

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้คำถาม 6Ws 1H และแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งเนื้อหาที่จะศึกษาประกอบด้วย ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ บทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โอกาสในการใช้บริการ ช่องทางหรือแหล่งที่ใช้บริการ ขั้นตอนในการตัดสินใจใช้บริการ ระดับผลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อการใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้บริการ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 14-22 ปี (ศิริกุล อิศรานุรักษ์, 2548: ออนไลน์) อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 10,211 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2551: ออนไลน์)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ใช้โทรศัพท์มือถือที่แน่นอน จึงอ้างอิงจากการสำรวจ “วัยรุ่นกับสื่อบนมือถือ” โดยทีมวิจัยตลาด i-connect พบว่าวัยรุ่นในต่างจังหวัดมีส่วนร่วมการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ ร้อยละ 72 (ฐานเศรษฐกิจ, 2551: C3) ดังนั้นกำหนดจำนวนจาก ประชากรวัยรุ่นอายุระหว่าง 14-22 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 10,211 คน ประมาณการณจำนวนผู้ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้คือ ร้อยละ 72 X 10,211 = 7,147.7 หรือ 7,148 คน

ดังนั้นจะทำการคัดเลือกตัวอย่าง จากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณหาตัวอย่างของ Taro Yamane (ประชุม สุวดี, 2541: 103) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย N = จำนวนประชากรวัยรุ่นอายุระหว่าง 14-22 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ และมีโทรศัพท์ที่เคลื่อนที่ใช้ จำนวน 7,148 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดไว้ที่ 0.05

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

เพราะฉะนั้น

$$n = \frac{7,148}{1 + [7,148 \times (0.05)^2]}$$

$$= \frac{7,148}{18.87}$$

$$= 378.80 \text{ คน}$$

ในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 396 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่ม  
ตัวอย่างวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิง กลุ่มละ 198 ตัวอย่าง แบ่งตามช่วงอายุ ระหว่าง 14-22 ปี ช่วง  
อายุละ 22 คน เท่ากัน

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม  
(Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นอายุ 14-22 ปี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่  
ใช้ และเคยใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 396 ตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจาก  
เอกสาร หนังสือ วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยอื่นๆ ตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์จาก  
อินเทอร์เน็ต ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการเก็บข้อมูลจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในแบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ระบบการชำระค่าบริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน และฟังก์ชันการทำงานของเครื่องลูกข่ายที่ใช้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบด้วย บริการเสริมที่ใช้บริการ วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสาเหตุที่เลือกใช้บริการเสริม โอกาสที่ใช้บริการเสริม ช่องทางหรือแหล่งที่ใช้บริการเสริม ขั้นตอนในการตัดสินใจใช้บริการเสริม วิธีการรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการเสริม ความถี่ในการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดระดับผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (กฤษณสิทธิ์ รื่นรัมย์, 2549: 87) วัดระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับที่มีผล	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ซึ่งการวัดระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ย โดยค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

### 3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2551 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552

### 3.6 สถานที่ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่แหล่งที่มีกลุ่มตัวอย่างอยู่จำนวนมาก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า เช่น ห้างเซ็นทรัลกาสด่วนแก้ว และ ห้างเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียนมัธยม และสถาบันกวดวิชา และ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved