

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง เจตคติต่อการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” ของ
ผู้ให้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นั้น ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

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

แบบของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยรวบรวมข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่างมาทำการศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่าง
เจตคติต่อกลยุทธ์การตลาด และตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ
“THAICARD” ของผู้ให้บริการ ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้ที่ใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD”
ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 2,810 คน (ที่มา : การขายบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ ณ จุด
รับชำระโทรคมนาคม ท่าอากาศยานกรุงเทพ ของ บมจ. กสท โทรคมนาคม เดือน กรกฎาคม
2549)

หน่วยวิเคราะห์ เป็นหน่วยบุคคล คือ ผู้ที่ใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD”
ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 350 คน จากจำนวนประชากร 2,810 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling)

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณจากตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูป โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น เท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาตารางสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, อ้างถึงใน ประคอง วรรณสูตร, 2542 : 325) ดังนี้

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

โดยแทนค่า

$$n = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$N = \text{ขนาดของประชากร}$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อน}$$

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$n = \frac{2,810}{1 + 2,810(0.05)^2}$$

$$= 350$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 350 คน

แผนการสุ่มตัวอย่าง มีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1. สํารวจจำนวนผู้ใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” ของจุดรับชำระโทรคมนาคม อาคารระหว่างประเทศ ผู้โดยสารขาออก (Departure) มีผู้ใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” จำนวน 2,810 คน

ขั้นตอนที่ 2. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) จากผู้ใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” จำนวน 2,810 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ รวม 350 คน ดังต่อไปนี้

2.1 หาช่วงห่างระหว่างประชากรที่ถูกสุ่ม (k) โดยประชากรที่ใช้บัตร “THAICARD” จำนวน 2,810 คน ต้องการกลุ่มตัวอย่าง 350 คน ดังนั้นช่วงห่าง (k) เท่ากับ 8

2.2 หาดำแหน่งเริ่มของประชากรที่ถูกสุ่ม ซึ่งกำหนดให้คนที่ 5 เป็นคนแรกในการเริ่มสุ่ม

2.3 ประชากรที่ได้รับเลือกในการสุ่มคนต่อไป คือ คนที่ 13, 21, 29, 37, 45, 53, 61.....ตามลำดับ จนได้กลุ่มตัวอย่างครบ 350 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการสร้าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaires) และแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaires) ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” ความรู้ความเข้าใจในการใช้บัตร ความรู้สึกรู้สีก่อนการใช้บัตร พฤติกรรมในการใช้บัตร ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวอย่าง ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการบัตร โทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD”

1. ระดับการศึกษา
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อการใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้ความเข้าใจต่อการใช้บัตรโทรศัพท์ฯ หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ความชัดเจนของเสียง วิธีใช้บัตร ความยากง่ายในการโทรติด การกำหนดวันหมดอายุของบัตร สามารถใช้กับเครื่องโทรศัพท์ทั่วไป โทรไปต่างประเทศได้ทั่วโลก โทรกลับจากต่างประเทศมายังประเทศไทย โทรจากต่างประเทศไปยังปลายทางประเทศต่าง ๆ และใช้โทรภายในประเทศได้ รวมทั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านตราสินค้า ลักษณะการตอบจะเป็นการให้แสดงความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามมาตรวัดแบบลิเกิร์ต (Likert's Scale) แบบสอบถามมีทั้งหมด 30 ข้อ ให้ผู้ตอบเลือกขีดตอบลงในช่องใดช่องหนึ่งที่ตรงกับความรู้สึกของตนเองมากที่สุด ผู้ตอบแต่ละคนจะได้คะแนนระหว่าง 30-150 คะแนน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการซื้อขาย การตลาด และตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บัตร

ตัวอย่าง แบบสอบถามความรู้ความเข้าใจต่อการใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศฯ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

- โทรกลับจากต่างประเทศมายังประเทศไทยได้

.....
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2. ด้านราคา

- ราคาค่าบริการเหมาะสม และคุ้มค่า

.....
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- สถานที่จำหน่ายบัตรมีจำนวนมาก

.....
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การโฆษณาสามารถสื่อเข้าใจได้ง่าย

.....
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

5. ด้านตราสินค้า

- ตราสินค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป (โดยส่วนมาก)

.....
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความรู้สึกระหว่างประเทศฯของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 41 ข้อ คำถามจะเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบบัตร คุณภาพบัตร วิธีการใช้บัตร รวมทั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านตราสินค้า ลักษณะการตอบจะเป็นการให้แสดงความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามมาตรวัดแบบลิเกิร์ต (Likert's Scale) ให้ผู้ตอบเลือกขีดตอบลงในช่องใดช่องหนึ่งที่ตรงกับความรู้สึกของตนเองมากที่สุด ผู้ตอบแต่ละคนจะได้คะแนนระหว่าง 41 - 205 คะแนน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อกลยุทธ์การตลาด และตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บัตร

ตัวอย่าง แบบสอบถามความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD”

1. ด้านผลิตภัณฑ์

- คุณภาพเสียงชัดเจน

.....

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2. ด้านราคา

- ราคาที่ให้เลือกรโทรตามช่วงเวลา

.....

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- สถานที่จำหน่ายบัตร เดินทางไป-มา สะดวก

.....

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- พนักงานมีความรู้ในเรื่องบัตร เป็นอย่างดี

.....

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

5. ด้านตราสินค้า

- ความมีชื่อเสียงยาวนาน

.....

มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การให้คะแนนความเห็น

ระดับความสำคัญ

คะแนน

มากที่สุด 5

มาก 4

ปานกลาง 3

น้อย 2

น้อยที่สุด 1

ตอนที่ 4 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตร ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ มีทั้งหมด 13 ข้อ คำถามจะเกี่ยวกับ ยี่ห้อบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศที่นิยมใช้ รูปแบบบัตรที่นิยมซื้อ ความถี่ในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ประเภทของโทรศัพท์ที่ใช้โทรศัพท์ ความถี่ในการเดินทางไปต่างประเทศ จำนวนนาฬิกาที่ใช้ในการโทร เหตุผลที่เดินทางไปต่างประเทศ ความสม่ำเสมอในการใช้บัตร ราคาบัตรที่นิยมซื้อ สถานที่ในการซื้อบัตร สื่อโฆษณาที่รับรู้ และแนวโน้มที่จะใช้บัตรในอนาคต

ตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD”

1. ราคาบัตร ที่ท่านนิยมซื้อมากที่สุด
2. ท่านคิดว่าจะซื้อบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” ใช้อีกหรือไม่

ซึ่งแบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เจตคติต่อกลยุทธ์การตลาด และตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บัตร เกณฑ์ที่ใช้แปลความหมายผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย น้อยกว่า 0.33 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 0.34 – 0.66 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.67 – 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับมาก

ตอนที่ 5 เป็นการให้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD”

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือสำหรับการทำวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำเครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษา 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัย และด้านการศึกษา ดังนี้

1. นายอนุสรณ์ สินธพานนท์ ผู้จัดการส่วน ส่วนงานบริการลูกค้า ทำอากาศยาน บมจ. กสท โทรคมนาคม

2. นางสุพิศ เล้าอติมาน ผู้จัดการส่วน ส่วนพัฒนางานบริการ บมจ. กสท โทรคมนาคม

3. อาจารย์พัชรินทร์ พันแน่น อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก

4. ดร.สุพจน์ พันธุ์ยะ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

5. ดร.มงคล นาฏกระสูตร มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ แล้วดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) โดยวิเคราะห์จากดัชนีความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน หลังจากนั้นคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป นำไปทดลองใช้

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 50 ตัวอย่าง และสัมภาษณ์ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจข้อคำถามชัดเจนหรือไม่ แล้วดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) = 0.8452

ขั้นตอนที่ 6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากพนักงานของ บมจ. กสท โทรคมนาคม ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้ทำการแจกจ่ายแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการบัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 ชุด ได้กรอกแบบสอบถาม
2. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ภายใน 30 วัน
3. สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบ 350 ชุด
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องของคำตอบในแบบสอบถาม
5. นำข้อมูลดิบมาจัดหมวดหมู่และสร้างคู่มือลงรหัส
6. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

1. ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลต่อแบบทดสอบ ภายหลังจากที่ส่งให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจง

2. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

2.1 สัดส่วนร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ใช้วิเคราะห์เพื่อบรรยายลักษณะของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และระดับปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อกลยุทธ์การตลาด และตราสินค้ากับพฤติกรรมการใช้บัตรโทรศัพท์ระหว่างประเทศ “THAICARD” โดยใช้ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) และค่า Contingency Co-Efficient

ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร