บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา คุณภาพการบริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ที่รับบริการจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการบริการของสำนักงานฯ เก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มประชากรเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administrated Questionnaires) จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้อง รวบรวมแบบสอบถาม ลงรหัส และนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงสถิติ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ประชากร
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3.5 เกณฑ์การแปลผล

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ สมาชิกเครือข่ายธุรกิจบิสคลับอำนาจเจริญ จำนวน 212 ราย (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ, 2565: เว็บไซต์)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนามาจากตัวชี้วัดในการทำงาน และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ที่รับบริการตามขอบเขตของการวิจัย จากนั้นได้สร้างเครื่องมือวิจัยขึ้นมาเพื่อเก็บข้อมูลโดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเก็บข้อมูลจากสมาชิกเครือข่ายธุรกิจบิสคลับอำนาจเจริญ

3.2.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลมาจาก 2 แหล่งข้อมูล ได้แก่

3.2.1.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.1.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยได้มอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านกระบวนการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reline Ability) หาค่าความเที่ยง (Validity) มาแล้วให้สมาชิกเครือข่ายธุรกิจบิสคลับอำนาจเจริญ เป็นผู้ตอบด้วยตนเอง จำนวน 212 ชุด เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการให้บริการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน และจำนวนครั้งที่เข้ารับบริการ/ปี

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ ในคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยใช้มาตรวัดความคิดเห็นแบบ Rating scale ตามแบบของ Likert ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) มีคำถาม 5 ข้อ

(2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มีคำถาม 5 ข้อ

(3) ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) มีคำถาม 5 ข้อ

(4) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีคำถาม 5 ข้อ

(5) ด้านการเอาใจใส่ในบริการ (Empathy) มีคำถาม 5 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการ โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

(1) ตรงกับระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของท่านมากที่สุด ให้ค่า 5 คะแนน

(2) ตรงกับระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของท่านมาก ให้ค่า 4 คะแนน

(3) ตรงกับระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของท่านปานกลาง ให้ค่า 3 คะแนน

(4) ตรงกับระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของท่านน้อย ให้ค่า 2 คะแนน

(5) ตรงกับระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้ของท่านน้อยที่สุด ให้ค่า 1คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ

3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการดำเนินการดังนี้

3.2.2.1 สร้างกรอบแนวคิดวิจัย โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ การรับรู้ และความคาดหวังต่อการให้บริการ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมาสร้างเป็นร่างแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามสอดคล้องกับประเด็นตามกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

3.2.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายละเอียดในแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.2.3 นำร่างข้อคำถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อ 3.2.2.2 ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) หลังจากนั้นนำร่างข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ได้ตรวจสอบ มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ที่เรียกว่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) ซึ่งมีสูตรที่ใช้ในการหาค่าดังนี้ (สิทธิ์ ธีรสรณ์, 2550: 141)

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3.1)$$

เมื่อ

IOC แทน ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การพิจารณาความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม จะเป็นการพิจารณาข้อคำถามรายข้อจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญเป็น 3 ระดับ ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

-1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

ข้อคำถามที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 ขึ้นไป ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.87 – 1.00 โดยมีค่าเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.81 ดังตารางที่ 3.1

3.2.2.4 นำข้อคำถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้รับบริการ ณ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทำการตรวจสอบและแก้ไขจุดบกพร่อง

3.2.2.5 นำข้อคำถามที่คัดเลือกไว้ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อคำถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตร วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (สิทธิ์ ธีรสรณ์, 2550: 141) ซึ่งข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ค่า IOC และค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่า IOC	ค่า Cronbach' s alpha
1. ความคาดหวัง			
1.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ	5	1.00	.80
1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้	5	0.87	.85
1.3 ความเชื่อมั่นในการบริการ	5	0.93	.90
1.4 การตอบสนองความต้องการ	5	0.93	.95
1.5 การเอาใจใส่ในบริการ	5	1.00	.89
ภาพรวม	**25**	**0.95**	**0.95**

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตารางที่ 3.1 ค่า IOC และค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่า IOC	ค่า Cronbach' s alpha
2. การรับรู้			
2.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ	5	1.00	.66
2.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้	5	0.87	.84
2.3 ความเชื่อมั่นในการบริการ	5	0.93	.70
2.4 การตอบสนองความต้องการ	5	0.93	.84
5.5 การเอาใจใส่ในบริการ	5	1.00	.79
ภาพรวม	**25**	**0.95**	**0.81**

3.2.2.6 ปรับปรุงข้อคำถามให้เป็นเครื่องมือฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปเก็บข้อมูลในการวิจัยต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.3.1 ผู้วิจัยทำหนังสือเพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามจากมหาวิทยาลับอุบลราชธานี ถึงสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้รับบริการ

3.3.2 แจกแบบสอบถาม ให้ประชากรตอบแบบสอบถาม โดยเก็บจากประชากรทั้งหมด จำนวน 212 คน

3.3.3 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ผู้รับบริการได้ตอบแบบสอบถามแล้ว เพื่อนำข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.1 การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha)

3.4.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และจำนวนครั้งที่เข้ารับบริการ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการหาค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นของประชากร จากข้อคำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.4.3 สถิติ Independent Sample t-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

3.4.4 ค่า One-way ANOVA ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกออกเป็นตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และหาความแตกต่างรายคู่ด้วยสถิติ Least Significant Difference (LSD)

3.4.5 สถิติ Paired-Samples t-test ใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการ

3.4.6 การวิเคราะห์หาคุณภาพการให้บริการ โดยการใช้ค่าคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้ ลบด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ (Service Quality = Perceived Service Minus Expected Service หรือ P-E) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)

3.5 เกณฑ์การแปลผล

การแปลผลคะแนนของข้อคำถาม มีดังนี้

3.5.1 การแปลผลระดับคะแนนของข้อคำถาม เกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอำนาจเจริญ ได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ และแบ่งช่วงระดับคะแนนโดยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2550) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \qquad (3.2)$$

แทนค่า

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

3.5.2 การแปลผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ โดยการใช้ค่าคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้ลบด้วย ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ (Service Quality = Perceived Service Minus Expected Service หรือ P-E) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) ซึ่งมีค่า 3 ระดับ คือ

3.5.2.1 คะแนนระดับการรับรู้ – คะแนนระดับความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น + (บวก) หมายถึง การบริการมีคุณภาพสูง เป็นที่พอใจมากในคุณภาพของการบริการ

3.5.2.2 คะแนนระดับการรับรู้ – คะแนนระดับความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น 0 (ศูนย์) หมายถึง การบริการมีคุณภาพปานกลาง เป็นที่พอใจในคุณภาพของการบริการ

3.5.2.3 คะแนนระดับการรับรู้ – คะแนนระดับความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น - (ลบ) หมายถึง การบริการมีคุณภาพต่ำ ไม่เป็นที่พอใจในคุณภาพของการบริการ

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี