



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนตุลาคม 2553 จำนวน 3,140 ราย

กลุ่มตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร โดยใช้หลักการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) (อกินันท์ จันตะณี. 2550 : 81) ดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{3,140}{1 + 3,140 (0.05)^2}$$

n = 354.80 ซึ่งได้ปัดเป็น 400 คน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

50

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่คำนวณได้มีเท่ากับ 354.80 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อน และสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยแจกแบบสอบถามแก่ลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มารับบริการศูนย์บริการรถยนต์มิตรูบิซิ จนกว่าจะได้จำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยออกแบบสอบถามที่สอดคล้องกับการวิจัย โดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีงานวิจัยในแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร และตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถ้ามีข้อเสนอแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้สมบูรณ์
5. การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8172

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกและเติมคำตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรส

ตอนที่ 2 เป็นการถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก และตรวจรายการ (Check list)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการศูนย์บริการรถยนต์ มิตซูบิชิ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบตามความคิดเห็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นการสอบถามระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบตามความคิดเห็น 5 ระดับ

โดยแบบสอบถามตอนที่ 3, 4 ได้กำหนดเกณฑ์วัดความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการและความพึงพอใจไว้ 5 ระดับ ประกอบด้วย

- คะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็น/ความพึงพอใจระดับมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็น/ความพึงพอใจระดับมาก
- คะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็น/ความพึงพอใจระดับปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็น/ความพึงพอใจระดับน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็น/ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

สำหรับวัดคะแนนเฉลี่ย เพื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการและความพึงพอใจ ซึ่งมีสูตรใช้ในการคำนวณและเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2546 : 115 – 117)

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.40-4.19	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.60-3.39	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.80-2.59	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.79	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิ



การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยออกเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามไปแจก ณ ศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการกรอกข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล และการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจดูความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ถ้าพบว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบทุกข้อ ก็จะทำการเก็บเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบ 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าโดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจิ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจิ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation; S.D)
3. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจิ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจิ
4. การทดสอบสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA : F-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจิ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มีตชูปิซิจิ 3 กลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยค่า LSD (Least – significant different)
5. การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันด้วยไคสแควร์ (Chi-squared : χ^2) และค่า Cramer's V ซึ่งเป็นการวัดความเข้มของความสัมพันธ์ทางสถิติโดย
ค่า $V = 0$ = ตัวแปร 2 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ค่า $V = 0.01-0.25$ = ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

- ค่า $V=0.26-0.55$ = ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
- ค่า $V= 0.56-0.75$ = ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันสูง
- ค่า $V= 0.76-0.99$ = ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
- ค่า $V = 1$ = ตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิของลูกค้า โดย กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิของลูกค้า ถ้าค่านัยสำคัญทางสถิติมากกว่า .05 หมายความว่าปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิของลูกค้า

6. การทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) ด้วย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง “ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของลูกค้าศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิ กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิ” โดยกำหนดเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ว่า มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ระดับสูงได้ สำหรับการแปลความหมายค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ใช้ตามเกณฑ์ทิศทางบวก และทิศทางลบ ดังนี้ (อภิรักษ์ จันตะณี. 2549 : 7)

- ค่าสหสัมพันธ์ .01 - .20 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
- ค่าสหสัมพันธ์ .21 - .40 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
- ค่าสหสัมพันธ์ .41 - .60 มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
- ค่าสหสัมพันธ์ .61 - .75 มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
- ค่าสหสัมพันธ์ .76 - .90 มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง
- ค่าสหสัมพันธ์ .91 - 1.00 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก