

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้

- 3.1 ขอบเขตการศึกษา
- 3.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ ได้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยของส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลลัพธ์หรือการบริการ (ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล (พนักงานของบริษัทประจำศูนย์ให้บริการ) ด้านลักษณะทางกายภาพของศูนย์บริการของบริษัท และด้านกระบวนการ

#### 3.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนประมาณ 564,000 ราย (เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของ บริษัท โทเทิล แอคเซ็ส คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด (มหาชน), 2546: สัมภาษณ์) ซึ่ง Herbert Askin and Raymond R. Colton ได้แสดงตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรโคโคโดมัส เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนตัวอย่าง 322 ราย (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2541) ดังนั้นในการศึกษานี้ผู้ศึกษาจะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย 5 ระบบ ประกอบด้วย GSM Advance, GSM 1800, DTAC, Orange และ Thai Mobile จะทำการเก็บตัวอย่างระบบละ 70 ราย เท่ากัน โดยทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งระบบ GSM Advance และ

GSM1800 ออกจากกัน เนื่องจากถึงแม้ว่าปัจจุบัน บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด จะเป็นผู้ให้บริการในระบบทั้งสอง แต่เนื่องจากการบริหารงานที่แยกออกจากกัน และผู้ให้บริการในระบบทั้งสอง มีการแยกออกจากกันอย่างชัดเจน ซึ่งผู้ให้บริการสามารถรับทราบถึงความแตกต่างของระบบทั้งสองได้

### 3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา 2 ส่วน ได้แก่

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการออกแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวม ข้อมูล จากหนังสือ วารสาร เอกสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยอื่นๆ ที่มีผู้จัดทำไว้แล้ว รวมทั้งข้อมูลที่ค้นหาจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งจัดทำโดยผู้ให้บริการ หน่วยงานราชการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรับผิดชอบ

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ สถานภาพ สมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้บริการอยู่ รูปแบบบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ และค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก

#### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

คำถามในแบบสอบถามส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ (ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล (พนักงานของบริษัทประจำศูนย์ให้บริการ) ด้านลักษณะทางกายภาพของศูนย์บริการของบริษัท และด้านกระบวนการ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราประเมินค่า

#### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

คำถามในส่วนนี้ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก และคำถามปลายเปิด

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติที่วิเคราะห์ทั้งหมด ซึ่งสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้วิธีนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง

สำหรับคำถามแบบมาตราประเมินค่าในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม โดยปกติจะนิยมจำนวนคำตอบเป็นจำนวนเลขคี่และไม่เกิน 7 ทางเลือก และให้มีทางเลือกของระดับคำตอบไว้มากกว่า 3 ทางเลือก (คุณทธิ เวชสาร, 2545) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้แบ่งมาตราประเมินค่าเป็น 5 ระดับความสำคัญ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อคำถามดังนี้ คือ

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
สำคัญมากที่สุด	5 คะแนน
สำคัญมาก	4 คะแนน
สำคัญปานกลาง	3 คะแนน
สำคัญน้อย	2 คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	1 คะแนน

จากคะแนนที่ได้เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยโดยนำจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับความสำคัญมาคูณกับระดับคะแนน แล้วหารด้วยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจะได้ค่าเฉลี่ย ที่จะมีค่า 1.00-5.00 คะแนน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยนี้มีความหมายแทนระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในการเลือกซื้อระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจึงใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล โดยให้ช่วงของความแตกต่างของแต่ละคำตอบเท่ากัน (คุณทธิ เวชสาร, 2545) กล่าวคือช่วงห่างของตัวเลขในแต่ละช่วงของระดับความสำคัญนั้นจะเท่ากัน ดังนั้นผู้ศึกษาได้ใช้เกณฑ์การแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) แบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญ (1.00-5.00 คะแนน) ออกเป็น 5 ชั้น และแต่ละชั้นมีความกว้างเท่าๆ กัน ซึ่งมีความกว้างชั้นละ 0.80 คะแนน จึงได้เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 - 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีความสำคัญมาก
2.61 - 3.40	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	มีความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	มีความสำคัญน้อยที่สุด

### 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ใช้ระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนกันยายน 2547



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved