

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทเฮาส์โฮลด์ ซิสเต็ม จำกัด ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินวิจัยโดยเริ่มต้นตั้งแต่การกำหนดประชากรในการศึกษา ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง “สำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทเฮาส์โฮลด์ ซิสเต็ม จำกัด” ครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องดูดจับเชื้อโรคนิในที่นอนของบริษัท เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2549 ประชากรที่ใช้มีจำนวนทั้งสิ้น 220 คน เมื่อเปิดตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543, หน้า 303) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน

ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา

ศึกษาถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทเฮาส์โฮลด์ ซิสเต็ม จำกัด ซึ่งประกอบด้วยความพึงพอใจในด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านบุคคลหรือพนักงาน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากแหล่งดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องดูดจับเชื้อโรคในที่นอน จำนวน 140 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ เว็บไซต์และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้าง ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวความคิด บทความที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า
2. กำหนดกรอบโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามตามกรอบแนวความคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 วิจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและสถานภาพสมรส ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-end question) ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีคำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ (Rating scale) จำนวน 13 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับเห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับเห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ (Rating scale) จำนวน 13 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับความพอใจมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับความพอใจมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับความพอใจปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับความพอใจน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ระดับความพอใจน้อยที่สุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่กำหนดให้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามดังนี้

1. ตัวแปรอิสระประกอบด้วย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 ระดับการศึกษา
- 1.4 รายได้
- 1.5 อาชีพ
- 1.6 สถานภาพสมรส

2. ตัวแปรตาม ประกอบด้วยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจของลูกค้า

การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวของผู้วิจัยเอง

การจัดกระทำข้อมูล

1. ผู้ศึกษาได้ดำเนินการบริหารการจัดเก็บข้อมูลด้วยตัวของผู้ศึกษาเอง แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบ คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่เป็นฉบับสมบูรณ์ ได้จำนวน 140 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
2. นำข้อมูลไปวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป spss for windows แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง และแปลผลโดยการบรรยายตามลำดับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป spss (statistical package for the social science) โดยเลือกเฉพาะวิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ (percentage) สูตรในการคำนวณ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 40)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

กำหนดให้ $P =$ ค่าร้อยละ

$f =$ ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ

$n =$ จำนวนความถี่ทั้งหมด

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า สถิติที่ใช้คือ

2.1 ค่าเฉลี่ย สูตรในการคำนวณ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

กำหนดให้ \bar{X} = ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สูตรในการคำนวณ
(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 40)

$$SD = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

กำหนดให้ SD = ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X^2$ = ผลบวกของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ = ผลบวกของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ของการวิเคราะห์ข้อมูล ได้วิเคราะห์ความหมายของค่าเฉลี่ย ตามหลักเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 103)

4.51-5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.51-4.50	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
2.51-3.50	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.51-2.50	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1.00-1.50	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งการเปรียบเทียบจำแนกตามเพศ ใช้การทดสอบ t-test ในการเปรียบเทียบจำแนกอายุ และใช้ One-Way Anova เปรียบเทียบระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและสถานภาพสมรส การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคคลหรือพนักงาน ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง และแปลผลโดยการบรรยาย สูตรในการคำนวณ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538, หน้า 113)

$$\text{กำหนดให้} \quad F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าคำนวณจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม