

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
 - 1.1 ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2 ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
 - 1.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1 การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาตามกรอบแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่น ไว้วางใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ จำนวนลูกค้าส่วนบุคคลที่เคยใช้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2555 มีจำนวน 1,985 คนต่อปี (บริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด, 2555)

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมด ผู้ศึกษาจึงทำการสุ่มตัวอย่าง จากลูกค้าที่เคยใช้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1,985 คน และได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรตามวิธีของ Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ที่ความเชื่อมั่นที่ 95% ความคาดเคลื่อน 5% ดังนี้

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

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
N = จำนวนลูกค้า 1,985 คน
e = ค่าความผิดพลาดสูงสุด ในที่นี้คือ 5% = 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{1,985}{1 + 1,985 (0.05)^2}$$
$$n = 332.91 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 340 ตัวอย่าง จากลูกค้าที่เคยใช้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามลูกค้าที่เคยใช้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 340 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของบริษัท วี. เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นการวัดระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546: 75)

คะแนน	ระดับความคาดหวัง / การรับรู้
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	จัดอยู่ในระดับ
4.50 – 5.00	มีความคาดหวัง/ การรับรู้ มากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้ มาก
2.50 – 3.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้ ปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้ น้อย
1.00 – 1.49	มีความคาดหวัง/ การรับรู้ น้อยที่สุด

และนำค่าเฉลี่ยมาทดสอบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ โดยใช้สถิติ Paired t-test เพื่อศึกษาว่า ลูกค้าพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ หรือประทับใจ โดยมีเกณฑ์ในการตัดสินใจ (Kotler, 2000) ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบ	ผลการตัดสินใจ
ระดับความคาดหวัง สูงกว่า ระดับการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ไม่พึงพอใจ
ระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างจาก ระดับการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	พึงพอใจ
ระดับการรับรู้ สูงกว่า ระดับความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05	ประทับใจ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจะดำเนินการที่บริษัท วี.เอ็น. ออโต้ บอดี จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 13 เดือน โดยทำการศึกษาดังแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2557 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2557