

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษารุ่นนี้ ได้ศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

##### 3.1.2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ ลูกค้ายในกลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันได้แก่ ETL, LAT, LTC และ Tango ซึ่งมีจำนวนทั้งหมดประมาณ 250,000 ราย (กระทรวงคมนาคมขนส่ง ไปรษณีย์ และก่อสร้าง ประเทศลาว, 2548)

##### 3.1.3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาแบบ Quota Sampling จำนวน 400 คน โดยดูจาก ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (อุทุมพร จามรمان, 2530) จากลูกค้าของผู้ให้บริการจำนวน 4 ราย ได้แก่ ETL, LAT, LTC และ Tango และจะทำการเก็บตัวอย่าง แบบเจาะจงตามสัดส่วนของส่วนแบ่งทางการตลาด คือ ETL เก็บตัวอย่าง 112 คน LAT เก็บตัวอย่าง 32 คน LTC เก็บตัวอย่าง 208 คน และ Tango เก็บตัวอย่าง 48 คนดังตารางข้างล่าง

| ผู้ให้บริการ | ส่วนแบ่งทางการตลาด (ร้อยละ) | จำนวนลูกค้า | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
|--------------|-----------------------------|-------------|--------------------|
| ETL          | 28                          | 70,000      | 112                |
| LAT          | 8                           | 20,000      | 32                 |
| LTC          | 52                          | 130,000     | 208                |
| Tango        | 12                          | 30,000      | 48                 |
| รวม          | 100                         | 250,000     | 400                |

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการออกแบบสอบถามจำนวน 400 คน

##### 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 3.2.2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดย แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เครือข่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

#### 3.2.3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ลักษณะแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นคำถามแบบไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญกับปัจจัยแต่ละด้าน โดยในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

| ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ | คะแนน |
|----------------------------|-------|
| มากที่สุด                  | 5     |
| มาก                        | 4     |
| ปานกลาง                    | 3     |
| น้อย                       | 2     |
| น้อยที่สุด                 | 1     |

คะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยแบ่งช่วงระดับความสำคัญกับปัจจัยแต่ละด้านด้วยวิธีหาความกว้างของอัตรภาคชั้น โดยใช้สูตรการหาความกว้างของอัตรภาคชั้น ดังนี้ (คุณทลี เวจสาร, 2545)

$$\begin{aligned} \text{อัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากการพิจารณาดังกล่าวข้างต้น จึงกำหนดให้แบ่งระดับความสำคัญ ดังนี้

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00 | สูงมาก  |
| คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20 | สูง     |
| คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40 | ปานกลาง |
| คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60 | ต่ำ     |
| คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80 | ต่ำมาก  |

ดังนั้นเมื่อต้องการทราบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการให้ บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาวอยู่ในระดับใด ให้พิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับใด

### 3.3 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่ สิงหาคม 2549 มกราคม 2550