บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร วิธีการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาและระยะเวลาในการศึกษา ดังรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้เนื้อหาที่จะศึกษาได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยามโมดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด โดยใช้แนวคิดเรื่องความพึงพอใจภายใต้กรอบส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และแนวคิดในการประเมินคุณภาพของการบริการ

ขอบเขตประชากร

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด สำหรับกลุ่มลูกค้าภายในประเทศที่จะทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 60 ราย[11] โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเช่น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่ายผลิต หัวหน้าแผนกโมลชอป เป็นต้น ซึ่งแบ่งกลุ่มลูกค้าตามประเภทของสินค้าได้ดังนี้ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (Table Ware) จำนวน 54 ราย สุขภัณฑ์ (Sanitary Ware) จำนวน 5 ราย และแบบพิมพ์ฟัน (Dental Plaster) จำนวน 1 ราย

---

[11] บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด. **รายชื่อลูกค้าภายในประเทศ.** 2545.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด ครั้งนี้ข้อมูลที่นำมาทำการศึกษาเก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามลูกค้าที่ซื้อสินค้า ของบริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด ทั้งการซื้อขายโดยตรง และการซื้อขายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด และข้อเสนอแนะของลูกค้า

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ วารสาร และเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัด และข้อเสนอแนะของลูกค้า

สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวัดระดับความพึงพอใจจากคำถามที่กำหนดให้ผู้ตอบให้คะแนนตามระดับความพึงพอใจของผู้ตอบที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยามโมลดิ้งพลาสเตอร์ จำกัดโดยใช้มาตรวัดของไลเคิร์ท (Likert's Scale)[12] โดยแต่ละคำถามจะมีระดับคะแนน 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

---

[12] กุณฑลี เวชสาร. การวิจัยตลาด . กรุงเทพ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	1

ผลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	พึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	พึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2546 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2546

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved