

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สามในอำเภอเมือง เชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

3.2 วิธีการศึกษา ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษารุ่นนี้มุ่งศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ที่มีต่อระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม โดยศึกษาภายใต้ปัจจัยด้านการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านกระบวนการ

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้บริการทั้ง 3 เครือข่าย ได้แก่ AIS DTAC และ TRUE ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

3.1. ขนาดตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ใช้ระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สามในแต่ละระบบที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ราย จากสูตรการคำนวณของ W. G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

- เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
- P คือ สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม (นิยมใช้ 30% = 0.30)
- Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ในที่นี้ กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า Z = 1.96)
- D คือ สัดส่วนความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05)

แทนค่าตามสูตร

$$n = \frac{0.30(1-0.30)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= 322.69$$

จากตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 323 ราย เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล และการศึกษาจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 ราย และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ตามผู้ให้บริการทั้ง 3 เครือข่าย ได้แก่ AIS DTAC และ TRUE เครือข่ายละ 100 ราย

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามใช้ 3 วิธีดังนี้

วิธีที่ 1 วิธีการคัดเลือกตัวอย่างจากข้อมูลที่ได้จากการอนุเคราะห์ของผู้ให้บริการแต่ละเครือข่าย ซึ่งจะได้เบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าที่ใช้บริการ 3G ในแต่ละเครือข่าย และคัดเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (random sampling)

วิธีที่ 2 ขอความอนุเคราะห์ศูนย์บริการในแต่ละเครือข่ายแจกแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยเน้นเฉพาะลูกค้าที่ใช้บริการ 3G

วิธีที่ 3 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามสถานที่ชุมชนต่าง ๆ ได้แก่ สถาบันกวดวิชา สถาบันการศึกษา ศูนย์การค้าต่าง ๆ และสำนักงานบริการลูกค้าของผู้ให้บริการระบบต่างๆ ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่

วิธีการศึกษา

1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสืบค้นผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งมีทั้งคำถามปลายเปิด (open - ended question) และคำถามปลายปิด (close - ended question) โดยจัดทำแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เครือข่ายผู้ให้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดต่อระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจต่อระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม

ตอนที่ 2 ความรู้สึกของผู้ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สายในด้านต่าง ๆ ภายใต้อารมณ์ของการตลาดบริการ 7 ด้าน

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการเสริมต่างๆ (Non-Voice) ของผู้ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สาย

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้ระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สามเกี่ยวกับแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สามที่เหมาะสม

การทดสอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่สร้างขึ้น จะนำไปทดสอบความตรงในเนื้อหา (content validity) และ ความเชื่อมั่น (reliability)

1. ทดสอบความตรงในเนื้อหา (content validity) เพื่อหาความสอดคล้องของเนื้อหา ของแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะนำแบบสอบถามไปเสนอผู้เชี่ยวชาญด้าน

เทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม จำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง

2. การทดสอบความเชื่อมั่นแบบสอบถาม (reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้วไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ราย จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของ Cronbach (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2544: 127) ค่าที่ได้จะแสดงระดับความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์ α เกินกว่า 0.80 ขึ้นไปถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์เชื่อถือได้ ซึ่งการทดสอบค่า สัมประสิทธิ์ α สำหรับแบบสอบถามในส่วนของความรู้สึของผู้ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สายในด้านต่าง ๆ ภายใตกรอบของการตลาดบริการ 7 ด้าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ $\alpha = 0.8591$ ซึ่งเกินกว่า 0.80 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์เชื่อถือได้ หรือแบบสอบถามสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาได้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้บริการ แนวโน้มการใช้บริการเสริมที่เกี่ยวข้องกับระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม ปัญหาในการใช้ระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สามที่เหมาะสม ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean)

2. วิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจต่อระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สาม ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกจะได้ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดจะได้ 0 คะแนน

ซึ่งกำหนดเกณฑ์การวัดระดับความรู้ (สุชา จันทน์เอม, 2540) คือ

คะแนนที่ได้	ความหมาย
คะแนนร้อยละ 90 ขึ้นไป	มีความรู้ความเข้าใจดีมาก
คะแนนร้อยละ 80-89	มีความรู้ความเข้าใจดี
คะแนน ร้อยละ 70 - 79	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง
คะแนน ร้อยละ 60 – 69	มีความรู้ความเข้าใจน้อย
คะแนน ต่ำกว่าร้อยละ 60	มีความรู้ความเข้าใจน้อยมาก

3. วิเคราะห์ทัศนคติหรือความรู้สึกของผู้ใช้บริการระบบการสื่อสารแบบไร้สาย ภายใต้กรอบของการตลาดบริการ 7 ด้าน โดยวิธีการของ Likert แบ่งตามระดับทัศนคติหรือความคิดเห็นโดยกำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ ระดับค่าคะแนนจากมากไปหาน้อย คือ 5, 4, 3, 2, 1 แทนคำตอบเห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยมาก เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ

ในการแปลผลตามการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยซึ่งใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับค่าคะแนนที่คำนวณได้ตามขั้นตอนที่ระบุไว้โดย (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548: 48)

คะแนนที่ได้	ความหมาย
คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	เฉย ๆ
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และสรุปประเด็นสำคัญ ๆ ไปสู่แนวทางการกำหนดกลยุทธ์การตลาดระบบการสื่อสารแบบไร้สายยุคที่สามที่เหมาะสม

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการการสื่อสารแบบไร้สาย ณ สถานที่ชุมชนต่าง ๆ ได้แก่ สถาบันกวดวิชา สถาบันการศึกษา ศูนย์การค้าต่าง ๆ และสำนักงานบริการลูกค้าของผู้ให้บริการระบบต่างๆ ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2552 – มิถุนายน 2553

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2553