

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางตลาดบริการของธุรกิจ
จำหน่ายรถจักรยานยนต์ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัด
มหาสารคาม ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

1.1 ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมมอเตอร์ มหาสารคาม จำนวน 9 คน
ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การศึกษาประชากรกลุ่มนี้ด้วย

1.2 ลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมมอเตอร์ มหาสารคาม ซึ่งมีลูกค้าวันละประมาณ
33 คน เดือนละ ประมาณ 1,000 คน ปีละประมาณ 12,000 คน (จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร
ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมมอเตอร์ มหาสารคาม. 2551)

2. กลุ่มตัวอย่าง

2.1 ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมมอเตอร์ มหาสารคาม จำนวน 9 คน

2.2 ลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมมอเตอร์ มหาสารคาม จำนวน 300 คน

จากการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970 : 608) และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก
(Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ชุด เป็นแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้ทำการสร้างขึ้น ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ซึ่งเป็น การสัมภาษณ์ กระบวนการให้บริการ ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางในการแก้ไข จำนวน 7 ข้อ

1.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างหุ้นส่วน จำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม เพื่อหาแนวทางปรับส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด อีสมอเตอร์ มหาสารคาม ต่อไป ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้าง หุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ คือ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อย ที่สุด จำนวน 30 ข้อ

2. วิธีการสร้างเครื่องมือ

2.1 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎี เพื่อเป็น แนวทาง และนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

2.2 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ (ฉบับร่าง) ตามประเด็นสำคัญของจุดมุ่งหมาย และกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

2.3 นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความ ครอบคลุมของเนื้อหา/ตรวจสอบความเหมาะสม แล้วแก้ไขปรับปรุงเพื่อตรวจสอบแก้ไข แล้วนำมา ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2.4 นำเครื่องมือเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือและความเที่ยงตรง ครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องที่จะวัดจากผู้มี ประสบการณ์ คือ ตรวจสอบรายละเอียดและแก้ไขแบบสอบถาม ตามที่ผู้มีประสบการณ์เสนอ แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย

2.4.1 นายสุรณัฐ ลิ้มสุวรรณ วุฒิการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ในเครืออีสกรุป เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและโครงสร้าง

2.4.2 ผศ. ดร. วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี การศึกษาเพื่อการพัฒนา ท้องถิ่น ตำแหน่งผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการและชุมชน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาการวิจัย

2.4.3 ผศ. รุ่งศักดิ์ วิลามาศ วุฒิการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บร.บ.) การตลาด ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 ประธานสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ และการวัดและการประเมินผลการศึกษา

2.5 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไป ทดลองใช้ (Try-out) กับลูกค้ำที่ไม่กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นลูกค้ำห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสกรอมอเตอร์ มหาสารคาม ในเขตอำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลการทดสอบเครื่องมือด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ซึ่งเป็นค่าที่เชื่อถือได้ แล้วนำผลการวิเคราะห์ไปให้ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบรายละเอียดอีกครั้งก่อนจัดพิมพ์แบบสอบถาม

2.6 จัดพิมพ์เครื่องมือฉบับสมบูรณ์ จำนวน 300 ชุด เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
2. ขออนุญาตราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึง ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสกรอมอเตอร์มหาสารคาม เพื่อขออนุญาตและความร่วมมือในการตอบ แบบสัมภาษณ์

3. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการไปสัมภาษณ์ผู้บริหารห้างหุ้นส่วน จำกัด อีสกรอมอเตอร์ มหาสารคาม ด้วยตนเอง ในระหว่างวันที่ 1-5 มิถุนายน 2552 โดยวิธีเข้าไปพบ พูดคุย และชี้แจงรายละเอียด ของการศึกษาให้ผู้บริหารของบริษัท เข้าใจและทราบถึงวัตถุประสงค์ และขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้ำ ผู้ศึกษาได้ขอความอนุเคราะห์จากห้างหุ้นส่วนจำกัด อีสกรอมอเตอร์ มหาสารคาม เพื่อนำแบบสอบถามไปสอบถามลูกค้ำ โดยให้พนักงานของห้างหุ้นส่วน จำกัดอีสกรอมอเตอร์ มหาสารคาม เป็นผู้แจกแบบสอบถามให้ในระหว่างวันที่ 5-30 มิถุนายน 2552

โดยได้ทำความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ ที่จะทำการแจกแบบสอบถาม ให้โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้อ่านและตอบเอง กรณีที่มีปัญหา ก็ให้พนักงานบริษัทอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจ และผู้ตอบแบบสอบถาม กรอกข้อมูลด้วยตนเอง เมื่อครบกำหนดเวลา ผู้ศึกษา ก็ไปขอรับแบบสอบถามกลับมาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3. นำข้อมูลที่รวบรวมได้ เพื่อเตรียมวิเคราะห์ สรุปผล เพื่อนำเสนอต่อไป

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์แบบสัมภาษณ์ นำเสนอเชิงบรรยายวิเคราะห์ข้อมูลตาม ความมุ่งหมายของการศึกษา และรายงานผลการศึกษาเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

1.2 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยแบ่งเป็น

1.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด อีชง มอเตอร์มหาสารคาม โดยใช้ค่าร้อยละนำเสนอในเชิงพรรณนาวิเคราะห์

1.2.2 ให้คะแนนและแบบสอบถามมีตัวเลือก 5 ระดับ คือระดับความพึงพอใจที่มี ต่อส่วนประสมทางการตลาด มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ของคำถามแต่ละข้อดังนี้

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด = 5 คะแนน

ระดับความพึงพอใจมาก = 4 คะแนน

ระดับความพึงพอใจปานกลาง = 3 คะแนน

ระดับความพึงพอใจน้อย = 2 คะแนน

ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน

1.2.3 นำคะแนนไปวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และแปรผลตามเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง พึงพอใจที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2.2 การวิเคราะห์ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้วิธีประมวลทางด้านหลักสถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการศึกษา

2.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ เพศ ใช้สถิติ t -test (Independent Samples) และกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ประกอบ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

2.4 วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม เกี่ยวกับตลาดบริการ 7 P's เพื่อหาแนวทางการพัฒนาตลาด โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t -test F -test (One-way ANOVA)