

บทที่ 3

ระเบียบและวิธีวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาลึถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ใช้ของบริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัว โดยเลือกประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม

1. กลุ่มที่เคยใช้บริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัว โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ใช้บริการที่มาซื้อบัตรมือถือส่วนตัวที่จุดจำหน่ายบริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัว ณ สำนักงานบริการโทรศัพท์ 4 แห่ง ๆ ละ 50 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 200 ตัวอย่าง การเก็บข้อมูลจะสุ่มตัวอย่างวันละ 5 ราย

2. กลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัว โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากกลุ่มข้าราชการ กลุ่มนักเรียน - นักศึกษา กลุ่มพนักงานห้างร้าน กลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 4 กลุ่ม ๆ ละ 25 ตัวอย่างรวมทั้งหมด 100 ตัวอย่าง โดยจะทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ใช้บริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัว พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัว และทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือส่วนตัวต่อหน่วยงาน และความรู้ความเข้าใจและเหตุผลของผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้รวบรวมจากหนังสือวารสาร บทความ สิ่งพิมพ์และเอกสารงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีผู้จัดทำไว้แล้ว เช่นรายงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยจะดำเนินการโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์หัตสส่วนตัว ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัวดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยมีรายละเอียดของปัจจัยดังนี้

1. ระดับรายได้ของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการให้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว
2. ระดับอัตราค่าบริการ จะส่งผลกระทบต่อปริมาณของอุปสงค์การให้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว ซึ่งสมมติฐานว่าถ้าอัตราค่าบริการมีราคาลดลง ทำให้มีปริมาณการให้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัวเพิ่มขึ้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ระดับราคาของบริการประเภทอื่น เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่
5. การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณา

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัวนั้นจะศึกษาถึงศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์หัตสส่วนตัว เป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สถานที่ที่ใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว เช่น สถานที่ราชการ ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง โรงเรียน โรงแรม ศูนย์การค้า บ้านตัวเองและสถานที่สาธารณะ

2. ความถี่ในการใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว
3. เหตุผลในการใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว
4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว
5. จำนวนมูลค่าราคาที่ซื้อใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว
6. กครหัตสผิตบ่อยครั่ง

7. ลักษณะการใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว เช่น โทรภายในท้องถิ่น โทรทางไกลต่างจังหวัด โทรทางไกลต่างประเทศ และโทรติดต่อกับโทรศัพท์เคลื่อนที่

การศึกษาทัศนคติใช้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัวนั้นจะศึกษาถึงศึกษาทัศนคติการใช้บริการโทรศัพท์หัตสส่วนตัว และปัญหาพร้อมทั้งข้อเสนอแนะ เป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ดังนี้

1. ความสะดวกในการใช้บริการ โทรศัพท์สาธารณะ
2. เลือกซื้อรูปภาพอยู่บนบัตร
3. สถานที่จำหน่ายมีความเหมาะสมหรือเพียงพอต่อการซื้อบัตรหัตสส่วนตัว
4. ข้อเสนอแนะของให้บริการ โทรศัพท์หัตสส่วนตัว

ในส่วนของผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัวจะศึกษารายละเอียดต่างๆ การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เช่น

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัวว่าประชาชนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับบริการฯ นี้เพียงใด

2. ศึกษาถึงสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ไม่เลือกใช้บริการ โทรศัพท์รหัสส่วนตัว

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมทางสถิติเข้าช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม

1. การบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อทำการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่ามัธยฐาน

2. การวิเคราะห์ค่าสถิติ Chi – Square Test ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 %