บทที่3

วิธีศึกษาตรวจสอบ

ในการค้นคว้าแบบอิสระเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก มีระเบียบวิธีการศึกษา อันประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการวิจัย การรายงานผลการศึกษา และระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ครั้งนี้ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ใช้ไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จำนวน 3 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน จำนวน 6,070 ราย ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamanne, 1973:735 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (บุญธรรม, 2540:70)

สูตร $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่จะทำการศึกษา

e = ความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรที่จะทำการศึกษาทั้งหมด 6,070 ราย ที่ระดับความคาดเคลื่อน 5% สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{6,070}{1+(6,070)(0.05)^2} = 375$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาครั้งนี้จำนวน 375 ราย

การเลือกสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling Method)

เนื่องจากทำการสุ่มตัวอย่างจากพื้นที่ ที่มีจำนวนประชากรต่างกัน จึงได้ทำการสุ่มโดยใช้สูตรของ Nartalon, 1983 อ้างโดย นำชัย (2538:150-151) ดังนี้

$$ni = \frac{nNi}{N}$$

ni = จำนวนตัวอย่างที่สุ่มแต่ละกลุ่ม

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

Ni = จำนวนประชากรในแต่ละจังหวัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

ตารางที่1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่	จำนวนประชากรทั้งหมด (คน)	จำนวนประชากรสุ่มตัวอย่าง (คน)
อ.เมือง จ.เชียงราย	1,093	67
อ.เมือง จ.เชียงใหม่	4,674	289
อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน	304	19
รวม	**6,070**	**375**

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม (Questionaire) โดยสอบถามจากกลุ่มลูกค้า บริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป จำกัด ในส่วนของลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยอื่นๆ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องหรือรายงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้า ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและทางสังคม และปัจจัยพื้นฐานอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ในเรื่อง :

- บุคลากรของบริษัทฯ ทั้งก่อนและหลังการขาย
- คุณภาพของสินค้า
- การบริการพื้นฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ระยะเวลาในการจัดส่ง วิธีการชำระเงิน การแก้ไขปัญหาเมื่อได้รับแจ้งจากลูกค้า เป็นต้น

โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่ใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การทดสอบแบบสอบถาม

การทดสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำไปตรวจสอบโดยไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความชัดเจน ความเหมาะทางภาษาของคำถามแล้วนำมาแก้ไข และนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช่ลูกค้าในพื้นที่จำนวน 20 รายแล้วนำแบบสอบถามไปหาค่าเชื่อมั่น (Reliability) แบบของคอนบาค(Cron bach) อ้างใน(พวงรัตน์,2538:27) ซึ่งคำนวณหาค่าเชื่อมั่น 0.7 ขึ้นไปจึงจะนำแบบสอบถามไปใช้ในการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์และนำเสนอในรูปตาราง และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้า ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจและทางสังคม และปัจจัยพื้นฐานอื่นๆ นำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ นำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เทียบกับเกณฑ์ ระดับความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คำตอบพึงพอใจมากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5
คำตอบพึงพอใจมาก	คะแนนเท่ากับ	4
คำตอบพึงพอใจปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3
คำตอบพึงพอใจน้อย	คะแนนเท่ากับ	2
คำตอบพึงพอใจน้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่ได้นำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากแบบสอบถามเทียบกับเกณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คำตอบปัญหามากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5
คำตอบปัญหามาก	คะแนนเท่ากับ	4
คำตอบปัญหาปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3
คำตอบปัญหาน้อย	คะแนนเท่ากับ	2
คำตอบปัญหาน้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในการคำนวณค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score :WMS) ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ของตัวแปรที่มีการวัดโดยระบบการให้คะแนน คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

$$WMS = \frac{5F_5 + 4F_4 + 3F_3 + 2F_2 + 1F_1}{TNR}$$

เมื่อ WMS = ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

F_5 = จำนวนผู้ตอบที่ระดับมากที่สุด

F_4 = จำนวนผู้ตอบที่ระดับมาก

F_3 = จำนวนผู้ตอบที่ระดับปานกลาง

F_2 = จำนวนผู้ตอบที่ระดับน้อย

F_1 = จำนวนผู้ตอบที่ระดับน้อยที่สุด

TNR = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

(Thanupon , 1986 : 44 อ้างโดย สุภาพ, 2536 : 23) คะแนนที่ได้จะนำแบ่งเป็นช่วงๆเมื่อพิจารณาความคิดเห็นของเกษตรกรโดยใช้สูตร

$$\text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} = \frac{\text{Range}}{K} = \frac{Xmax - Xmin}{K}$$

เมื่อ Range = พิสัย

Xmax = คะแนนสูงสุด

Xmin = คะแนนต่ำสุด

K = จำนวนชั้น (ชูศรี, 2527:29 อ้างโดยศันสนีย์, 2538:22)

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้กำหนดคะแนนสูงสุด = 5

คะแนนต่ำสุด = 1

จำนวนชั้น = 5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แทนค่าสูตรในอันตรภาคชั้น = $\frac{5-1}{5}$ = 0.80

ดังนั้น การแปลผลในการอธิบายเป็นรายประเด็น จึงจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดค่าเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	**ระดับ**	**คะแนน**
4.21 -5.00	มากที่สุด	5
3.41 -4.20	มาก	4
2.61 -3.40	ปานกลาง	3
1.81 -2.60	น้อย	2
1.00 -1.80	น้อยที่สุด	1

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของกลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

1. วิเคราะห์หาค่า Chi – square โดย สูตรที่ใช้ในการคำนวณหาความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร คือ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{r}\sum_{j>1}^{c} \frac{(O-E)^2}{E},$$

$$df = (r-1)\ (c-1)$$

เมื่อ O แทน Observed (ความถี่ของลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล)

E แทน Expected (ความถี่ของความพึงพอใจ)

เราสามารถหา E ได้จาก $E = \frac{R \times C}{N}$

เมื่อ R แทน Row (ผลรวมของความถี่ในแถวนั้น)

C แทน Column (ผลรวมของความถี่ในคอลัมน์นั้น)(ชูศรี, 2527:35 อ้างโดย ศันสนีย์, 2538:22)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เป็นค่าวัดความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left\{\left[N\sum X^2 - (\sum X)^2\right]\left[N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\right]\right\}}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

X แทน ของลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล

Y แทน ความถี่ของความพึงพอใจ

N แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved