

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานบริการจากการเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวัดครั้งเดียว เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self Administered) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

คือผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1,802,000 ราย โดยแยกบริการตามบริษัทเอกชนผู้รับสัมปทาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นให้บริการเครือข่ายชุมสายและส่วนแบ่งทางการตลาดใกล้เคียงกัน 2 บริษัท คือ

1. บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการระบบ Cellular 900 กับ Digital GSM จำนวน 968,000 ราย
2. บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการระบบ World Phone 800 กับ World Phone 1800 Digital จำนวน 834,000 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) คือ จากจำนวนประชากรทั้งหมด 1,802,000 ราย ผู้วิจัยจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร (บุญธรรม กิจปริตาบวิสุทธิ ,2531)

$$n = N / 1 + Ne^2$$

โดย e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับ 0.05

N = ขนาดของประชากร 1,802,200 ราย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อนำมาคำนวณตามสูตรได้ดังนี้

$$= 1,802,200 / 1 + 1,802,200 (0.05)^2$$

ประมาณ 400 ราย

ดังนั้นผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ไม่ต่ำกว่า 400 ราย ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างไปตามสถานที่/ชุมชนห้างสรรพสินค้าทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรที่ดี และเหมาะสมผู้วิจัยจึงได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างไปตามสถานที่/ชุมชนห้างสรรพสินค้าทั่วไป ในเขตกรุงเทพมหานครโดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ World Phone 800, World Phone 1800, Cellular 900 และ Digital GSM จำนวนตัวอย่างที่สุ่มกำหนดตามสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้บริการที่มีอยู่จริง

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ต่อบุคคล/เดือน, ประเภทของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน, ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่, ปัจจัยทางสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ โดยวัดจาก ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร
3. ความคาดหวังของผู้รับบริการ.
4. ความพึงพอใจในงานบริการ

ตัวแปรดังกล่าวนี้จะสามารถแจกแจง ตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้รับบริการที่มีลักษณะทางประชากรของต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตัวแปรอิสระ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ

ตัวแปรตาม

ความคาดหวังของผู้รับบริการ

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตัวแปรอิสระ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจในงานบริการ

สมมติฐานข้อที่ 4 ความคาดหวังของผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานบริการ
ของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กัน

ตัวแปรอิสระ

ความคาดหวังของผู้รับบริการ

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจในงานบริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา และเอกสารต่าง ๆ รวมทั้ง การสอบถามจากผู้ที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานวิจัย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการ วิจัยครั้งนี้ ลักษณะของคำถามจะเป็นแบบปลายปิด (Closed form) และมีคำถามแบบปลายเปิด (Open form) เพียงบางส่วน มี 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากร 10 ข้อ
- ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อทางการตลาด 3 สื่อหลัก คือ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล 21 ข้อ
- ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ และความพึงพอใจใน งานบริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร 20 ข้อ และมีคำถามปลายเปิดที่เป็นข้อเสนอแนะในงานบริการ 3 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยซึ่งได้ทำการทดสอบความ ตรงของเนื้อหา และความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดดังนี้

1. ทาความตรง (Validity)

เริ่มจากการสร้างแบบสอบถามชุดแรกขึ้น แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์กับผู้ ทรงคุณวุฒิ เพื่อหาข้อบกพร่อง และปรับปรุงคำถาม เป็นขั้นตอนการตรวจสอบความตรงของความ ชัดเจน ความเข้าใจของเนื้อหา (Content Validity) ก่อนนำออกไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่ม ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของเนื้อหาความยากง่าย ความเข้าใจของภาษาที่ใช้ และความเป็นไปได้ของคำตอบ

2. ทาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

โดยคำนวณเฉพาะส่วนชุดคำถามที่วัดตัวแปรเป็นค่าคะแนน ระดับความคาดหวังของผู้รับ บริการ กับระดับความพึงพอใจในงานบริการ การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือ (Reliability Coefficient) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) (อ้าง โนวิเชียร เกตุสิงห์ ,2527) ดังนี้

ความคาดหวังของผู้รับบริการด้านการให้บริการระบบ และการให้บริการ ณ จุดรับ
บริการ = .93

ความพึงพอใจในงานบริการด้านการให้บริการระบบ และการให้บริการ ณ จุดรับ
บริการ = .69

ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ
และนำออกเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะแจกจ่ายไปยังสถานที่ทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น
ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย บริษัทเอกชน สำนักงานบริการสาขา เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการเป็น
ผู้กรอก และรอรับคืน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาประมาณ 1 เดือน (15 มกราคม -
20 กุมภาพันธ์ 2541)

เกณฑ์การให้คะแนน

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรผู้วิจัยได้กำหนดเป็นมาตรประเมินค่า (Rating Scale)
ดังนี้

