

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. แบบของการวิจัย
2. ประชากรและหน่วยวิเคราะห์
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของสถานีบริการบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.1 จำนวนและร้อยละของผู้มาใช้บริการรถโดยสารกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด
กรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายเดือน

ที่	เดือน	จำนวนผู้มาใช้บริการ/เดือน	ร้อยละ
1	มกราคม	55,944	10.19
2	กุมภาพันธ์	48,276	8.80
3	มีนาคม	43,488	7.92
4	เมษายน	56,856	10.36
5	พฤษภาคม	43,500	7.93
6	มิถุนายน	41,760	7.61
7	กรกฎาคม	36,336	6.62
8	สิงหาคม	51,864	9.45
9	กันยายน	38,628	7.04
10	ตุลาคม	37,068	6.75
11	พฤศจิกายน	38,304	6.98
12	ธันวาคม	56,808	10.35
รวม		548,832	100

ที่มา รายงานประจำปี 2547 บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

หน่วยวิเคราะห์ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัดในรอบระยะเวลา 1 ปีในปี พ.ศ. 2547 และนำมาหาค่าเฉลี่ยให้ได้เป็นระยะเวลา 1 เดือน โดยได้จำนวน 45,736 คนต่อเดือน ได้นำข้อมูลมาเปิดตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamana, 1967 : 886 – 887) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % และกำหนดให้มีความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 399.71 โดยเป็นจำนวน 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยการเปิดตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamana, 1973 : 886 – 887) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดให้มีความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 0.05 โดยได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. การสุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่ม

วิธีการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้ที่ใช้บริการของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ นำแบบสอบถามไปสอบถามกับผู้ให้บริการ และผู้ทำวิจัยจะอยู่รอรับแบบสอบถามทันที ทั้งนี้เพื่อคอยชี้แจงและอธิบายข้อสงสัยให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

3. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้บริการของสถานีบริการบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในระยะเวลา 1 เดือน จำนวน 43,800 คน กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาหลักแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นส่วนคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม ความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ ลิกอร์ท (Likert's Scales)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้ ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย และความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งในการตรวจให้คะแนนได้ให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ ที่มา (พิชิต ฤทธิจรรย์. 2544:257)

ตอนที่ 4 เป็นส่วนคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ ลิกอร์ท (Liker's Scales) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุดซึ่งในการตรวจให้คะแนนได้ให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ ที่มา (พิชิต ฤทธิจรรย์. 2544 : 257)

ตอนที่ 5 เป็นข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ข้อความเป็นรายชื่อ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร ข้อมูลหลักเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 กำหนดขอบเขตหรือนิยามตัวแปรเกี่ยวกับส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาบูรณาการ สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตของการวิจัย

ขั้นที่ 3 สร้างแบบสอบถาม 5 ตอน โดยใช้ กรอบแนวคิดของการวิจัย นิยามศัพท์ เป็นแนวทางในการเขียนแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นส่วนคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นส่วนคำถามข้อมูลการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ได้แก่ จำนวนมาใช้บริการ เดินทางไปกับใคร

ตอนที่ 3 เป็นส่วนคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ได้แก่ บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะกายภาพและกระบวนการบริการ ว่ามีระดับความสำคัญมากน้อยเพียงไร

ตอนที่ 4 เป็นส่วนคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษของบริษัทนครชัยแอร์ จำกัด ได้แก่ บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะกายภาพและกระบวนการบริการ ว่ามีระดับความความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร

ตอนที่ 5 เป็นส่วนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการให้บริการของบริษัทนครชัยแอร์ จำกัด

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและด้านการศึกษา จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาพร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ จำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1. คุณสถาพร วงศ์บุญจรต์ ผู้อำนวยการฝ่ายการเดินรถ บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด
2. รองศาสตราจารย์ สุจิตรา จันทนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
3. อาจารย์ บัวเงิน พาทีทิน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
4. อาจารย์ ปราณี สุรสิทธิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
5. อาจารย์ อัจฉรา ชำนิประศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ขั้นที่ 6 วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Index of Item – Objective Concurrence) โดยวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะลงความเห็น จากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมาบันทึกแล้วหาค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายข้อ ค่าเฉลี่ยจากคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้ เรียกว่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและจุดประสงค์ จากการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญของข้อคำถามส่วนประสมการตลาดบริการ $IOC = 0.923$ และข้อคำถามความพึงพอใจ $IOC = 0.982$

ขั้นที่ 7 นำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบแล้วไปทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยมีเกณฑ์ตัดสินว่าถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าใกล้ 0.8 ขึ้นไป จะไม่แก้ไขแบบสอบถาม แต่ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.8 ก็จะมีการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม ซึ่งผลการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รวมได้เท่ากับ 0.9783 ค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์จึงถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีวิธีการและดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขอนหนังสือจากสำนักงานโครงการบัณฑิตศึกษา สถาบันราชภัฏพระนคร ถึงบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุดยังท่ารถขนส่งของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยให้วิธีการสัมภาษณ์และรอรับกลับทันที จากนั้นเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด
3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองภายใน 30 วัน จนครบ 400 ชุด
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
5. จัดหมวดหมู่ของแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์โดยหา ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. แบบสอบถามที่เป็นข้อมูลในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยหา ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. แบบสอบถามความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ช่วงในการนับจำนวนและให้น้ำหนักระดับของความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดตัวเลขแทนน้ำหนักซึ่งผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ในการวัดระดับความสำคัญซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้
เกณฑ์ที่ใช้ในการการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ตามแนวของลิเคิร์ต (Likert's Scale) เพื่อการวิเคราะห์ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการ ที่มา (พิชิต ฤทธิ์จัญญ 2544:257)

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

และใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. แบบสอบถามที่เป็นข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัทนครชัยแอร์ จำกัด เขต กรุงเทพมหานคร ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ช่วงในการนับจำนวนและให้น้ำหนักระดับของความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดตัวเลขแทนน้ำหนักซึ่งผู้วิจัยได้ใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ในการวัดระดับความพึงพอใจซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์ที่ใช้ในการการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ตามแนวของ (Likert's Scale) เพื่อการวิเคราะห์ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยตลาดบริการ ที่มา (พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2544:257)

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

และใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. นำแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 และตอนที่ 4 มาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติ t - Test วิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ F - test สำหรับตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และใช้สถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

6. นำแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 และตอนที่ 4 มาหาความสัมพันธ์กันโดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product - moment Correlation) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจ ระบุเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดความสัมพันธ์ ดังนี้ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ จะกำหนดไว้ที่ 3 ระดับ คือ .05 .01 และ .001 ที่ระดับ

: 63)

7. แบบสอบถามข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการบันทึกความคาดหวังและข้อเสนอแนะในแต่ละราย แล้วนำมานับความถี่ เทียบค่าร้อยละเพื่อดูว่ากลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะใดมากที่สุดเพื่อใช้เป็นข้อมูลที่ใช้ในการปรับปรุงบริษัท

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับอธิบายข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

3. ใช้สถิติ t – Test วิเคราะห์ตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ F – test สำหรับตัวแปรที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และใช้สถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

4. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียสัน (Pearson's Product – moment Correlation) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัดกรุงเทพมหานคร