

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มี 2 วัตถุประสงค์ คือศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ จึงได้วางระเบียบวิธีการศึกษา โดยจะศึกษาแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.1 วัตถุประสงค์ที่หนึ่งเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่

3.1.1 วิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้ Non Probability Sampling แบบ Quota Sampling ซึ่งประกอบไปด้วย นักศึกษาจำนวน 80 ราย กิจการส่วนตัว 80 ราย ข้าราชการ 80 ราย พนักงานรัฐวิสาหกิจ 80 ราย ลูกจ้างบริษัทเอกชน 80 ราย โดยแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ สอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ปัจจุบันใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบอะไร สาเหตุที่เลือกใช้ระบบนี้เพราะอะไร ราคาโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านใช้อยู่ปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ปัจจัยด้านตัวสินค้าที่ท่านเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่
 - 2.1 รูปร่าง ขนาด ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่
 - 2.2 เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ท่านต้องการมีอะไรบ้าง
3. ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
4. ปัจจัยสำคัญจากสื่อใดที่ทำให้ท่านเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
5. บริการหลังการขายข้อใดที่ท่านคิดว่าจะมีความสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เรียงลำดับความสำคัญเพียง 3 ลำดับ ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ปัจจัยทางด้านตัวสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่
 - 2.1 รูปร่าง ขนาด ของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
 - 2.2 เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
3. ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
4. ปัจจัยสำคัญจากสื่อทำให้ท่านเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่
5. บริการหลังการขายมีความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่

3.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และการวิเคราะห์ไควสแควร์ และในส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องลำดับความสำคัญเพียง 3 ลำดับ ทั้งนี้ อันดับ 1 ถือว่ามีความสำคัญมากที่สุด หรือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด

โดยกำหนดคะแนนให้กับลำดับความสำคัญอันดับที่ 1 ถึง 3 ดังนี้

อันดับที่	ค่าคะแนน
1	3
2	2
3	1

นำค่าคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยปัจจัยที่ได้ค่าคะแนนมากที่สุด ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้จะพิจารณาปัจจัยที่ได้รับค่าคะแนนมากที่สุดเพียง 3 อันดับแรก

3.2 วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัญหาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่

3.2.1 วิธีการศึกษา

ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้ Non Probability Sampling แบบ Quota Sampling ซึ่งประกอบไปด้วยนักศึกษาจำนวน 80 ราย กิจการส่วนตัว 80 ราย ข้าราชการ 80 ราย พนักงานรัฐวิสาหกิจ 80 ราย ลูกจ้างบริษัทเอกชน 80 ราย โดยแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยรายละเอียดของปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้อยู่ ประกอบด้วยปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เครื่องเสียบ่อย
2. ปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แบตเตอรี่หมดเร็ว
3. ปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ช่องสัญญาณไม่เพียงพอ
4. ปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่โทรเข้า-ออกยาก
5. ปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่การใช้งานยุ่งยาก ซับซ้อน
6. ปัญหาในการติดต่อกับศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่สถานที่ชำระค่าบริการมีน้อยไม่สะดวกในการชำระ
7. ปัญหาในการติดต่อกับศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่บริการการชำระเงินล่าช้า เนื่องจากลูกค้าไปชำระเงินมาก
8. ปัญหาในการติดต่อกับศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่คิดค่าบริการแพง
9. ปัญหาในการใช้บริการหลังการขายสถานที่บริการซ่อมแซมเครื่องมีน้อย
10. ปัญหาในการใช้บริการหลังการขายตรวจเช็คเครื่องล่าช้า
11. ปัญหาในการใช้บริการหลังการขายอะไหล่ราคาแพงเกินไป
12. ปัญหาในการใช้บริการหลังการขายอะไหล่หายากให้ซ่อมนาน

3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ให้เรียงลำดับความสำคัญจากปัญหา 12 ข้อ โดยให้เลือกเรียงลำดับความสำคัญเพียง 5 ลำดับ จาก 1,2,3,4 และ 5
2. กำหนดคะแนนให้กับลำดับความสำคัญ อันดับที่ 1 ถึง 5 ดังนี้

ลำดับที่	ค่าคะแนน
1	5
2	4
3	3
4	2
5	1

นำค่าคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดลำดับความสำคัญของปัญหาโดยปัญหาที่ได้ค่าคะแนนมากที่สุดเป็นปัญหาที่มีความสำคัญซึ่งควรจะได้รับแก้ไข เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด