราย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 (ช่วงความเชื่อมั่น 95%) โดยใช้สูตรคำนวณ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2531)

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล จากลูกค้าเงินเชื่อของบริษัท นพดลพานิช จำกัด จำนวน 320 ราย โดยใช้แบบสอบถามสอบถามจากเจ้าของกิจการหรือผู้มีอำนาจในการจัดซื้อของกิจการ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาประกอบด้วยคำถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อส่วนประสมทางการตลาดของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น เพื่อสรุปข้อมูลขั้นต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท นพดลพานิช จำกัด เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนระดับความสำคัญ 5 ระดับ (กฤษณาลี รื่นรัมย์, 2551) ดังนี้

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

การกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่ บริษัท นพดลพานิช จำกัด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้การศึกษานี้ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2555 ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนเมษายน 2555