

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการดำเนินการต่างๆ ตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากร 5,680,380 คน (ข้อมูล ณ เดือน ธันวาคม 2543 จากกรุงเทพมหานคร <http://www.bma.go.th/html/page 72.htm>.)

กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากสูตร ดังนี้ (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

- เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร
e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้

การวิจัยในครั้งนี้ มีจำนวนกลุ่มประชากรเป้าหมาย 5,680,380 คน และในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% และกำหนดความเชื่อถือได้ 95% และสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{5,680,380}{1 + 5,680,380(.05)^2}$$

$$n = 399.97$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 400 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) ดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างประเภทลำดับชั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งตามเขตการปกครอง 3 กลุ่มใหญ่จากจำนวนเขตการปกครอง 50 เขต (ที่มา : กองนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร,2541) คือ เขตเมือง เขตต่อเมือง และเขตชานเมือง

เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง
มีจำนวนทั้งสิ้น 14 เขต ได้แก่	มีจำนวนทั้งสิ้น 21 เขต ได้แก่	มีจำนวนทั้งสิ้น 15 เขต ได้แก่
เขตพระนคร	เขตยานนาวา เขตประเวศ	เขตหนองจอก เขตสวนหลวง
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	เขตสาทร เขตบางคอแหลม	เขตมีนบุรี เขตคันนายาว
เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์	เขตพระโขนง เขตคลองเตย	เขตคลองสามวา เขตสายไหม
เขตบางรัก เขตบางซื่อ	เขตบางเขน เขตดอนเมือง	เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน
เขตดุสิต เขตพญาไท	เขตหลักสี่ เขตบางกะปิ	เขตจอมทอง เขตตลิ่งชัน
เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง	เขตลาดพร้าว เขตวังทองหลาง	เขตหนองแขม เขตบางแค
เขตดินแดง เขตธนบุรี	เขตบึงกุ่ม เขตสะพานสูง	เขตทวีวัฒนา เขตบางบอน
เขตคลองสาน เขตบางกอกใหญ่	เขตจตุจักร เขตบางกอกน้อย	เขตบางนา
	เขตบางพลัด เขตภาษีเจริญ	
	เขตราชบุรีบูรณะ เขตทุ่งครุ	
	เขตวัฒนา	

เพื่อให้ลักษณะทางประชากรกระจายตามสัดส่วนและมีความหลากหลาย

2. ใช้วิธีการสุ่มเป็นกลุ่ม (Cluster Sampling) เนื่องจากผู้ใช้บริการในแต่ละเขตการปกครองมีลักษณะคล้ายคลึงกัน และคัดเลือกกลุ่มละ 3 เขต รวมทั้งสิ้น 9 เขต ดังนี้

เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง
เขตบางกอกใหญ่	เขตลาดพร้าว	เขตบางขุนเทียน
เขตห้วยขวาง	เขตสาทร	เขตตลิ่งชัน
เขตปทุมวัน	เขตหลักสี่	เขตหนองจอก

3. จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามที่
 สาธารณะ เช่น ศูนย์การค้า สาขาต่างๆของธนาคาร ในเวลาที่แตกต่างกัน และเก็บให้ครอบคลุม
 ตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ ให้มากที่สุดจนครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยมาก
 กว่า 400 คนขึ้นไป

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ตามสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับบริการ E-
 Banking มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับบริการ E-
 Banking มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม ทัศนคติต่อบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับบริการ
 E-Banking มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking ของ
 ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม การรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับบริการ E-Banking มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม ทัศนคติต่อบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม การรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 8 ทัศนคติของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครต่อบริการ E-Banking มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ทศนคติต่อบริการ E-Banking

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 9 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 10 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 11 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีทัศนคติต่อบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม ทศนคติต่อบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 12 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม การรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking

สมมติฐานข้อที่ 13 ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในบริการ E-Banking

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารอ้างอิง เช่น ตำราด้านการวิจัย วิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่าง ๆ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) และชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกและให้กรอกข้อความ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้

เพศ ชาย และหญิง

อายุ ต่ำกว่า 20 ปี, 21 – 25 ปี, 26 – 30 ปี, 31 – 40 ปี, มากกว่า 41 ปี ขึ้นไป (ผู้วิจัยกำหนดพิสัยหรือช่วงในการแบ่งกลุ่มอายุ ตั้งแต่ 20 –30 ปี เป็นช่วงละเอียดกว่ากลุ่มอื่นๆ นั้น เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของบริการ E-Banking จึงต้องการเน้นในช่วงอายุดังกล่าว)

การศึกษา มัธยมศึกษา,อนุปริญญา/เทียบเท่า,ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า,ปริญญาโท อื่นๆ

อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,พนักงานบริษัทเอกชน,เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายส่วนตัว,รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน,นักเรียน/นักศึกษา,อื่น ๆ

รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท,10,001 – 20,000 บาท,20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท ,40,001 – 50,000 บาท,มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจาก บริการ E-Banking จากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่ใช้วัดความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking จำนวน 1 ข้อ ข้อย่อย 12 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่ใช้วัดทัศนคติที่มีต่อบริการ E-Banking จำนวน 1 ข้อ ข้อย่อย 15 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามที่ใช้วัดการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จำนวน 1 ข้อ ข้อย่อย 4 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ E-Banking จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 7 เป็นคำถามที่ใช้วัดความพึงพอใจในบริการ E-Banking จำนวน 1 ข้อ ข้อย่อย 15 ข้อ

เกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้มีเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสาร

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ

มากกว่า 12 ครั้ง/เดือน	ให้ 5 คะแนน
10-12 ครั้ง/เดือน	ให้ 4 คะแนน
7-9 ครั้ง/เดือน	ให้ 3 คะแนน
4-6 ครั้ง/เดือน	ให้ 2 คะแนน
1-3 ครั้ง/เดือน	ให้ 1 คะแนน
ไม่เคยเลย	ให้ 0 คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของระดับคะแนน โดยแบ่งเป็น ช่วง ๆ ดังนี้

ต่ำกว่า 1.50	หมายความว่า	มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำมาก
1.51 – 2.50	หมายความว่า	มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ
2.51 – 3.50	หมายความว่า	มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง
3.51 – 4.50	หมายความว่า	มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง

4.51 – 5.00 หมายความว่า มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก

2. การวัดความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking

ในการวัดความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking วัดโดยวิธี Likert Rating Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับคะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
มาก	ให้ 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
น้อย	ให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ในการวัดความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking ดังนี้

1.00-1.50	เท่ากับ	มีความรู้น้อยมาก
1.51-2.50	เท่ากับ	มีความรู้น้อย
2.51-3.50	เท่ากับ	มีความรู้ปานกลาง
3.51-4.50	เท่ากับ	มีความรู้มาก
4.51-5.00	เท่ากับ	มีความรู้มากที่สุด

3. การวัดทัศนคติที่มีต่อบริการ E-Banking วัดโดยวิธี Likert Rating Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้ 5 คะแนน
เห็นด้วย	ให้ 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้ 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ในการวัดทัศนคติที่มีต่อบริการ E-Banking ดังนี้

1.00-1.50	เท่ากับ	มีทัศนคติที่ไม่ดีมากๆ ต่อบริการ E-Banking
1.51-2.50	เท่ากับ	มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบริการ E-Banking
2.51-3.50	เท่ากับ	มีทัศนคติเป็นกลางต่อบริการ E-Banking
3.51-4.50	เท่ากับ	มีทัศนคติที่ดีต่อบริการ E-Banking
4.51-5.00	เท่ากับ	มีทัศนคติที่ดีมาก ต่อบริการ E-Banking

4. การวัดการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking วัดโดยวิธี Likert Rating Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับคะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด/ไม่เคยรับรู้ประโยชน์เลย	ให้	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของระดับคะแนนดังนี้

1.00-1.50	เท่ากับ	รับรู้ประโยชน์ น้อยมาก
1.51-2.50	เท่ากับ	รับรู้ประโยชน์ น้อย
2.51-3.50	เท่ากับ	รับรู้ประโยชน์ ปานกลาง
3.51-4.50	เท่ากับ	รับรู้ประโยชน์ มาก
4.51-5.00	เท่ากับ	รับรู้ประโยชน์ มากที่สุด

5. การวัดความพึงพอใจในบริการ E-Banking วัดโดยวิธี Likert Rating Scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับคะแนนดังนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของระดับคะแนนดังนี้

1.00-1.50	เท่ากับ	มีความพึงพอใจน้อยมาก
1.51-2.50	เท่ากับ	มีความพึงพอใจน้อย
2.51-3.50	เท่ากับ	มีความพึงพอใจปานกลาง
3.51-4.50	เท่ากับ	มีความพึงพอใจมาก
4.51-5.00	เท่ากับ	มีความพึงพอใจมากที่สุด

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือที่สร้างขึ้นในการวิจัย ผู้วิจัยนำไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) โดยวิธีการ

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น หาความเที่ยงตรง โดยขอให้อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre test) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์ ,2543) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left| 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right|$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่าความเชื่อถือได้ ส่วนของการเปิดรับข่าวสาร เท่ากับ 0.9020
2. ค่าความเชื่อถือได้ ส่วนของความรู้ เท่ากับ 0.8229

3. ค่าความเชื่อถือได้ ส่วนของทัศนคติ เท่ากับ 0.8306
4. ค่าความเชื่อถือได้ ส่วนของการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.8000
5. ค่าความเชื่อถือได้ ส่วนของความพึงพอใจ เท่ากับ 0.8338

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถาม ในกรณีที่ผู้ตอบไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้เอง และแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตอบเอง ในกรณีที่ผู้ตอบสามารถตอบได้เอง โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2544 ถึงเดือน กันยายน 2544

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) ใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูล
2. การทดสอบสมมุติฐานใช้การทดสอบหาความสัมพันธ์ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) และหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรโดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One -Way Anova)

การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากที่แบบสอบถามสมบูรณ์แล้วและผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องทั้งหมด และจะทำการลงรหัสและจะนำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสแล้วไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW (Statistical Package for the Social Sciences/ For Windows) เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