



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การทดลองเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่มีการจดบันทึกไว้ จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน
2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากการบันทึกข้อมูลอย่างชัดเจนเกี่ยวกับจำนวนผู้มาใช้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ของ คอนบราซ (Cochoran) (อภิรักษ์ จันตะนี. 2550 : 25) ดังนี้

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

- n แทน จำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ
- P แทน สัดส่วนของประชากรและโอกาสที่ได้จากประชากร (0.50)
- e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)
- Z แทน ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z โดยอาศัยค่าพื้นที่  $\frac{\alpha}{2}$  ได้จากค่าระดับความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

52

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากผลการคำนวณ ได้กลุ่มตัวอย่างจากผู้มาใช้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ จำนวน 384.16 คน แต่เพื่อให้ได้ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของผู้มาใช้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ต เป็นจำนวน 400 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น จำนวน 400 คน

### 3. การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิด หลักการและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนิคร.ปรีชา วรรัตน์ไชย และดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ ตรวจสอบ ถ้ามีข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถามสำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องวัดเป็นแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวความคิด (Conceptual framework) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ตอน ดังนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

53

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็น  
แบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอาหารอินเทอร์เน็ตในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ตอนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

มีระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจมาก	4	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจน้อย	2	คะแนน
มีระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา  
ระดับความคิดเห็นและระดับการตัดสินใจ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา  
สายยศ. 2540 : 157-160)

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

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจมาก



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

54

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจปานกลาง  
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจน้อย  
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นหรือระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด  
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา เป็นแบบปลายเปิด (Open questionnaire)

## การทดลองเครื่องมือ

จากการได้สร้างแบบสอบถาม ได้นำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบความถูกต้อง  
สมบูรณ์ (Try out) กับผู้มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอ่างทอง จำนวน 30 คน ก่อนเก็บ  
ข้อมูลจริง แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีของ  
Cronbach's alpha ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.7874

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่กรอกเรียบร้อยแล้วจากผู้  
มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ได้ครบ 400 ชุด จากนั้นจึงนำมา  
ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วจึงประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวม และค้นคว้ามาจากหนังสือ  
เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์สำนักงานสภาวิจัยแห่งชาติ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่  
เกี่ยวข้อง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าที ค่าเอฟ และค่าคอร์เรชัน ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัย  
ส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ความ  
คิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ต และตอนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้าน  
อินเทอร์เน็ต



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

55

- ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ต และตอนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และ LSD. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และ LSD. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- การทดสอบสมมติฐานด้วย F-test และ LSD. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต
- ค่าไคสแควร์ ( $\chi^2$ : Test of Independent) ใช้ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตกับแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ถ้าผลการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 หมายถึงมีความสัมพันธ์กัน แต่ถ้าผลการทดสอบมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่าไม่มีสัมพันธ์กัน
- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อการบริหารจัดการร้านอินเทอร์เน็ตกับแบบสอบถามตอนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ใช้เกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (อภิรักษ์ จันทะนี. 2549 : 7)

ค่าสหสัมพันธ์ .01 - .20 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

ค่าสหสัมพันธ์ .21 - .40 มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ค่าสหสัมพันธ์ .41 - .60 มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ค่าสหสัมพันธ์ .61 - .75 มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

ค่าสหสัมพันธ์ .76 - .90 มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง

ค่าสหสัมพันธ์ .91 - 1.00 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก