

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษา อันประกอบด้วย ขอบเขต เนื้อหา ขอบเขตประชากร การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ประเด็นที่ทำการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้ที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.1.3 จำนวนตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย ซึ่งเก็บข้อมูลจากห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ที่เป็นแหล่งศูนย์รวมการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม จำนวน 9 แห่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า ศูนย์การค้าคาสวนแก้ว ห้างโลดส์ สาขาคำเที่ยง ห้างโลดส์ สาขาหางดง ห้างคาร์ฟู สาขาเชียงใหม่ ห้างบิ๊กซี สาขาเชียงใหม่ บริษัทนิคมพานิช สำนักงานใหญ่ บริษัทสหพานิช สำนักงานใหญ่ และร้านตัวแทนจำหน่ายข้างอาคารชินวัตรท่าแพ

3.2 วิธีการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) โดยการใช้แบบสอบถามผู้บริโภคที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยคำถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ กิจกรรมที่มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สาเหตุการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครอบครอง ระบบโทรศัพท์ที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ระบบดังกล่าว ยี่ห้อที่ใช้ สถานที่ซื้อโทรศัพท์ สาเหตุที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัลจีเอสเอ็ม ของผู้บริโภค โดยจะศึกษาในแต่ละปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้สำหรับระบบดิจิทัล จีเอสเอ็มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การเปลี่ยนเครื่องโทรศัพท์ สาเหตุของการเปลี่ยน ลักษณะการเลือกซื้อ บุคคลที่ช่วยตัดสินใจเลือกซื้อ สื่อที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ระบบบริการที่สนใจเลือกใช้ สาเหตุที่เลือกระบบดังกล่าว

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ศึกษาจากการหาข้อมูลที่มีผู้ได้ศึกษาและรวบรวมไว้จาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ผู้ศึกษาได้นำมาประมวลผล และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และการวิเคราะห์ตารางไขว้

การวิเคราะห์ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม ได้จำแนกระดับของการมีผลออกเป็น 5 ระดับ โดยในแต่ละระดับได้นำน้ำหนักเป็นคะแนนดังนี้

| | | |
|-----------------|----------|---------|
| ระดับน้อยที่สุด | ให้คะแนน | 1 คะแนน |
| ระดับน้อย | ให้คะแนน | 2 คะแนน |
| ระดับปานกลาง | ให้คะแนน | 3 คะแนน |
| ระดับมาก | ให้คะแนน | 4 คะแนน |
| ระดับมากที่สุด | ให้คะแนน | 5 คะแนน |

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายเป็น 5 ระดับดังนี้

| | |
|-----------------------------|---|
| คะแนนอยู่ในช่วง 1.00 – 1.49 | อยู่ในเกณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด |
| คะแนนอยู่ในช่วง 1.50 – 2.49 | อยู่ในเกณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจน้อย |
| คะแนนอยู่ในช่วง 2.50 – 3.49 | อยู่ในเกณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง |
| คะแนนอยู่ในช่วง 3.50 – 4.49 | อยู่ในเกณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจมาก |
| คะแนนอยู่ในช่วง 4.50 – 5.00 | อยู่ในเกณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด |

3.4 สถานที่และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ที่ศึกษา ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่เป็นแหล่งศูนย์รวมการจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล จีเอสเอ็ม จำนวน 9 แห่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้เวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนพฤศจิกายน 2546 ถึงเดือนมิถุนายน 2547