

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการดำเนินงาน และการให้บริการขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการขององค์กรโทรศัพท์ฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 26 เขต โดยศึกษาจากรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ในสมุดขาวทั้งหมด ซึ่งมีผู้ใช้บริการขององค์กรโทรศัพท์ฯทั้งหมด 1,598,365 เลขหมาย

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษานี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วกรุงเทพมหานคร โดยในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการกำหนดโดยอาศัยตาราง กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูป ของ Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งจากตารางดังกล่าวได้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ว่า กรณีประชากรมีจำนวนมากจนไม่สามารถนับได้ ต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 400 ราย ซึ่งในที่นี้ ประชากรมีเกิน 1 ล้าน 5 แสนคน จึงใช้เกณฑ์ดังกล่าวโดย กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

3.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

การวิจัยนี้จะใช้วิธีเลือกตัวอย่าง โดยแบ่งผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครออกตามสำนักงานบริการขององค์กรโทรศัพท์ ซึ่งมีทั้งหมด 26 แห่ง โดยการจับฉลากมา 1 ใน 2 ซึ่งจะเท่ากับ 13 แห่ง จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 400 คน หากด้วยจำนวนสำนักงานบริการที่จะทำการสุ่ม (13 แห่ง) จะได้ประมาณแห่งละ 31 คน ดังตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการดังตารางต่อไปนี้

เขต	จำนวน	ร้อยละ
สุรวงศ์	31	7.8
เพลินจิต	31	7.8
พหลโยธิน	31	7.8
สามเสน	31	7.8
รามคำแหง	31	7.8
รามอินทรา	31	7.8
บางนา	31	7.8
หนองแขม	31	7.8
บางพลัด	31	7.8
ราษฎร์บูรณะ	31	7.8
ลาดพร้าว	31	7.8
แจ้งวัฒนะ	31	7.8
ดอนเมือง	28	7.0
รวม	400	100.0

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยจะทําแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามปลายปิด (close- end) และคำถามปลายเปิด (open-end) และจะแบ่งเป็น 4 ตอนด้วยกัน คือ

- | | |
|---------|--|
| ตอนที่1 | ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ |
| ตอนที่2 | ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการขององค์กรโทรศัพท์ฯ ในด้านต่าง ๆ |
| ตอนที่3 | ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรโทรศัพท์ฯ |
| ตอนที่4 | ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงด้านบริการขององค์กรโทรศัพท์ฯ |

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) เป็นจำนวน 20 ชุด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการ โดยจะเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นของตอนที่ 2 เท่ากับ .80 ตอนที่ 3 เท่ากับ .71 และปรับปรุงแก้ไขเพื่อนำไปใช้จริงต่อไป

3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

- | | |
|-------------------------|--|
| <u>สมมุติฐานข้อที่1</u> | ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการ |
| | ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ภาพลักษณ์ |

สมมุติฐานข้อที่ 2	ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การ โทรศัพท์ฯ
สมมุติฐานข้อที่ 3	ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์ฯ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data Collecting) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data Collecting) ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จะทำการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - stage Sampling) ทั้งนี้ในการดำเนินการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการทั้ง 13 เขต ๆ ละประมาณ 31 คน

3.7 เกณฑ์การให้คะแนน

แบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งกรณีเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ทศนคติ จะใช้เกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert ซึ่งจะแบ่งเป็น 5 ระดับ และอ่านค่า คะแนนเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ค่าคะแนน	5	4	3	2	1
ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การวัดภาพลักษณ์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดหลักเกณฑ์ ดังนี้

- การวัดระดับความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยของคะแนน

ประมาณค่า 1.00-1.49	ถือว่า น้อยที่สุด
ประมาณค่า 1.50-2.49	ถือว่า น้อย
ประมาณค่า 2.50-3.49	ถือว่า ปานกลาง
ประมาณค่า 3.50-4.49	ถือว่า มาก
ประมาณค่า 4.50-5.00	ถือว่า มากที่สุด

- การรับรู้ภาพลักษณ์ ค่าเฉลี่ยของคะแนน

ประมาณค่า 1.00-1.49	ถือว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ประมาณค่า 1.50-2.49	ถือว่า ไม่เห็นด้วย
ประมาณค่า 2.50-3.49	ถือว่า ไม่แน่ใจ
ประมาณค่า 3.50-4.49	ถือว่า เห็นด้วย
ประมาณค่า 4.50-5.00	ถือว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะนำมาประเมินผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุป นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ส่วนวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะใช้การบรรยายข้อมูล โดยวิธีการแจกแจงความถี่ และใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามความเหมาะสมของตัวแปร ทั้งนี้ เพื่ออธิบายลักษณะของประชากร

และ ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์