1. ระดับความสำคัญของเหตุผลที่จะยังคงใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ กับเหตุผลที่จะตัดสินใจ
ระงับการใช้บริการ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

1	=	สำคัญมากที่สุด	2	=	สำคัญรองลงมา
3	=	สำคัญน้อยที่สุด	0	=	ไม่ถูกเลือก

แล้วนำมาจัดลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ความสำคัญมากที่สุด = 1 จัดลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.1-3.0 ความสำคัญสูง
ความสำคัญรองลงมา = 2 จัดลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.1-2.0 ความสำคัญปานกลาง
ความสำคัญน้อยที่สุด = 3 จัดลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0-1.0 ความสำคัญต่ำ

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ

2.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

มากที่สุด	=	5 คะแนน คือ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการมากที่สุด
มาก	=	4 คะแนน คือ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการมาก
ปานกลาง	=	3 คะแนน คือ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการปานกลาง
น้อย	=	2 คะแนน คือ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการน้อย
น้อยที่สุด	=	1 คะแนน คือ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการน้อยที่สุด
ไม่เคยได้รับ	=	0 คะแนน คือ ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ

แล้วนำมาจัดระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับดังนี้

ต่ำกว่า 1.50	ระดับการเปิดรับข่าวสารต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.51-2.50	ระดับการเปิดรับข่าวสารต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.51-3.50	ระดับการเปิดรับข่าวสารปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.51-4.50	ระดับการเปิดรับข่าวสารสูง
คะแนนระหว่าง 4.51-5.00	ระดับการเปิดรับข่าวสารสูงมาก

1.2 การเข้ารับบริการ ณ จุดรับบริการของบริษัท โดยวัดจากความบ่อยครั้ง

มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	= 5 คะแนน เข้ารับบริการบ่อยครั้งที่สุด
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	= 4 คะแนน เข้ารับบริการบ่อยครั้ง
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	= 3 คะแนน เข้ารับบริการระดับปานกลาง
3-4 ครั้ง/เดือน	= 2 คะแนน เข้ารับบริการระดับน้อยครั้ง
1-2 ครั้ง/เดือน	= 1 คะแนน เข้ารับบริการระดับน้อยครั้งที่สุด
ไม่เคยเข้ารับบริการ	= 0 คะแนน ไม่เคยเข้ารับบริการ ณ จุดรับบริการ

แล้วนำมาจัดระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับดังนี้

ต่ำกว่า 1.50	ระดับการเข้ารับบริการต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.51 - 2.50	ระดับการเข้ารับบริการต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.50 - 3.50	ระดับการเข้ารับบริการปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.50 - 4.50	ระดับการเข้ารับบริการสูง
คะแนนระหว่าง 4.50 - 5.00	ระดับการเข้ารับบริการสูงมาก

3. ความคาดหวังของผู้รับบริการ กับความพึงพอใจในงานบริการ

ความคาดหวังของผู้รับบริการด้านการให้บริการระบบ กับด้านการให้บริการ ณ จุดรับบริการ และความพึงพอใจด้านการให้บริการระบบ กับด้านการให้บริการ ณ จุดรับบริการโดยวัดจากความแตกต่างของค่าคะแนน 5 ระดับ กับหัวข้องานบริการ 20 ข้อ (กำหนดค่าคะแนนและค่าคะแนนเฉลี่ยเหมือนกับตัวแปรการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการ)

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และประมวลผลข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ให้คะแนนและทำการลงรหัส(Coding) ในแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่ให้คะแนนและลงรหัสข้อมูลเรียบร้อยแล้วไปเขียนลงใน

กระดาษสำหรับลงรหัส(Coding Form) และป้อนโปรแกรมและข้อมูลประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องการ

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์จากข้อมูลที่พิมพ์ออกมา(Print Out) เพื่อตรวจสอบข้อผิดพลาดในการลงรหัส หรือบันทึกข้อมูล หลังจากนั้นจึงจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ

4. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้ประมวลผลเรียบร้อยแล้ว เพื่อจัดทำรายงานวิจัยและสรุปผล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้การแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ

- ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ สภาวะทางเศรษฐกิจ

- ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารงานบริการ

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

ผู้รับบริการที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับสารข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกัน ใช้การหาความแตกต่าง (T-Test / ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ที่จำแนกตามลักษณะทางประชากร

สมมติฐานข้อที่ 2

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้รับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

สมมติฐานข้อที่ 3

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการกับความพึงพอใจในงานบริการ

สมมติฐานข้อที่ 4

ความคาดหวังของผู้รับบริการ กับความพึงพอใจในงานบริการ
ของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันใช้การ
หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน(Product Moment
Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง
ความคาดหวังของผู้รับบริการ กับความพึงพอใจในงานบริการ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย