

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากร
- 3.2 วิธีการศึกษา ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล
- 3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาของการศึกษา เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของบริษัทชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process) รวมถึงปัญหา และข้อเสนอแนะของตัวแทนจำหน่ายในการใช้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

##### 3.1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ คือ ตัวแทนจำหน่าย ที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าจากบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 81 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 25 เมษายน 2551 (บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), 2551 : แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมมาจากแบบสอบถามของตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 81 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากระบบฐานข้อมูลกลุ่มตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ รายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนของบริษัทฯ รายงานประจำปีของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และระบบอินทราเน็ต

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่รวบรวมจากตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เข้ามาจัดจำหน่ายในบริษัท ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เข้ามาจำหน่ายในบริษัท ผู้มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์ที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดจำหน่ายในบริษัท จำนวนบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายที่บริษัทสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ยอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำหน่าย ข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ เช่น ระยะเวลาที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีการสั่งซื้อจากบริษัทชินเน็คฯ แหล่งที่รู้จักบริษัทชินเน็คฯ เงื่อนไขการชำระค่าสินค้า Credit Term วงเงินสำหรับการสั่งซื้อสินค้าและเหตุผลในการเลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทชินเน็คฯ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการให้บริการของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของตัวแทนจำหน่าย ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัด Rating Scale ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ, 2538) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามความคิดเห็น และมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

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

นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ ต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ความพึงพอใจในระดับพึงพอใจน้อยที่สุด

### 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และตัวแทนจำหน่าย ที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าจากบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ จำนวน 81 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 25 เมษายน 2551 (บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), 2551 : เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

### 3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาการศึกษา 5 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2551 – เดือนกุมภาพันธ์ 2552

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 2 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน – เดือนธันวาคม เดือน 2551