

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตของการศึกษา ประชากร ขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูล และแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย และรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค อันประกอบด้วยชนิดของสื่อที่เลือกเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในแต่ละชั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 15-30 ปี ที่อาศัยหรือศึกษาหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่และเคยซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน โดยจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่ากลุ่มที่มีอายุ 21-30 ปี เป็นกลุ่มที่มีความต้องการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุระหว่าง 15-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 รวมเป็นกว่าร้อยละ 70 ของกลุ่มอายุทั้งหมด และเป็น 2 กลุ่มแรกที่มีอัตราการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เร็วที่สุด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549: ออนไลน์) ซึ่งจากความต้องการซื้อและอัตราการเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สูง จะทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่จากการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของผู้บริโภคที่มีอายุ 15-30 ปี และเคยซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มาแล้วภายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นจึงใช้จำนวนประชากรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีอายุระหว่าง 15-30 ปี ณ เดือนธันวาคม 2550 จำนวนทั้งสิ้น 19,061 คน โดยขนาดตัวอย่างคำนวณตามตารางสำเร็จรูปของ Herbert Askın and Raymond R. Colton (นราศรี iveauณิชกุล, 2540) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 321 คน

เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ฉะนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงได้มีการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 340 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการจัดสรรโควตา (Quota Sampling) ณ สถานที่ที่มีร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนี้

1. ศูนย์การค้า จำนวน 170 ราย ได้แก่
 - ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า จำนวน 85 ราย
 - ศูนย์การค้าสวนแก้ว จำนวน 85 ราย
 2. ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำนวน 100 ราย ได้แก่
 - คาร์ฟูร์ จำนวน 20 ราย
 - บิ๊กซี สาขาดอนจั่น จำนวน 20 ราย
 - บิ๊กซี สาขาหางดง จำนวน 20 ราย
 - เทสโก้โลตัส สาขาภาคคำเที่ยง จำนวน 20 ราย
 - เทสโก้โลตัส สาขาหางดง จำนวน 20 ราย
 3. อื่นๆ เช่น ร้านรอบมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีโชคพลาซ่า เป็นต้น จำนวน 70 ราย
- รวมทั้งสิ้นจำนวน 340 ราย

โดยสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่มาแล้วภายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน

3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีอายุ 15-30 ปี ที่อาศัยหรือศึกษาหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่มาแล้วภายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 340 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ค้นคว้าจากบทความทางวิชาการ งานวิจัย หนังสือ วารสาร และข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิเพื่อการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีอายุ 15-30 ปี ที่อาศัยหรือศึกษาหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มาแล้วภายในระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้งาน ยี่ห้อและราคาของโทรศัพท์เคลื่อนที่ สถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ลักษณะการทำงาน (Function) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่ใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นการเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนการซื้อ การตัดสินใจซื้อ การบริโภคอุปโภคสินค้า และประเมินผลหลังการซื้อ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นคำถามที่ใช้วัดผลของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้ (อุทิศย์ แก้วบุญเรือง และคณะ, 2543 : 17)

มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

จากการให้คะแนนข้อมูล เมื่อนำมาหาค่าคะแนนเฉลี่ย จะมีค่าตั้งแต่ 1.00 – 5.00 คะแนน และค่าคะแนนเฉลี่ยดังกล่าวมีความหมายแทนสื่อแต่ละชนิดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย โดยการ

แบ่งอันดับภาคชั้น ออกเป็น 5 ชั้น และให้ทุกอันดับภาคชั้นมีความกว้างเท่าๆกัน (ชั้นละ 0.80) ตามหลักวิชาสถิติพื้นฐานเบื้องต้น (อุทิศย์ แก้วบุญเรือง และคณะ, 2543 : 17)

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (t-test) และความแตกต่างของความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูลดังนี้ ศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว คาร์ฟูร์ บิ๊กซี (สาขาดอนจั่น และสาขาหางดง) เทสโก้โลตัส (สาขากาดคำเที่ยงและสาขาหางดง) ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่อื่นๆ เช่น ร้านที่ตั้งอยู่รอบมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีโชคพลาซ่า เป็นต้น และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 20 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 และได้มีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2552