

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของ  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมา-  
ธิราช เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็น  
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัย โดยการดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ มหาบัณฑิตและนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)  
รุ่น 1 ถึงรุ่น 4 จำนวน 185 คน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 185 คน  
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$n$  = หมายถึง ขนาดตัวอย่าง

$N$  = หมายถึง ประชากร

$e$  = หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

$$\text{ดังนั้นขนาดที่พอเหมาะของกลุ่มตัวอย่าง} = \frac{185}{1 + 185(0.05)^2} = 127 \text{ คน}$$

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างได้จากวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ

รุ่นที่	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	22	15
2	71	49
3	57	39
4	35	24
รวม	185	127

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของมหาบัณฑิตและนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เกี่ยวกับ เพศ อายุ คุณวุฒิ และสาขาก่อนเข้าศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) เกรดเฉลี่ย และรายได้

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเรื่องคุณภาพการบริการของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 7 ลำดับ ตั้งแต่ระดับ 1-7 ได้แก่

- 1 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้ต่ำที่สุด
- 2 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้ต่ำมาก
- 3 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้ต่ำ
- 4 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้ปานกลาง
- 5 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้มาก
- 6 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้มากมาก
- 7 หมายถึง การคาดหวัง / การรับรู้มากที่สุด

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเรื่องคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 7 ลำดับ ตั้งแต่ระดับ 1-7 ได้แก่

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมากที่สุด
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย
- 4 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 5 หมายถึง เห็นด้วยเล็กน้อย
- 6 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 7 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

**ส่วนที่ 4** เป็นแบบสอบถามปลายเปิดถามเรื่องปัญหาและข้อเสนอแนะ

**2.2 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ** ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อให้ได้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมที่มีคุณภาพ และเมื่อนำไปใช้จริงจะไม่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความไม่เข้าใจ อีกทั้งยังเป็นการทดสอบเพื่อดูว่าแบบสอบถามที่ใช้นี้ครอบคลุมทุกปัจจัยที่ต้องการวิจัยหรือไม่ เพื่อความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือของงานวิจัย โดยมีการดำเนินการดังนี้

1) ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบจุดบกพร่องที่ควรแก้ไข และเพิ่มเติมในส่วนที่สำคัญเพื่อความเที่ยงตรงในการเก็บข้อมูลของงานวิจัย (รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในภาคผนวก)

2) เมื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาข้อมูลในแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเหล่านี้ทำการทดสอบด้วยการเก็บข้อมูลจากมหาบัณฑิตและนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

**ตารางที่ 3.1** ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ส่วนที่	ค่าความน่าเชื่อถือ
1. การคาดหวัง	0.993
2. การรับรู้	0.987
3. คุณค่าตราผลิตภัณฑ์	0.991

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ใช้แบบสอบถาม 127 ชุดตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามดังกล่าวให้มหาบัณฑิตและนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) ทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่ได้รับจากสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รุ่นที่ 1-4 จำนวน 127 คน ผู้วิจัยใช้เวลา 4 เดือนในการติดตามแบบสอบถามที่แจกไปจนได้แบบสอบถามคืน 127 ชุด จึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยชุดโปรแกรมสถิติเพื่อสังคมศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาในรูปของการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

#### เกณฑ์การแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538, หน้า 8-11)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{7-1}{5} \\ &= 1.20 \end{aligned}$$

1) การแปลความหมายความคาดหวัง ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.19	แปลความว่า คาดหวังน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 2.20 - 3.39	แปลความว่า คาดหวังน้อย
คะแนนเฉลี่ย 3.40 - 4.59	แปลความว่า คาดหวังปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 4.60 - 5.79 แปลความว่า คาดหวังมาก  
 คะแนนเฉลี่ย 5.80 - 7.00 แปลความว่า คาดหวังมากที่สุด

2) การแปลความหมายของการรับรู้ ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.19 แปลความว่า รับรู้น้อยที่สุด  
 คะแนนเฉลี่ย 2.20 - 3.39 แปลความว่า รับรู้น้อย  
 คะแนนเฉลี่ย 3.40 - 4.59 แปลความว่า รับรู้ปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ย 4.60 - 5.79 แปลความว่า รับรู้มาก  
 คะแนนเฉลี่ย 5.80 - 7.00 แปลความว่า รับรู้มากที่สุด

3) ค่าคุณภาพการบริการได้จากการเปรียบเทียบค่าการรับรู้กับค่าการคาดหวัง

ถ้าค่าการรับรู้ สูงกว่า ค่าการคาดหวัง หมายถึง มีคุณภาพสูง  
 ถ้าค่าการรับรู้ เท่ากับ ค่าการคาดหวัง หมายถึง คุณภาพเป็นที่น่าพอใจ  
 ถ้าค่าการรับรู้ ต่ำกว่า ค่าการคาดหวัง หมายถึง คุณภาพไม่เป็นที่น่าพอใจ

4) การแปลความหมายคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.19 แปลความว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง  
 คะแนนเฉลี่ย 2.20 - 3.39 แปลความว่า เห็นด้วยน้อย  
 คะแนนเฉลี่ย 3.40 - 4.59 แปลความว่า เห็นด้วยปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ย 4.60 - 5.79 แปลความว่า เห็นด้วยมาก  
 คะแนนเฉลี่ย 5.80 - 7.00 แปลความว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลความหมายการคาดหวังบริการ การรับรู้บริการ และคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย จะต้องพิจารณาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานประกอบด้วย

5) สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle D. E. 1998, p.118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.70 - .89	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.50 - .69	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.30 - .49	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .29	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก