

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้แทนยาในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน ของผู้แทนยา ซึ่งได้ประยุกต์ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws 1H ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who?) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When?) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where?) และ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How?)

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้แทนยาที่เคยซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษานี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย (Seymour Sudman, อ้างถึงในคุณวุฒิ เวชสาร, 2551) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้แทนยาที่เคยซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย จากผู้แทนยาที่เคยซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ทโฟน ภายในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งได้ออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา ระดับรายได้ ประเภทงานขาย ตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการซื้อและใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ซึ่งประกอบด้วย ยี่ห้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนที่ใช้ในปัจจุบัน สถานที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน เหตุผลในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน แหล่งที่มาของข้อมูลโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ระบบเครือข่ายที่ใช้งานในปัจจุบัน ช่วงเวลาในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ระยะเวลาในการใช้งาน วัตถุประสงค์ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้แทนยาในการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยลักษณะของแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ของผู้แทนยาเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.21 – 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีผลในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีผลในระดับน้อยที่สุด

#### สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้างนี้จะใช้สถานที่ในการศึกษาดังนี้

1. สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการเก็บข้อมูลตามโรงพยาบาล ที่ตั้งอยู่ภายในประเทศไทย
2. สถานที่ดำเนินการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2555 - สิงหาคม 2555