

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาถึงความพึงพอใจในการบริการของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. แบบแผนการวิจัย
3. เครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถานที่ในการทดลอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ซึ่งมีจำนวนลูกค้า จำนวน 325 คน (จากเอกสารประกอบการซื้อขายรายวันของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ข้อมูลเฉลี่ยช่วงเดือนมกราคม – ธันวาคม 2548)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจากสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ในการเก็บแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัญหาในช่วงเดือนเมษายน 2549 โดยในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ จากลูกค้าที่เป็นสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร จำนวน 325 ราย ในการช่วยตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด และกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ได้ใช้สูตรของยามานะ (Taro Yamane) มีค่าความคลาดเคลื่อนทางการสุ่ม .05 โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างทางสถิติ (Taro Yamane, 1973) ดังต่อไปนี้

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

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิด (%) โดยการศึกษาครั้งนี้กำหนดที่ $\pm 5\%$

n = ขนาดของตัวอย่าง (Sample Size) ที่ได้จากการคำนวณหรือจะทำการสุ่มเพื่อศึกษา

N = ขนาดของประชากร

เมื่อนำมาแทนค่าในสูตร จะได้จำนวนตัวอย่าง ที่ควรจะใช้ดังนี้

$$n = \frac{325}{1 + (325)(.0025)}$$

$$n = \frac{325}{1 + 0.8125}$$

$$n = \frac{325}{1.8125}$$

$$n = 179.31$$

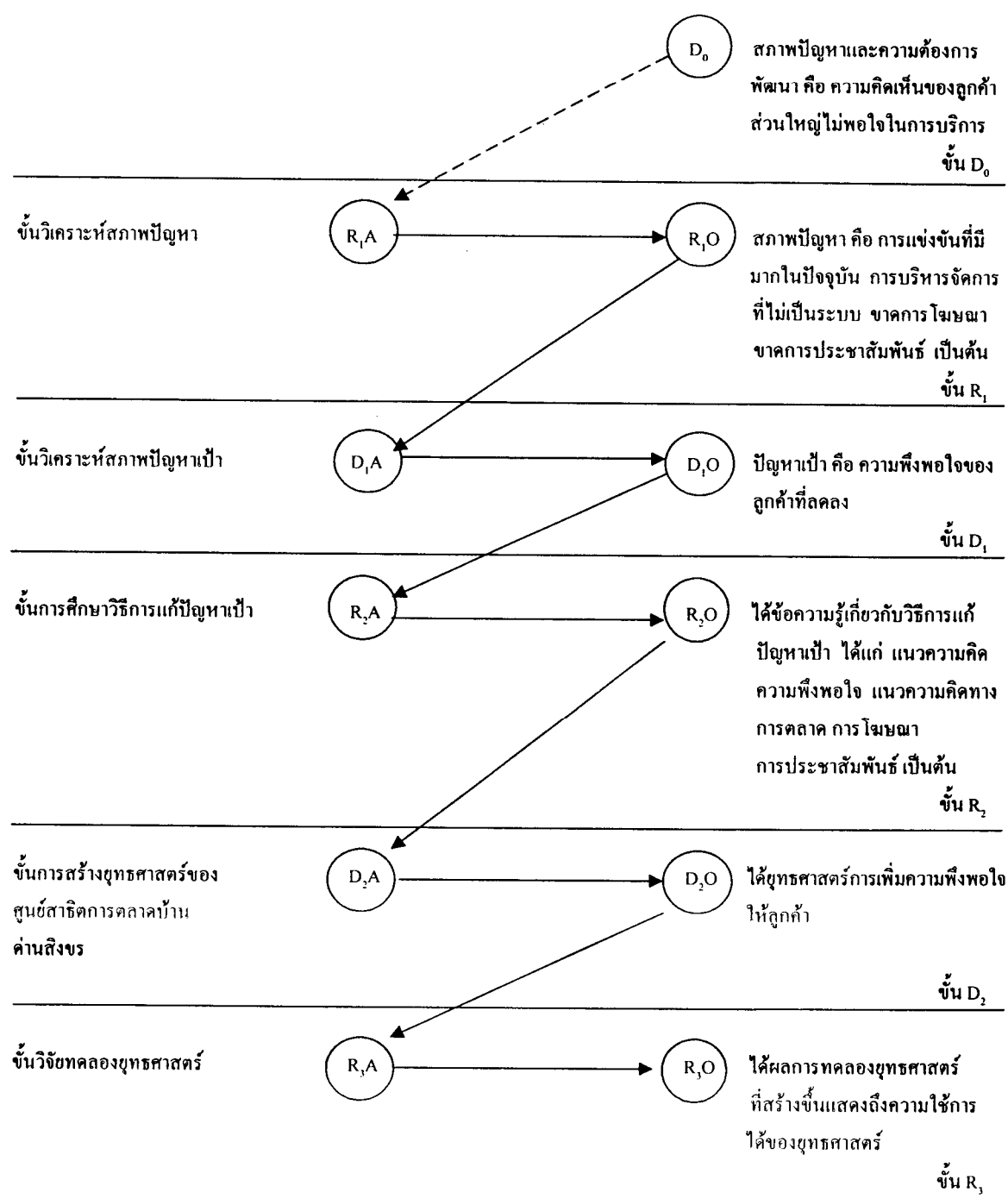
จากค่าที่คำนวณได้ อาจใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเพื่อลดความคลาดเคลื่อนต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 คน จากกลุ่มผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าในศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

2. การระบุปัญหาเป้า คือ ความพึงพอใจของลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของศูนย์สาธิตการตลาดน้อยและรายได้ลดลง
3. การกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ ความพึงพอใจของลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรเพิ่มขึ้น และรายได้ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรเพิ่มขึ้น
4. การสร้างหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ หน่วยระบบทำงาน 2 หน่วยระบบ ได้แก่ หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารการส่งเสริมด้านการตลาดและหน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด
5. ทรัพยากรที่มีในบริบท ได้แก่ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร คณะกรรมการจำนวน 15 คน สมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรจำนวน 325 คน ผู้วิจัย ลูกค้า พนักงานขายงบประมาณ ของสมนาคุณ สินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร แผ่นพับโฆษณาแบบสอบถาม แบบบันทึกรายได้

แผนแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แผนแบบการวิจัยและพัฒนา โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ภาพที่ 11 แผนแบบการวิจัยและพัฒนา



จากภาพที่ 11 แผนแบบการวิจัยและพัฒนาของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขั้น D_0 สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนา คือ จากการสำรวจ ความคิดเห็นของ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ศูนย์สาธิตการตลาด ทำให้ทราบถึงปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการแก้ไข คือ ส่วนใหญ่ ไม่พอใจในการบริการ

ขั้น R_1 ประกอบด้วย R_{1A} ขั้นวิเคราะห์สภาพปัญหา ได้สภาพปัญหาเป็นขั้น R_{1O} คือ

1. การบริหารจัดการที่ไม่เป็นระเบียบ
2. การแข่งขันที่มีสูงขึ้นในปัจจุบัน
3. ขาดการส่งเสริมการขาย
4. ขาดการโฆษณา
5. ขาดการประชาสัมพันธ์
6. ขาดการตกแต่งร้านที่น่าสนใจ หรือเป็นจุดเด่น
7. สินค้าไม่หลากหลาย

ขั้น D_1 ประกอบด้วย ขั้น D_{1A} เป็นขั้นการวิเคราะห์ปัญหาเป้าโดยใช้ข้อมูลจาก R_{1O} และได้ผลไปยัง D_{1O} ปัญหาเป้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร คือ ความพึงพอใจของลูกค้า ลดลง

ขั้น R_2 ประกอบด้วย ขั้น R_{2A} เป็นการศึกษาหลักวิชาสร้างยุทธศาสตร์ได้ผล คือ ขั้น R_{2O} คือ ได้ข้อความรู้เกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาเป้าหมายหลายวิธี เช่น แนวความคิดด้าน พฤติกรรมผู้บริโภค แนวความคิดด้านความพึงพอใจ หลักการตลาด หลักการบริหารจัดการด้านการบริการ

ขั้น D_2 ประกอบด้วย ขั้น D_{2A} เป็นขั้นการพัฒนายุทธศาสตร์ ในขั้นนี้ผู้วิจัยได้ใช้ รูปแบบของการวิจัยยุทธศาสตร์ในรูปแบบที่ 5 การวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์ มาสร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ซึ่งประกอบด้วยหน่วยระบบการทำงาน 2 หน่วยระบบ ดังนี้

หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

หน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด

โดยผู้วิจัยสามารถอธิบายได้ตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

I(Input)	P(Process)	O(Output)
I ₁ = คณะกรรมการของศูนย์ สาธิตการตลาดจำนวน 15 คน	P ₁ = ประชุมคณะกรรมการและจัด ประชุมสมาชิกทั้งหมด เรื่อง การส่งเสริมการตลาด เพื่อ	O ₁ = แผนการส่งเสริม การตลาดของศูนย์ สาธิตการตลาด
I ₂ = ผู้วิจัย	รับทราบความพึงพอใจ และ	O ₂ = ศูนย์สาธิตการตลาด
I ₃ = พนักงานขาย	บริการหรือสินค้าที่ต้องการ	ได้รับการส่งเสริม
I ₄ = ศูนย์สาธิตการตลาด	P ₂ = พัฒนาศูนย์สาธิตการตลาดตาม	การตลาด
I ₅ = เอกสารที่เกี่ยวข้องด้าน การตลาด	แผนการส่งเสริมด้านการตลาด	
I ₆ = วัสดุอุปกรณ์ในการจัด ประชุม		
I ₇ = งบประมาณ		

จากตารางที่ 3.1 หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร มีการประชุมคณะกรรมการของศูนย์สาธิตการตลาด จำนวน 15 คนและสมาชิกทั้งหมด เรื่อง การส่งเสริมการตลาด เพื่อรับทราบความพึงพอใจ และบริการหรือสินค้าที่ต้องการและการพัฒนา ศูนย์สาธิตการตลาดตามแผนการส่งเสริมด้านการตลาดของศูนย์สาธิตการตลาด ในวันที่ 21 พฤษภาคม 2549

ตารางที่ 3.2 หน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด

I(Input)	P(Process)	O(Output)
I ₁ = ลูกค้ำ	P ₁ = วัดความพึงพอใจของลูกค้า	O ₁ = ลูกค้าพึงพอใจเพิ่มขึ้น
I ₂ = พนักงานขาย	และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ	O ₂ = รายได้เพิ่มขึ้น
I ₃ = สินค้าและผลิตภัณฑ์	รายได้ก่อนการทดลองใช้	
I ₄ = ศูนย์สาธิตการตลาดบ้าน ด่านสิงขร	ยุทธศาสตร์	
I ₅ = ของสมนาคุณ	P ₂ = การให้บริการตามแผนการ	
I ₆ = วัสดุ อุปกรณ์ในการจัดรายการ ส่งเสริมการขาย	บริหารศูนย์สาธิตการตลาด	
I ₇ = งบประมาณ	P ₃ = วัดความพึงพอใจของลูกค้า	
I ₈ = แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ	และเก็บข้อมูลรายได้	
	ภายหลังการทดลองใช้	
	ยุทธศาสตร์	
	P ₄ = จัดการประชุม	
	คณะกรรมการเดือนละ 1	
	ครั้ง เพื่อติดตามผลการ	
	บริหารจัดการ	

จากตารางที่ 3.2 หน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด ทำการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของศูนย์สาธิตก่อนทำการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ในเดือนพฤษภาคม 2549 จากนั้นให้บริการลูกค้าตามแผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาด แล้วทำการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของศูนย์สาธิตการตลาดหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ และมีการจัดการประชุมคณะกรรมการเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงวันที่ 1-30 มิถุนายน 2549 เพื่อติดตามผลการบริหารจัดการ ขั้น R₃ กิจกรรมวิจัยขั้นที่ 3 ขั้นทดลองยุทธศาสตร์การสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ผลเป็น R₃O คือ ผลการทดลองยุทธศาสตร์ โดยในขั้นตอนดังกล่าวนี้ผู้วิจัยได้ใช้แผนแบบ การทดลองของ โคนันด์ ที แคมป์เบลล์ และจูเลียน ซี สแตนลีย์ (Donald T. Campbell & Julian C. Stanley) ดังนี้

ตัวแปรด้านความพึงพอใจและรายได้ ผู้วิจัยได้ใช้แผนแบบการทดลองแบบ Pre-Experimental Designs ในแบบที่ 2 คือ One - Group Pretest - Protest Design

$O_1 \quad X \quad O_2$

O_1 หมายถึง ผลความพึงพอใจของลูกค้าและรายได้ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ก่อนการทดลองใช้ยุทธศาสตร์สร้างความพึงพอใจ

X หมายถึง ยุทธศาสตร์สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ที่ประกอบด้วยหน่วยระบบทำงาน 2 หน่วยระบบ

O_2 หมายถึง ผลความพึงพอใจของลูกค้าและรายได้ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร หลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจ

หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ผู้วิจัยได้ทำการทดลองตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมด้านการตลาด
2. ออกจดหมายเชิญคณะกรรมการศูนย์สาธิตการตลาด จำนวน 15 คน เข้าร่วมประชุมหารือ
3. กำหนดการประชุมในหัวข้อการประชุมว่าด้วยวิธีการส่งเสริมการตลาดของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร
4. ประชุมคณะกรรมการพร้อมทั้งขอคำแนะนำ ข้อเสนอแนะและวิธีการในการจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อพัฒนาให้ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรเป็นศูนย์สาธิตตัวอย่างในการสร้างความเจริญ ความมั่นคงที่ยั่งยืนให้กับชาวบ้านในหมู่บ้าน
5. ลงมติในที่ประชุมเพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจนและได้ผลในวิธีการ แผนการ และรูปแบบในการส่งเสริมการตลาดของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร
6. ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรได้รูปแบบ แผนการ และวิธีการในการส่งเสริมการตลาด และได้รับการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆจนเป็นที่พอใจของลูกค้า

หน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด ผู้วิจัยได้ทำการทดลองตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูล และออกแบบสอบถามถึงความพึงพอใจของการบริการของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรกับสมาชิกที่เข้ารับการบริการ
2. ใช้ยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ดังนี้
 - 2.1 ให้การบริการที่เป็นกันเองกับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดฯ
 - 2.2 ดูแล แนะนำ และตรวจเช็คสินค้า ของลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดทั้งก่อนการบริการและหลังการบริการไปแล้ว

2.3 จัดตกแต่งศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรใหม่ให้สวยงาม สะอาด และ น่าสนใจ ทำให้สามารถเข้าเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย

2.4 จัดแยกสินค้าและบริการอย่างเป็นหมวดหมู่ชัดเจน

2.5 ติดป้ายราคาสินค้า

2.6 ตั้งราคาสินค้าให้ถูกต้องเหมาะสมกับตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์

2.7 ไม่เอากำไรเกินความจำเป็นในการขายสินค้า

2.8 สินค้าที่ทำการขายต้องเป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่ตลาดต้องการ

2.9 ทำการบรรจุหีบห่ออย่างสวยงาม เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าของ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

2.10 จัดกิจกรรมลดราคาสินค้า เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

2.11 แจกของสมนาคุณและของแถม เพื่อดึงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

2.12 ให้เครดิตลูกค้าในการชำระสินค้าดี

2.13 จัดแสดงสินค้าเพื่อสร้างความน่าสนใจและกระตุ้นลูกค้า

2.14 แจกใบปลิวให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าเพื่อให้เกิดการบอกต่อ

2.15 จัดทำป้ายโฆษณาศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิด

ความสนใจ

2.16 โฆษณาร้านด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้า

2.17 การรณรงค์ให้มีสมาชิกเพิ่มขึ้น เพื่อให้มียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น

จากนั้นได้ลงมือปฏิบัติตามรูปแบบ แผนการ และวิธีการในการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

1. จัดตกแต่งศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรใหม่ให้สวยงาม สะอาด และน่าสนใจ ทำให้สามารถเข้าเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย

2. ตั้งราคาสินค้าให้ถูกต้องเหมาะสมกับตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์

3. ติดป้ายราคาขายสินค้าให้ชัดเจน

4. สินค้าที่ทำการขายต้องเป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ

5. ทำการบรรจุหีบห่ออย่างสวยงาม เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าของ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

6. จัดกิจกรรมลดราคาสินค้า เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

7. แจกของสมนาคุณและของแถม เพื่อดึงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

