

บทที่ 3

ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยขอบเขต การศึกษาและแหล่งข้อมูลและระยะเวลาในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านความรู้ ความเข้าใจ หรือความเชื่อ ด้านความรู้สึก และด้านแนวโน้มของพฤติกรรมต่อโฆษณาในรูปแบบ ข้อความสั้น

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งระบบชำระ ค่าบริการล่วงหน้า และชำระค่าบริการแบบเหมาจ่ายรายเดือนทุกเครือข่ายในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จึงได้อ้างอิงถึงประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ซึ่งมี ทั้งหมด 203,229 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดเชียงใหม่, 2550)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการคำนวณโดยสูตรของ Yamane (ยูทง ไทยวรรณ, 2548: 65 อ้างถึง Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการ คัดเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ตามผู้ให้บริการระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ. (AIS), โทเทิล แอ็สซีส คอมมูนิเคชั่น บมจ. (DTAC) และ ทรู คอร์ปอเรชั่น บมจ. (TRUE) โดยเก็บจำนวนเท่าๆ กัน

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งจะเก็บข้อมูล ณ สถานที่ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานบริการลูกค้า แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ. สาขาเชียงใหม่
2. สำนักงานบริการลูกค้า โทเทิล แอ็สเส็ส คอมมูนิเคชั่น บมจ. สาขาเชียงใหม่
3. สำนักงานบริการทรู คอร์ปอเรชั่น บมจ. สาขาเชียงใหม่

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ตัวอย่างแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น โดยประกอบด้วย 3 ส่วนย่อย คือ

ด้านความรู้ความเข้าใจ คำถาม แบบสอบถามในส่วนนี้เพื่อวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้นของกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยจะกำหนดลักษณะของข้อความสั้นดังนี้ ข้อความเชิญชวนให้น่าข้อความสั้นไปใช้แทนคุปอง/ส่วนลด หรือ แลกซื้อสินค้า/บริการ ข้อความเชิญชวนให้เล่นเกมชิงรางวัล ข้อความเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการ บางอย่างฟรี ข้อความเชิญชวนให้ซื้อสินค้า/ ใช้บริการ ข้อความอวยพรในโอกาสต่างๆ ข้อความให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า/ บริการ ข้อความแนะนำข้อมูลสินค้า/ บริการใหม่ ข้อความแนะนำตราสินค้าใหม่ และข้อความเชิญเข้าร่วมงานกิจกรรมเกี่ยวกับสินค้า/บริการ และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบว่า ข้อความในลักษณะที่กำหนดเอาไว้ทั้งหมดเป็นโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น หรือบางส่วนเป็นโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น หรือทั้งหมดไม่ใช่โฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น

ด้านความรู้สึก คำถามในส่วนนี้เพื่อรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เกี่ยวกับความรู้สึกในด้านต่างๆ ในการ โฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น ได้แก่

ความรู้สึกเมื่อได้รับข้อความโฆษณา ความรู้สึกที่มีต่อข้อความโฆษณา เป็นต้น โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ด้านพฤติกรรม คำถามในส่วนนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับโฆษณาในรูปแบบของข้อความสั้น และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการโฆษณาในรูปแบบของข้อความสั้น ประเภทของสินค้าที่ส่งข้อความโฆษณายังกลุ่มตัวอย่าง การกระทำเมื่อได้รับข้อความโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น วิธีการและแนวโน้มความต้องการรับโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น เป็นต้น โดยคำถามจะมีลักษณะให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบคำตอบที่ตรงกับพฤติกรรมของตนเอง

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้ได้มีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในส่วนที่วัดความรู้ความรู้สึกซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (pre-test) จำนวน 30 ชุด และทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach กำหนดค่าการยอมรับไว้ที่มากกว่า 0.7 (Hair และคณะ, 1998)

เมื่อทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามในส่วนที่วัดความรู้ความรู้สึก จะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach เท่ากับ 0.920 ซึ่งมากกว่าค่าที่ยอมรับ จึงนำแบบสอบถามไปทำการศึกษาต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามในส่วนข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ในด้านความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในด้านความรู้ความเข้าใจ แปลความหมายจากคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้ หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ารูปแบบข้อความสั้นที่กำหนดไว้ทั้งหมดเป็นโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น หมายถึง เข้าใจดีมาก ตอบว่ารูปแบบข้อความสั้นที่กำหนดไว้บางส่วนเป็นโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น หมายถึง เข้าใจบ้าง และรูปแบบข้อความสั้นที่กำหนดไว้ทั้งหมดไม่ใช่โฆษณาในรูปแบบข้อความสั้นทั้งหมด หมายถึง เข้าใจดีมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในด้านความรู้สึกซึ่งเป็นลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วน
ประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์
อุดมศรี, 2543) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบตามความคิดเห็น และมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละ
ระดับ ดังนี้

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

นำค่าเฉลี่ยคะแนนที่ได้ แล้วแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยเป็นระดับความเห็นและระดับ
ความพอใจ ด้วยเกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) แบ่งออกเป็น 5 ช่วง ซึ่งแต่ละช่วงเทียบเกณฑ์
ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก	หมายถึง	พอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง	หมายถึง	พอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย	หมายถึง	พอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 7 เดือน ตั้งแต่เดือน กันยายน พ.ศ. 2552 จนถึงเดือน
มีนาคม พ.ศ. 2553