

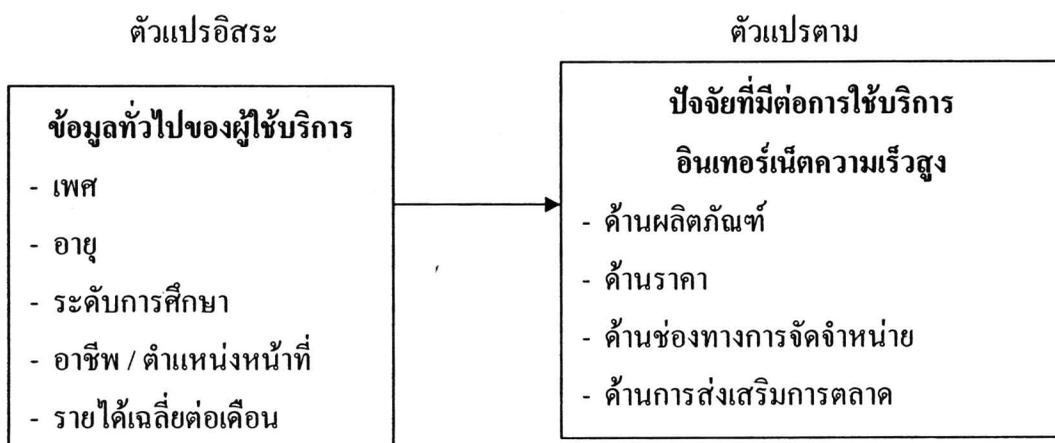
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง : การศึกษาระดับการใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มลูกค้าชุมสายโทรศัพท์ทังามวงค์วาน ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดและวิธีการดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้คือ

- 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ศึกษาดำรงและผลงานวิจัย และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยและระดับการใช้ที่มีผลกระทบต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ต ของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)กรณีการศึกษาระดับการใช้อินเทอร์เน็ตลูกค้าชุมสายโทรศัพท์ทังามวงค์วาน โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดทฤษฎีของ ฟิลิป คอตเลอร์ ในส่วนของทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ และได้กำหนดกรอบแนวคิด ในการวิจัยไว้ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา



จากกรอบแนวคิดในการศึกษาดังกล่าวได้กำหนดตัวแปรในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ข้อมูลทั่วไป ของผู้ใช้บริการ

เพศ

อายุ

ระดับการศึกษา

อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ (Dependent Variable) ปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้

3.2.1 ประชากร หมายถึง กลุ่มลูกค้า ผู้ใช้ หรือ บุคคลอื่นๆ ซึ่งใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่ ของชุมสายโทรศัพท์ทั้งามวงส์วาน ซึ่งใช้ ระบบอินเทอร์เน็ต ของเขตพื้นที่ของชุมสายโทรศัพท์ทั้งามวงส์วาน จำนวนเลขหมาย ประมาณ 48,570 เลขหมาย จำนวน 43,750 ครอบครัว ที่ใช้เลขหมายโทรศัพท์พื้นฐาน และ จำนวน 4,732 ครอบครัว ที่เปิดขอใช้ อินเทอร์เน็ต

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้ใช้ หรือบุคคลอื่นๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตของชุมสายโทรศัพท์ทั้งามวงส์วานโดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4,732 ครอบครัว

3.2.3 ขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จากการสุ่มตัวอย่างประชากรทั้งหมด โดยใช้เกณฑ์กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95 % กลุ่มตัวอย่างที่เลือกจะมีค่าความคลาดเคลื่อนแตกต่างจากความจริงมาตรฐานคือ ไม่มากหรือน้อยกว่า 5 % หรือ $E=0.5$ ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

โดยกำหนดให้

n	=	จำนวนของขนาดตัวอย่าง
N	=	จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา
e	=	ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{4,732}{1 + (4,732 \times 0.05^2)}$$

$$n = 368.82 \approx 400$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

สำหรับผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่าจำนวนแบบสอบถามที่จะนำมาใช้การวิเคราะห์ในการศึกษานี้มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ชุด และเพื่อให้เกิดการกระจายของข้อมูลมากที่สุดจึงได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อกระจายแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วย

3.3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้ คือ

(1) ศึกษาทฤษฎี หลักการ และแนวคิดจากตำรา เอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันเพื่อนำข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

(2) วิเคราะห์วัตถุประสงค์ เนื้อหา และ โครงสร้างของการวิจัยเพื่อกำหนดแนวทางและหาขอบเขตของการออกแบบสอบถาม

(3) สร้างแบบสอบถามฉบับร่างโดยกำหนดประเด็นและขอบเขตคำถามด้วยการจัดหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

(4) ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(5) นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบทางด้านความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมและภาษาที่ใช้

- (6) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
- (7) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
- (8) นำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (Try – Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน
- (9) วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยผลการทดสอบนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.914
- (10) นำแบบสอบถามที่ได้หาค่าความเชื่อมั่น แล้วไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนามต่อไป

3.3.2 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Checklist) หรือเติมข้อความตามสถานการณ์ที่เป็นจริง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม (Multiple Choices) หรือเติมข้อความตามสถานการณ์ที่เป็นจริง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High speed Internet) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ตามแนวคิดของ Likert Rating Scales ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
เห็นด้วย	เท่ากับ	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายของคะแนน

นำค่าระดับคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนมาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก จะทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL) ในแต่ละด้าน โดยพิจารณาจากค่าพิสัย แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนและเกณฑ์การแปลผลคะแนนโดยกำหนดอันตรภาคชั้น จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนระดับ} \\ &= (5 - 1) / 5 = 0.80 \end{aligned}$$



จากการคำนวณหาอันตรภาคชั้นแบ่งระดับความคิดเห็น ตามช่วงคะแนนได้ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	คะแนน
เห็นด้วยมาก	ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	คะแนน
ปานกลาง	ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	คะแนน

ตอนที่ 4 เสนอความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและความต้องการอื่นๆ นำเสนอมีลักษณะปลายเปิด (Open Ended)

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้คือ

3.4.1 การเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามพร้อมขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม ไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่อยู่ในพื้นที่ที่รับผิดชอบของชุมชนสายโทรศัพท์ท่งงามวงศ์วาน พร้อมแจกแบบสอบถาม

3.4.2 ผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ คือผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แจกแจกให้กับกลุ่มประชากร โดยให้พนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) แจกแบบสอบถาม ซึ่งในการเก็บข้อมูลดังกล่าว จะอธิบายวิธีการกรอกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบเอง บางกลุ่มสามารถตอบเสร็จและสามารถรื้อกลับได้บางส่วนจะต้องไปรับในวันถัดไปซึ่งช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงวันที่ 2 มกราคม 2553-10 มีนาคม 2553

3.5.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับเพื่อคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ถูกต้องจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS V11.5 (Statistical Package for Social Sciences Version 11.5) ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

(1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายลักษณะ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะประชากร โดยใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

2. ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้ สถิติ t-test และ ONEWAY ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05