

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) (คุณทลี เวชสาร, 2542, หน้า 32) เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอให้ผู้ตอบ และให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเองในแบบสอบถาม (self-administered questionnaire)

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สมาชิกผู้ตอบรับบริการโทรศัพท์ผ่านทางสาย ระบบตอบรับสมาชิก ทูริวิชั่นส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพื้นที่การให้บริการของ ทูริวิชั่นส์ ในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งออกเป็น 4 พื้นที่ ชุมสายหลัก (HUB) ประกอบด้วย

1. พื้นที่ชุมสายหลักอโศก (ASD HUB) ประกอบด้วยพื้นที่ชุมสายย่อย (PTN--Pseudo Transmission Node) 15 พื้นที่ ดังนี้ อโศก สามเสน อินทามระ ลาดพร้าว(2) กรุงเทพมหานคร พหลโยธิน เพลินจิต สุขุมวิท ชัยพฤกษ์ คลองเตย ยานนาวา ทุ่งมหาเมฆ ปทุมวัน และ สุรวงศ์
2. พื้นที่ชุมสายหลักทุ่งสองห้อง (TSG HUB) ประกอบด้วยพื้นที่ชุมสายย่อย 13

พื้นที่ ดังนี้ บางขุน บางเขน บางซื่อ หลักสี่ บางบัวทอง แจ้งวัฒนะ คอนเมือง สีกัน  
ลาดพร้าว(1) นนทบุรี งามวงศ์วาน ปากเกร็ด และ ทุ่งสองห้อง

3. พื้นที่ชุมสายหลักลาดหญ้า (LTY HUB) ประกอบด้วยพื้นที่ชุมสายย่อย 14  
พื้นที่ ดังนี้ บางแค บางพลัด จรัลสนิทวงศ์ ดาวคะนอง เอกชัย ลาดหญ้า ราษฎร์บูรณะ  
ธนบุรี หนองแขม หมู่บ้านเศรษฐกิจ พระประแดง ภาษีเจริญ ตำราญราช และถนนตก

4. พื้นที่ชุมสายหลักพระโขนง (PKG HUB) ประกอบด้วยพื้นที่ชุมสายย่อย 11  
พื้นที่ ดังนี้ บางชัน บางพลี บางนา หัวหมาก คลองจั่น อ่อนนุช พระโขนง ปู่เจ้าสมิงพราย  
รามคำแหง รามอินทรา และสมุทรปราการ

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกผู้ตอบรับบริการโทรศัพท์ผ่านสาย  
ระบบตอบรับสมาชิก โทรทัศน์ส โดยคำนวณจากจำนวนผู้รับบริการในปี พ.ศ. 2553 มี  
จำนวนสมาชิกที่รับบริการทั้งสิ้น 110,604 ราย ดังแสดงในตาราง 2

#### ตาราง 2

แสดงจำนวนสมาชิกที่รับบริการ True Visions

(หน่วย : ราย)

| ชุมสายหลัก (HUB) | จำนวนสมาชิกที่รับบริการ |
|------------------|-------------------------|
| ASD              | 39,275                  |
| LTY              | 20,123                  |
| PKG              | 24,449                  |
| TSG              | 28,297                  |
| รวม              | 110,604                 |

ที่มา. จาก รายงานจำนวนผู้รับบริการประจำเดือนมิถุนายน 2553, โดย บริษัท  
ทรูมัลติมีเดีย จำกัด, 2553. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ใช้ตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับจำนวนตัวอย่างของ Yamane (อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538, หน้า 233-234) กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ระดับความสำคัญ 0.05 โดยคิดค่าความคลาดเคลื่อน ( $e$ ) เท่ากับ 0.5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ค่าสถิติที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยทำการเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 440 คน

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) โดยมีลำดับดังนี้

1. ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544, หน้า 14) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ตามเขตการให้บริการของ ทรวินชี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการเลือกตัวอย่างโดยใช้พื้นที่ (area sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544, หน้า 14) จากนั้นเลือกตัวอย่างสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) ด้วยการเลือกโดยใช้การจับฉลาก (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544, หน้า 8) โดยเขียนชื่อชุมสายหลักใส่ฉลากทั้งสิ้น 4 ชื่อ นำฉลากทั้งหมดมาใส่กล่องเขย่าให้ปะปนกันแล้วจึงหยิบฉลากออกมา 1 ชื่อ ได้พื้นที่ชุมสายหลักคือ โสภ
2. ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นสัดส่วนกับจำนวนหน่วยทั้งหมดในพื้นที่ (proportionate stratified random sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544, หน้า 12) ตามพื้นที่ชุมสายย่อย จำนวน 15 พื้นที่ ซึ่งนำมาจัดสรรแบบสอบถามผู้รับบริการ ตามสัดส่วนจำนวนผู้รับบริการแต่ละพื้นที่ รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ราย ตามตาราง 3
3. ในการนำเสนอแบบสอบถาม ใช้วิธีมอบหมายพนักงานซ่อมบำรุง เป็นผู้นำส่งแบบสอบถามให้ถึงมือสมาชิก ทรวินชี

### ตาราง 3

แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนตัวอย่าง

(หน่วย : ราย)

| รายชื่อพื้นที่ชุมสายย่อย (PTN) | จำนวนสมาชิก | จำนวนตัวอย่าง |
|--------------------------------|-------------|---------------|
| อ โสภ                          | 2,291       | 30            |
| สามเสน                         | 1,371       | 20            |

ตาราง 3 (ต่อ)

| รายชื่อพื้นที่ชุมชนสายย่อย (PTN) | จำนวนสมาชิก | จำนวนตัวอย่าง |
|----------------------------------|-------------|---------------|
| อินทามระ                         | 3,406       | 40            |
| ลาดพร้าว(2)                      | 4,922       | 50            |
| พหลโยธิน                         | 2,610       | 30            |
| กรุงเกษม                         | 1,355       | 20            |
| สุรวงศ์                          | 1,185       | 10            |
| เพลินจิต                         | 3,583       | 40            |
| ปทุมวัน                          | 1,019       | 10            |
| คลองเตย                          | 752         | 10            |
| ทุ่งมหาเมฆ                       | 2,360       | 30            |
| สารุประดิษฐ์                     | 879         | 10            |
| ชัยพฤกษ์                         | 5,923       | 60            |
| ตราชูจันทร์                      | 1,848       | 20            |
| สุขุมวิท                         | 5,771       | 60            |
| รวม                              | 39,275      | 440           |

ที่มา. จาก รายงานจำนวนผู้รับบริการประจำเดือนมิถุนายน 2553, โดย บริษัท  
ทรมัลติมีเดีย จำกัด, 2553, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น  
เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยถึงเหตุผลการรับบริการ และการ  
เก็บรักษาการรับบริการ ทรวิชั่นส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 6  
ส่วน ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลของสมาชิก ทรวู้ชั่นส์

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการรับบริการของสมาชิก ทรวู้ชั่นส์ ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะของที่พักอาศัย จำนวนจุดรับบริการ แพคเกจ (package) ที่รับบริการ รวมจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการให้บริการโทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวู้ชั่นส์ เป็นคำถามโดยใช้สเกล Likert Scale ที่มีคำถามให้เลือก 5 ตัวเลือกจาก 7 ข้อใหญ่ มี 33 ข้อย่อย

โดยกำหนดระดับคะแนนตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ระดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการให้บริการโทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวู้ชั่นส์ ในสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (class interval: I) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 19) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น (I)} &= \frac{\text{พิสัย (R)}}{\text{จำนวนชั้น (K)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาระดับคะแนนเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

|           |                                          |
|-----------|------------------------------------------|
| 4.21-5.00 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 3.41-4.20 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วย          |
| 2.61-3.40 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เฉย ๆ             |

1.81-2.60 แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วย

1.00-1.80 แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

**ส่วนที่ 3** สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการโทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิชั่นส์ เป็นคำถามโดยใช้สเกล Likert Scale ที่มีคำถามให้เลือก 5 ตัวเลือกจาก 7 ข้อใหญ่ มี 33 ข้อย่อย

โดยกำหนดระดับคะแนนตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ระดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการโทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิชั่นส์ ในสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (class interval: I) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 19) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น (I)} &= \frac{\text{พิสัย (R)}}{\text{จำนวนชั้น (K)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

4.21-5.00 แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.41-4.20 แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วย

2.61-3.40 แสดงความมีลักษณะโดยรวม เฉย ๆ

1.81-2.60 แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วย

1.00-1.80 แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

**ส่วนที่ 4** สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้รับบริการต่อตราสินค้า  
ทรูวิชั่นส์ เป็นคำถามโดยใช้สเกล Likert Scale ที่มีคำถามให้เลือก 5 ตัวเลือกจาก 10 ข้อ  
โดยกำหนดระดับคะแนนตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ระดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้รับบริการ  
ต่อตราสินค้า ทรูวิชั่นส์ ในสูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (class interval: I) (กัลยา  
วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 19) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น (I)} &= \frac{\text{พิสัย (R)}}{\text{จำนวนชั้น (K)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนน  
ได้ดังนี้

|           |                                             |
|-----------|---------------------------------------------|
| 4.21-5.00 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |
| 3.41-4.20 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วย             |
| 2.61-3.40 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เฉย ๆ                |
| 1.81-2.60 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วย          |
| 1.00-1.80 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

**ส่วนที่ 5** สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคามการให้บริการโทรทัศน์  
ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรูวิชั่นส์ เป็นคำถามโดยใช้สเกล Likert Scale ที่มี  
คำถามให้เลือก 5 ตัวเลือกจาก 4 ข้อ

โดยกำหนดระดับคะแนนตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ

ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ระดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคามการให้บริการ  
โทรทัศน์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทูริชัสน์ ในสูตรคำนวณหาความกว้างของ  
ชั้น (class interval: I) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, หน้า 19) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น (I)} &= \frac{\text{พิสัย (R)}}{\text{จำนวนชั้น (K)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย สามารถแปลความหมายของระดับคะแนน  
ได้ดังนี้

|           |                                             |
|-----------|---------------------------------------------|
| 4.21-5.00 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |
| 3.41-4.20 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เห็นด้วย             |
| 2.61-3.40 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม เฉย ๆ                |
| 1.81-2.60 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วย          |
| 1.00-1.80 | แสดงความมีลักษณะโดยรวม ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

ส่วนที่ 6 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้งานของสมาชิก ทูริชัสน์ ได้แก่  
ระยะเวลาที่รับบริการ และความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับเวลาที่คิดว่าจะรับบริการ  
ทูริชัสน์ ต่อไปในอนาคต รวมจำนวน 2 ข้อ

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรักษาผู้รับบริการ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด บริการ และภัยคุกคามในการให้บริการ ทฤษฎีชั้นต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของสมาชิก ทฤษฎีชั้นต้น

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้บริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทฤษฎีชั้นต้น

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทฤษฎีชั้นต้น

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้รับบริการต่อตราสินค้า ทฤษฎีชั้นต้น

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคามการให้บริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทฤษฎีชั้นต้น

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการใช้งานของสมาชิก ทฤษฎีชั้นต้น

3. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้บริหาร บริษัท ทรมัลติมีเดีย จำกัด ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและเสนอแนะเพิ่มเติม ได้ค่า IOC มีค่ามากกว่า 0.5 ในทุกข้อ (ภาคผนวก ค)

4. ปรับปรุงแบบสอบถาม ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง แล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อนำมาหาความเชื่อถือได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach ค่า Alpha ที่ได้ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.948

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกภาคสนาม (field study) ในระหว่างเดือน สิงหาคม 2553 ถึงเดือนกันยายน 2553 โดยมอบหมายพนักงานซ่อมบำรุง เป็นผู้นำส่งแบบสอบถามให้ถึงมือสมาชิก ทรวิชั่นส์ ที่นัดหมายพนักงานซ่อมบำรุงเข้าแก้ไขปัญหาการรับบริการ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากสมาชิก ตามพื้นที่ชุมชนสายย่อย ในเขตกรุงเทพมหานคร

## การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด 440 ชุด ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และคัดเลือกรหัสที่สมบูรณ์ ได้จำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วมาลงรหัส เพื่อนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ข้อมูล
3. คำนวณข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัก्यลูกค้า โดยวิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. คำนวณข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังการใช้บริการกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้การบริการ โทรศัพท์ทางสายระบบตอบรับเป็นสมาชิก ทรวิชั่นส์ โดยใช้สถิติทดสอบ  $t$  test
5. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (multivariate regression analysis) ด้วยวิธี Stepwise