

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเรื่องสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทเฮาส์โฮลด์ ซีสเต็ม จำกัด ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจุบันด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคคลหรือพนักงาน

ส่วนที่ 3 สมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างย่อย

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ

MS แทน ค่าความแปรปรวน

SS แทน ผลรวมของค่าเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง

t แทน ค่าคำนวณจากการทดสอบ (t test)

F แทน ค่าคำนวณจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

P แทน ค่าความน่าจะเป็น

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	64	45.7
หญิง	76	54.3
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยจำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 76 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-25 ปี	1	0.7
26-30 ปี	24	17.1
31-35 ปี	59	42.1
36-40 ปี	42	30.0
41-45 ปี	9	6.4
46 ปีขึ้นไป	5	3.6
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยจำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคืออายุ 36-40 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อายุ 26-30 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 อายุ 41-45 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 อายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และอายุ 20-25 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	14	10.0
ปริญญาตรี	114	81.4
สูงกว่าปริญญาตรี	12	8.6
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	16	11.4
สมรส	116	82.9
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	8	5.7
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยจำแนกตามสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 82.9 รองลงมา สถานภาพโสด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	42	30.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	47	33.6
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	8	5.7
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	16.4
รับจ้าง	1	0.7
อื่นๆ	19	13.6
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยจำแนกตามอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 อาชีพอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และอาชีพรับจ้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	8	5.7
10,001-20,000 บาท	10	7.1
20,001-30,000 บาท	30	21.4
30,001-40,000 บาท	37	26.4
40,001 บาทขึ้นไป	55	39.3
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาได้รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ

คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเฮ้าโฮลด์ ซีสเต็ม จำกัด

ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์	\bar{X}	SD	ความหมาย
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานจากสมาคม อุตสาหกรรม	4.36	0.52	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีข้อมูลอ้างอิงอย่างชัดเจนว่า ผลิตภัณฑ์สามารถป้องกันตัวไรฝุ่นได้	4.49	0.53	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีใบรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.95	0.32	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีใบเสร็จรับเงินของทางบริษัทหรือ ใบสลิปเงินหลังการขาย	3.96	0.29	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์และ ราคาได้ผ่านทางโทรศัพท์และเว็บไซต์ของทางบริษัท	3.86	0.61	เห็นด้วยมาก
พนักงานขายมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนและแต่ง กายสุภาพเรียบร้อยบอกถึงความน่าเชื่อถือของพนักงาน ขาย ผลิตภัณฑ์และบริษัท	4.21	0.64	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทใช้งานง่ายและสะดวกสบาย	4.41	0.60	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีลักษณะที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น สีของตัวเครื่อง	3.29	0.63	เห็นด้วยปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถใช้งานได้หลากหลาย	3.95	0.53	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทวัสดุมีความคงทน	3.46	0.55	เห็นด้วยปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ของบริษัททำความสะอาดง่ายและเก็บง่าย หลังจากใช้งานเสร็จแล้ว	3.88	0.56	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ที่ ต้องการ	4.09	0.54	เห็นด้วยมาก
ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปสามารถทำความสะอาดที่นอนและบ้าน ได้ตามที่สาธิต	4.57	0.51	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	4.04	0.26	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 7 ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม จำนวน 140 คน พบว่าลูกค้ามีระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยที่ลูกค้าพอใจมากได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปสามารถทำความสะอาดที่นอนและบ้านได้ตามสาริต ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีข้อมูลอ้างอิงอย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์สามารถป้องกันตัวไรฝุ่นได้ และผลิตภัณฑ์ของบริษัทใช้งานง่ายและสะดวกสบาย ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของลูกค้าบริษัทเฮ้าโฮลด์ ซิสเต็ม จำกัด

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	SD	ความหมาย
ชื่อเสียง/ภาพพจน์ของบริษัท	3.73	0.56	พอใจมาก
ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.05	0.30	พอใจมาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.99	0.25	พอใจมาก
รวม	3.92	0.28	พอใจมาก

จากตารางที่ 8 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของลูกค้า จำนวน 140 คน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ยที่พอใจมากได้แก่ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือของบริษัท และชื่อเสียง/ภาพพจน์ของบริษัทตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านราคาของลูกค้าบริษัท
เฮ้าโฮลด์ ซิสเต็ม จำกัด

ความพึงพอใจด้านราคา	\bar{X}	<i>SD</i>	ความหมาย
ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมีความเหมาะสม	4.06	0.76	พอใจมาก
รวม	4.06	0.76	พอใจมาก

จากตารางที่ 9 ความพึงพอใจด้านราคาของลูกค้า จำนวน 140 คน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจใน
ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

