

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า : กรณีศึกษาบริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด โดยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สํารวจความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำเสนอวิธีการพัฒนาศักยภาพแต่ละด้าน ของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ของบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

ขั้นตอนที่ I

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ลูกค้าผู้ซื้อรถยนต์จากบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545 ถึงเดือนมิถุนายน 2546 ทั้ง 3 สาขา ได้แก่สำนักงานใหญ่ สาขาในเมือง และสาขานครไทย รวมทั้งสิ้น 1,350 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าผู้ซื้อรถยนต์จาก บริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545 ถึงเดือนมิถุนายน 2546 ทั้ง 3 สาขา ได้แก่ สำนักงานใหญ่ สาขาในเมือง และสาขานครไทย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) เป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ซื้อและจำนวนรถที่เคยครอบครอง

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของบริษัทโตโยต้า พิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถทางการขาย ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการติดตามหลังการขาย โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ ลิเคอร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเทียบเคียง
2. กำหนดคำนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการตามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุม ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพของพนักงานขายที่ส่งผลต่อยอดการจำหน่าย ทั้ง 3 ด้าน
4. นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหา
5. ผู้วิจัย นำร่างแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) พร้อมทั้งตรวจแก้ไขเนื้อหา และสำนวนภาษา ตลอดจนพิจารณาความเหมาะสมทั่วไปของแบบสอบถาม ผู้ทรงคุณวุฒิ มีดังนี้
 - 5.1 รองศาสตราจารย์วิราพร พงศ์อาจารย์ อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิชญ์โลก
 - 5.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล ธีวรงค์ชัย อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิชญ์โลก
 - 5.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจฉรา นุชภักดี อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิชญ์โลก
 - 5.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรา วงศ์แสงเทียน อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิชญ์โลก
 - 5.5 นายทรงธรรม จิตปัญญา กรรมการผู้จัดการ บริษัทโตโยต้าพิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด
6. นำแบบสอบถามที่ได้รับมา ซึ่งปรับปรุงแก้ไขแล้วจากผู้ทรงคุณวุฒิ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อรับความเห็นชอบ และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
7. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับลูกค้าผู้ซื้อรถยนต์จาก บริษัทโตโยต้า พิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) และได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.913

8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ถึงกรรมการผู้จัดการบริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด เพื่อขอความร่วมมือให้ลูกค้าผู้ซื้อรถยนต์จากบริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545 ถึงเดือนมิถุนายน 2546 ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามไปยังรายชื่อลูกค้าแต่ละคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้จัดและติดตามผล เพื่อให้ลูกค้าส่งกลับ ถ้าได้แบบสอบถามไม่ครบ ผู้วิจัยจะติดตามด้วยตัวเอง

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน มาตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ คัดเลือกแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้สถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายข้อ รายด้าน ตามศักยภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด แล้วแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2535:100)

ระดับค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00 หมายถึง ศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในระดับมากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50 หมายถึง ศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในระดับมาก

ระดับค่าเฉลี่ย 2.51- 3.50 หมายถึง ศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ย 1.51- 2.50 หมายถึง ศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในระดับน้อย

ระดับค่าเฉลี่ย 1.00- 1.50 หมายถึง ศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในระดับน้อยที่สุด หรือไม่พึงพอใจเลย

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศ ตามอายุ และตามจำนวนรถที่เคยครอบครอง โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t- test)

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพ และตามประเภทรถที่ซื้อ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าเอฟ (F- test)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. สถิติการทดสอบค่าที (t- test)
5. สถิติการทดสอบค่าเอฟ (F- test)

ขั้นตอนที่ 2

นำเสนอวิธีการพัฒนาศักยภาพแต่ละด้านของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ของบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Pibulsongkram Rajabhat University