

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study) มีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

แบ่งการศึกษาจากข้อมูลเป็นสองระดับ ดังนี้

1. ข้อมูลระดับปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ทำการศึกษาโดยวิธีรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Method) จัดเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาจากหนังสือ ตำรา วารสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ทำการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้เครื่องมือการสำรวจข้อมูลเพื่อดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการร้านค้าทั้งหมดที่ตั้งอยู่บริเวณถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้เครื่องมือเพื่อสอบถามและเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire Method) มีโครงสร้างตามกรอบแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของร้านค้า

1. ชื่อร้าน
2. ผู้ติดต่อ
3. เบอร์โทรศัพท์
4. สถานที่ตั้ง
5. ปริมาณความจุลูกค้า
6. ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP) ที่เลือกใช้บริการ
7. ความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตที่เลือกใช้
8. ระยะเวลาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตของร้านค้า

1. การรับรู้ความต้องการ
2. การค้นหาข้อมูล
3. การประเมินทางเลือก
4. การตัดสินใจเลือก
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ

ส่วนที่ 3 ประเมินคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ต ตามองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL 5 ด้าน ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ
2. ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้
3. การตอบสนองความต้องการ
4. การให้ความมั่นใจ
5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ

3.6 การวิเคราะห์และรายงานผลการศึกษา

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของร้านค้าทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอเปรียบเทียบข้อมูลเป็นตารางและแผนภูมิ เขียนรายงานเชิงพรรณนาเพื่อบรรยายผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประเมินคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ต ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive

Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอเปรียบเทียบข้อมูลเป็นตารางและแผนภูมิ เขียนรายงานเชิงพรรณนาเพื่อบรรยายผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การประเมินคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการ ด้วยวิธีสถิติแบบพรรณนา และจะใช้เกณฑ์การวัดระดับความสำคัญตามหลักการของไลเกิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนน ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ในการแปลผล โดยใช้สูตรคำนวณค่าพิสัยตามช่วยชั้นดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นความกว้างของอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.80 จึงมีช่วงคะแนนระดับความ
คิดเห็นคือ

ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ช่วงคะแนน 0.01 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด