

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการให้บริการเอทีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารั้ครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับทักษะคิดของผู้ใช้บริการเอทีเอสแอลที่มีต่อการให้บริการของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อขององค์กร และพฤติกรรมการซื้อของตลาดองค์กรซึ่งประกอบด้วย 1)ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีต่อการให้บริการเอทีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)

3.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้ครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 288 ราย จากการสำรวจตรวจนับโดยผู้ศึกษาเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2546 (ไม่มีข้อมูลการจดทะเบียนร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้บริการเอทีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2546 จำนวนทั้งสิ้น 67 ราย (ฐานข้อมูลลูกค้าเอทีเอสแอล บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ 67 ราย และ ผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่ใช้บริการเอทีเอสแอลของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) จากจำนวนประชากร 221 ราย เมื่อใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 99 ราย (อาวรุ วัฒนสิน 2536 : 102) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.3 วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมโดยใช้แบบสอบถามเจ้าของกิจการร้านบริการอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ตอนที่ 2 ทักษะทางด้านพฤติกรรมของร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้ติดตั้งบริการเอดีเอสแอลของบริษัททีทีแอนด์ที

ตอนที่ 3 ทักษะทางด้านพฤติกรรมของร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่ติดตั้งบริการเอดีเอสแอลของบริษัททีทีแอนด์ที

ตอนที่ 4 ทักษะด้านความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกรักของผู้ประกอบการร้านบริการอินเทอร์เน็ตที่มีต่อบริการเอดีเอสแอลของบริษัททีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากระบบฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) รายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) และรายงานประจำปีของบริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวัดระดับความคิดเห็น โดยวัดทัศนคติเป็นคำถามแบบประมาณค่าใช้ likert scales 5 ระดับ (เกษมสาหร่ายทิพย์ 2542 : 69) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด มีเกณฑ์ระดับความสำคัญในการให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.50-1.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ใช้เวลา 1 ปี ตั้งแต่เดือนกันยายน 2546 ถึงเดือนสิงหาคม 2547 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกรกฎาคม 2547

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved