

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์
คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจและระดับ
ความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซี
แพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ซึ่งจะศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรม
ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Industrial Product) ได้แก่ ความหลากหลายของเกรดสินค้า มี
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ความหลากหลายของชั้นคุณภาพ เทคโนโลยีในการ
ผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า มีบริการหลังการขาย
ด้านราคา (Price) ได้แก่ ราคาคอนกรีตผสมเสร็จถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ให้
เครดิตการค้า ระยะเวลาการชำระเงินนาน สามารถต่อรองราคาได้ ด้านการจัดจำหน่าย
(Distribution) ได้แก่ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า
สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่ง มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
(E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)
และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ การโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้าย
โฆษณา วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น กิจกรรมการโฆษณา การ
ขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง และ
การให้ข้อมูล (Information) แก่ลูกค้า

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่ซึ่งเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างที่
ซื้อคอนกรีตผสมเสร็จจากโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ซึ่งมีทั้งหมดตั้งแต่เริ่มเปิด
ดำเนินการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 82 ราย (ฝ่ายการตลาดโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง,
2553)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาก่อสร้าง จำนวน 82 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่ง รูปแบบกิจการ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ออกนกริต ระยะเวลาที่ซื้อ เป็นต้น ขนาดยอดขาย และระยะเวลาในการตั้งบริษัท เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Distribution) และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการประเมินความพึงพอใจ และระดับความสำคัญ โดยมีเกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ และระดับความสำคัญแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

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

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	ความสำคัญในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ระดับความพึงพอใจ

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พอใจอย่างมาก	5
ค่อนข้างพอใจ	4
เฉยๆ	3
ค่อนข้างไม่พอใจ	2
ไม่พอใจอย่างมาก	1

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	พอใจอย่างมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	ค่อนข้างพอใจ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	ค่อนข้างไม่พอใจ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	ไม่พอใจอย่างมาก

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่

- 1) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2) สถานที่ต่างๆ ภายในตัวอำเภอฮอด อำเภอจอมทอง อำเภอคอกยหล่อ จังหวัด

เชียงใหม่ กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูนโดยจะอ้างอิงถึงที่
สถานที่ก่อสร้างหรือสำนักงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึงเดือนมีนาคม 2554

ระยะเวลาเก็บข้อมูลเดือนมกราคม 2554