8. ให้เครดิตลูกค้าในการชำระสินค้าเพิ่ม

9. จัดแสดงสินค้าเพื่อสร้างความน่าสนใจและกระตุ้นลูกค้า

10. แจกใบปลิวให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าเพื่อให้เกิดการบอกต่อ
11. โฆษณาร้านด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้า
12. ออกแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์และบันทึกรายรับควบคู่กันไปด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัยดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่

หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

หน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด

2. แบบบันทึกรายรับของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. กล้องสำหรับการถ่ายภาพการเปลี่ยนแปลง

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของลูกค้า

ตอนที่ 2 ข้อมูลการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามสำหรับใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาหนังสือ แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาวิธีการหรือแนวทางการจัดส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นระดับความพึงพอใจของลูกค้าและกระตุ้นรายได้ให้กับศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา

2. ร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และหาผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความแม่นยำทางด้านเนื้อหา ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นประกอบด้วย

- 3.1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของลูกค้า ที่แสดงความแตกต่างของแต่ละบุคคล

3.2 ข้อมูลการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า เป็นข้อมูลที่แสดงถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร

3.3 ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ชี้แจงถึงความคิดเห็นของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้มีการปรับปรุงเพิ่มเติมภายในศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร เพื่อกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของลูกค้า ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามเป็นแบบ Check List ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ของผู้ทำการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนดังนี้

ระดับ 5 แสดงความพึงพอใจมากที่สุดของลูกค้าที่มีชื่อสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ระดับ 4 แสดงความพึงพอใจมากของลูกค้าที่มีชื่อสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ระดับ 3 แสดงความพึงพอใจปานกลางของลูกค้าที่มีชื่อสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ระดับ 2 แสดงความพึงพอใจน้อยของลูกค้าที่มีชื่อสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ระดับ 1 แสดงความพึงพอใจน้อยที่สุดของลูกค้าที่มีชื่อสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งในการวิเคราะห์ครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยประเมินค่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นสมาชิกอ้างอิงจากมาตราส่วนประมาณค่าของ ลิเกิร์ต (Likert) แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับการเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ความพอใจมากที่สุด

ระดับการเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ระดับการเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ระดับการเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

ระดับการเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires) เพื่อให้ลูกค้าเสนอแนะแนวทางพร้อมคำแนะนำหรือข้อควรปรับปรุง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไปในการดำเนินงาน

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาหาค่าความถูกต้อง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อคำถามของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

-1 หมายถึง ข้อคำถามของแบบสอบถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5. นำผลหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยผู้วิจัยจะเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง

7. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นเพื่อทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการทดสอบหาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ ครอนบาค (Cronbach) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ด้านความพึงพอใจ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าก่อนการทดลองใช้ยุทธศาสตร์โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของลูกค้า

ตอนที่ 2 การประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ซึ่งในตอนที่ 2 ผู้วิจัยสามารถแบ่งหัวข้อออกได้เป็น 5 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ วันที่ 1 – 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2549 เพื่อเปรียบเทียบกับผลความพึงพอใจของลูกค้าหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเพียงใด โดยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกันจำนวน 200 ชุดเท่ากัน

2. ด้านรายรับ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกการรับ ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร จากการขายสินค้าในแต่ละวัน โดยมีระยะเวลาในการเริ่มเก็บข้อมูลด้านรายได้ตั้งแต่วันที่ 1 – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2549

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ผู้วิจัยนำมาใช้สำหรับการวิจัยและพัฒนา ยุทธศาสตร์การสร้างควมพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติสำหรับตัวแปรพัฒนาการ 2 ตัว ดังนี้

1. ตัวแปรด้านความพึงพอใจของลูกค้า
2. ตัวแปรด้านรายได้

โดยตัวแปรด้านความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) โดยใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อเปรียบเทียบผลความพึงพอใจของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ว่ามีระดับความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเพียงใดหลังจากใช้ยุทธศาสตร์การสร้างควมพึงพอใจ ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยใช้ในครั้งนี้ประกอบด้วย

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของลูกค้า ผู้วิจัยใช้สถิติค่าร้อยละ

ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ผู้วิจัยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติค่าที

ตัวแปรด้านรายได้ ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิจัยครั้งนี้

สถานที่ในการทดลอง

สถานที่ที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกหน่วยท้องถิ่นที่มีปัญหาเชิงพัฒนา คือ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์