

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้สื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ โดยให้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนของการดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนชายหญิงที่เข้ามาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

#### ระยะเวลาที่ศึกษา

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตลอดเดือนมิถุนายน 2541

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

1. จัดทำกรอบรายชื่อและจำนวนของห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกระจายห้างสรรพสินค้าออกเป็น 5 มุมเมือง
2. สุ่มเลือกห้างสรรพสินค้าด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

การกำหนดห้างสรรพสินค้าที่เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนั้น ได้มาจากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์ , 2537) จึงมีห้างสรรพสินค้าที่เป็นพื้นที่เก็บข้อมูล จำนวน 5 แห่ง จากนั้นจึงใช้วิธีการเลือกรายชื่อห้างสรรพสินค้าทั้ง 5 แห่งมาจากแต่ละมุมเมืองด้วยวิธีการ Quota Sampling โดยแบ่งออกตามพื้นที่ ดังนี้

เดอะมอลล์ บางแค

เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน

มาบุญครอง

อิมพีเรียล ลาดพร้าว

ซีคอนสแควร์

### 3. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนชายหญิงที่เข้ามาใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า กลุ่มตัวอย่างประเภทนี้เป็นกลุ่มประชากรประเภทไม่จำกัดจำนวน (Infinite Population) คือไม่สามารถนับจำนวนสมาชิกให้ครบถ้วนได้ จึงใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นได้ 5% และมีระดับความเชื่อมั่นเป็น 95.0% และกำหนดความมีนัยสำคัญไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งปรากฏว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดที่ใช้เป็นตัวแทนประชากรที่สามารถเชื่อถือได้ คือ จำนวน 400 ตัวอย่าง

### 4. คำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละห้างสรรพสินค้า

เนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีขนาด 400 ตัวอย่าง และมีห้างสรรพสินค้าที่สุ่มเลือกมาศึกษา 5 แห่ง การเก็บตัวอย่างจึงกระจายไปตามสัดส่วนที่เท่ากัน คือ แต่ละ 80 ตัวอย่าง

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- รายได้ (กลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้ว)
- รายได้ (กลุ่มนักเรียน-นักศึกษาที่ไม่มีรายได้ของตัวเอง)

ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- ประเภทของเครื่องเล่นที่ใช้บริการ
- ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
- ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ

## เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

ข้อมูลจากการวัดตัวแปรต่างๆ ได้กำหนดเกณฑ์การวัดไว้ ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อ วัดจากความบ่อยครั้งของการเปิดรับ กับการใช้เวลาในการเปิดรับสื่อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

### ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ

ทุกวัน	5	คะแนน
5 - 6 วันต่อสัปดาห์	4	คะแนน
3 - 4 วันต่อสัปดาห์	3	คะแนน
1 - 2 วันต่อสัปดาห์	2	คะแนน
น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์	1	คะแนน
ไม่เปิดรับ	0	คะแนน

### การใช้เวลาในการเปิดรับ

มากกว่า 3 ชั่วโมง	5	คะแนน
2 - 3 ชั่วโมง	4	คะแนน
1 - 1 ชั่วโมง 59 นาที	3	คะแนน
30 - 59 นาที	2	คะแนน
15 - 29 นาที	1	คะแนน
ไม่เปิดรับ	0	คะแนน

การพิจารณาปริมาณการเปิดรับสื่อ พิจารณาจากคะแนนผลคูณของความบ่อยครั้งในการเปิดรับ กับการใช้เวลาในการเปิดรับ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยกำหนดไว้ ดังนี้

4.01 - 5.00	เปิดรับมากที่สุด
3.01 - 4.00	เปิดรับมาก
2.01 - 3.00	เปิดรับปานกลาง
1.01 - 2.00	เปิดรับน้อย
0.00 - 1.00	เปิดรับน้อยที่สุด

2. การใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ วัดจากความบ่อยครั้งในการใช้บริการ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

### ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ

ทุกวัน	5	คะแนน
5 - 6 วันต่อสัปดาห์	4	คะแนน
3 - 4 วันต่อสัปดาห์	3	คะแนน
1 - 2 วันต่อสัปดาห์	2	คะแนน
น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์	1	คะแนน

### 3. ความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยวัดเป็นระดับความพึงพอใจ ดังนี้

พอใจมากที่สุด	5	คะแนน
พอใจมาก	4	คะแนน
พอใจปานกลาง	3	คะแนน
พอใจน้อย	2	คะแนน
พอใจน้อยที่สุด	1	คะแนน
ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง	0	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย กำหนดไว้ ดังนี้

4.01 - 5.00	พอใจมากที่สุด
3.01 - 4.00	พอใจมาก
2.01 - 3.00	พอใจปานกลาง
1.01 - 2.00	พอใจน้อย
0.00 - 1.00	พอใจน้อยที่สุด

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แหล่งข้อมูลสำหรับการศึกษาประเภทของสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า ได้จากการสัมภาษณ์คุณพีระศักดิ์ โกมลารชุน ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด จากเอกสารจัดสำเนาของบริษัท แกแล็คซี่ กรุ๊ป จำกัด และจากการสำรวจสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าด้วยตัวเอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ และความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะภูมิหลัง

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ ตามห้างสรรพสินค้า

**ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้ บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

### การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

1. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบและปรับปรุง เครื่องมือให้เหมาะสม
2. ทดสอบเครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 ตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขเรื่องความเข้าใจ หรือสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลร่วมกับผู้ช่วย จำนวน 4 คน โดยทั้ง 4 คนผ่านการชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับคำถามและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน คือ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2541

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และตารางแสดงความสัมพันธ์ (Cross Tabulation) เพื่ออธิบายข้อมูล ดังนี้

- ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ (กลุ่มคนทำงาน) รายได้ของบิดามารดา สถานภาพของบิดามารดา ที่พักอาศัย รายได้ (กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา) แหล่งที่มาของรายได้ การเปิดรับสื่อ ปริมาณการเปิดรับสื่อแต่ละครั้ง

- พฤติกรรมการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

- ความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อเครื่องเล่นคอมพิวเตอร์ตามห้างสรรพสินค้า

### การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการ ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้และจัดการให้สมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness) และถูกต้อง (Accuracy) ตามต้องการ โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามเองทุกฉบับ

2. ลงรหัสข้อมูล (Coding) ในแบบสอบถาม ด้วยตนเอง

3. ทำตารางคู่มือการลงรหัสให้เป็นเอกสารแสดงลักษณะข้อมูล เพื่อให้เกี่ยวกับการแปรผลข้อมูลในภายหลัง

4. นำแบบฟอร์มการลงรหัส (Coding Form) ดำเนินการหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ที่ต้องการทราบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย