

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพทั่วไป และบุคลากร ต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ศึกษาจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อจำหน่ายจากบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัดทั้งหมด จำนวน 990 ร้านค้า ทั้งนี้ได้มาจากบัญชีลูกค้าของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด (ข้อมูลสิ้นสุด ณ วันที่ 1 มีนาคม 2557)

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ จากจำนวนตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งหมด จำนวน 990 ร้านค้าจึงได้มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ในกรณีที่ทราบประชากรที่ศึกษา ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่มากกว่า 5% โดยสูตรดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2547)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{990}{1 + 990(0.05)^2} = 284.89$$

- n = ขนาดตัวอย่าง
- N = ประชากรทั้งหมดที่ศึกษา
- e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล ผู้จัดทำจึงจะทำการเก็บตัวอย่างทั้งหมด 300 ชุด และจากการที่มีลูกค้าหลากหลายประเภท ในหลายจังหวัด (8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน) ผู้ศึกษาจึงจะทำการเก็บข้อมูล โดยแบ่งตามจังหวัดซึ่งคำนวณจากอัตราส่วนกิจการตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร และแบ่งตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือนของตัวแทนจำหน่าย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเท่าๆ กัน ได้แก่ กลุ่มยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน กลุ่มยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน กลุ่ม ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน เพื่อมาทำการวิเคราะห์ศึกษาหาความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้รับ มีรายละเอียด ดังนี้

จังหวัด	จำนวนตัวแทนจำหน่าย (ร้านค้า)	เทียบอัตราส่วน (300:990)	จำนวนตัวแทนจำหน่าย ที่เก็บข้อมูลแบ่งตามจังหวัด
เชียงใหม่	556	168.48	168
เชียงราย	120	36.36	36
ลำปาง	81	24.55	25
ลำพูน	57	17.27	17
พะเยา	56	16.97	17
แพร่	48	14.55	15
น่าน	42	12.73	13
แม่ฮ่องสอน	30	9.09	9
รวม	990	300.00	300

จังหวัด	จำนวนตัวแทนจำหน่าย ที่เก็บข้อมูลแบ่งตาม จังหวัด (ร้านค้า)	จำนวนตัวแทนจำหน่ายที่เก็บข้อมูล (ร้านค้า)		
		ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน		
		มากกว่า 10,000 บาท	มากกว่า 5,000 บาท แต่ไม่เกิน 10,000 บาท	มากกว่า 3,000 บาท แต่ไม่เกิน 5,000 บาท
เชียงใหม่	168	56	56	56
เชียงราย	36	12	12	12
ลำปาง	25	9	8	8
ลำพูน	17	6	6	5
พะเยา	17	6	6	5
แพร่	15	5	5	5
น่าน	13	5	4	4
แม่ฮ่องสอน	9	3	3	3
รวม	300	102	100	98

3.2 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามตัวแทนจำหน่ายที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อจำหน่ายจากบริษัท ทีซีส เอลท์ ฮับ จำกัด จำนวน 300 ชุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยรูปแบบของแบบสอบถามทั้งคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด จังหวัดที่ตั้งของร้านค้า รูปแบบของร้านค้า ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ยอดขายของร้านค้าโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทีซีส เอลท์ ฮับ จำกัด ได้แก่ ระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้า ประเภทผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อ ส่วนประสมการตลาดของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการของบริษัท ทีซัส เฮลท์ ฮับ จำกัด

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนได้รับบริการและบริการที่ได้รับจริงของส่วนประสมการตลาดโดยใช้ Paired T-test

การวัดระดับความความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่าย โดยวิธีการให้คะแนน (Rating Scale) แบบกำหนดคำตอบเป็น 5 ระดับ โดยมีคะแนนและเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลจาก ค่าเฉลี่ยดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553)

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริง

ระดับความคาดหวัง / สิ่งที่ได้รับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ผล (วิชิต อุอื้น , 2550)

ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง / สิ่งที่ได้รับ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมาย (Kotler, 2000)

ผลการเปรียบเทียบ	ผลการตัดสิน
ระดับความคาดหวัง สูงกว่า ระดับการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ไม่พึงพอใจ
ระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างจากระดับการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	พึงพอใจ
ระดับการรับรู้สูงกว่า ระดับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ประทับใจ

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลจะเป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ณ กิจการของตัวแทน
จำหน่ายและคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม – กันยายน 2557 ระยะเวลาเก็บรวบรวม
ข้อมูลเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2557

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved