

บทที่ 3

วิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ศูนย์บริการลูกค้าสาขาวัดเกตฯ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ศูนย์บริการลูกค้าสาขาวัดเกตฯ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยพื้นที่ที่ทำการศึกษายู่ในเขตตำบลท่าศาลา ตำบลฟ้าฮ่าม ตำบลวัดเกต ตำบลสันผีเสื้อ และ ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลท่าศาลา ตำบลฟ้าฮ่าม ตำบลวัดเกต ตำบลสันผีเสื้อ และ ตำบลหนองป่าครั่ง ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 50,439 คน ซึ่งผู้วิจัยตั้งสมมุติฐานว่าอยู่ในกลุ่มผู้ที่สามารถใช้โทรศัพท์สาธารณะได้เป็นส่วนใหญ่ (ตาราง 2)

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรดังกล่าวข้างต้นโดยดำเนินการดังนี้

1. การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ผู้วิจัยทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในพื้นที่ทั้งหมด 50,439 คน ณ ความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ใช้การกำหนดโดยตาราง Krejcie and Morgan (ม.ป.ป. อ้างโดย จงกล แสงอาสภวิริยะ, 2541: 281) ได้ขนาดตัวอย่าง 381 คน ทั้งนี้เพื่อให้มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. ทำการหาอัตราส่วน (Ratio Sampling) เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ตำบล เนื่องจากแต่ละพื้นที่ตำบลมีจำนวนประชากรที่ไม่เท่ากัน จึงได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย ตามอัตราส่วนของประชากรแต่ละตำบล สามารถแยกเป็นเขตตำบลท่าศาลา จำนวน 40 ราย เขต

ตำบลฟ้าฮ่าม จำนวน 49 ราย เขตตำบลวัดเกตุ จำนวน 191 ราย เขตตำบลสันผีเสื้อ จำนวน 68 ราย และเขตตำบลหนองป่าครั่ง จำนวน 52 ราย (ตาราง 3)

3. ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มจากการจับสลาก โดยนำบัญชีเลขหมายโทรศัพท์สาธารณะที่ให้บริการในพื้นที่ตำบลท่าศาลา 81 เลขหมาย ตำบลฟ้าฮ่าม 73 เลขหมาย ตำบลวัดเกตุ 208 เลขหมาย ตำบลสันผีเสื้อ 70 เลขหมาย และ ตำบลหนองป่าครั่ง 85 เลขหมาย รวมจำนวน 517 เลขหมาย (ภาคผนวก) เป็นตัวแทนของผู้ใช้บริการทั้งหมด แล้วทำการสุ่มจับขึ้นมาตามจำนวนที่ได้ระบุไว้ในขั้นต้นได้ 400 เลขหมาย

4. เก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) โดยตรง ตามตำแหน่งที่ตั้งของเลขหมายซึ่งได้ทำการสุ่มจากการจับสลากไว้แล้ว 400 เลขหมาย เลขหมายละ 1 คนโดยการสอบถาม สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะที่ออกจากตู้โทรศัพท์สาธารณะ โดยให้กระจายได้ทั่วถึงมากที่สุด

ตาราง 2 จำนวนประชากรที่คาดว่าใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ตำบล	ชาย	หญิง	รวม
ตำบลท่าศาลา	2,381	2,666	5,047
ตำบลฟ้าฮ่าม	2,994	3,160	6,154
ตำบลวัดเกตุ	11,765	12,286	24,051
ตำบลสันผีเสื้อ	4,081	4,455	8,536
ตำบลหนองป่าครั่ง	3,115	3,536	6,651
รวม	24,336	26,103	50,439

ที่มา: สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2549)

ตาราง 3 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ แยกตามเขตตำบล

ตำบล	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ตำบลท่าศาลา	5,047	40
ตำบลฟ้าฮ่าม	6,154	49
ตำบลวัดเกตุ	24,051	191
ตำบลสันผีเสื้อ	8,536	68
ตำบลหนองป่าครั่ง	6,651	52
รวม	50,439	400

เครื่องมือในการวิจัย

ในการสอบถามใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนววัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close – Ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open - Ended Questions) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ได้แก่ ประเภทเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ เหตุผลที่ใช้ จำนวนครั้งที่ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้ต่อครั้ง ระยะเวลาที่ใช้ ปลายทางที่ติดต่อ และการใช้บริการในอนาคต โดยคำถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบ (Close – Ended Questions)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประเมินค่าโดยใช้ Rating Scale โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 6 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และไม่มีผล

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประเมินค่าโดยใช้ Rating Scale โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มีประสิทธิภาพมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ของผู้ใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประเมินค่าโดยใช้ Rating Scale โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

วิธีการรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด การเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเองให้กับผู้ใช้บริการ 1 คนต่อ 1 ชุด หากซ้ำกันให้สอบถามผู้ใช้บริการรายถัดไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากตำรา วารสาร หนังสือ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และรายงานข้อมูล ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการเลขหมายละ 1 คนและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามคืน แล้วนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

2. การคำนวณน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) ศึกษาโดยวัดลำดับความสำคัญของปัจจัย โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Likert's เป็นเกณฑ์วัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตศูนย์บริการลูกค้าสาขาภาค อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้หลักของ Likert's Scales แบ่งระดับการตัดสินใจออกเป็น 5 ตัวเลือก (บุญชม ศรีสะอาด, 2535: 100) ดังนี้ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยให้ระดับคะแนน 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจใช้หลักในการวัด ดังนี้

ช่วงค่าคะแนน	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพ
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยกำหนดให้ระดับประสิทธิภาพเต็มตามเกณฑ์มาตรฐาน (Standard) ในระดับ 5 แต่ประสิทธิภาพที่น่าจะยอมรับได้ของการให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ซึ่งในที่นี้เรียกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Acceptable Criteria) อยู่ในระดับปานกลางขึ้นไป หรือช่วงวัดตั้งแต่ 2.51 ขึ้นไป