

### บทที่ 3

## ระเบียบวิธีการศึกษา

#### แผนดำเนินการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์และ เอกสาร ต่างๆ
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม ออกสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้บริการที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่

ปัจจัยภายนอก (External Stimulus) หมายถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ และปัจจัยภายนอกอื่นๆ

ปัจจัยภายใน (Internal Stimulus)

#### ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการอยู่ในร้านอินเทอร์เน็ต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### จำนวนตัวอย่างและการเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงต้องอาศัยการพิจารณาปัจจัยประกอบอื่นๆ และตัดสินใจเลือกขนาดตัวอย่างตามที่คิดว่าเหมาะสม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวม 200 ราย และเลือกตัวอย่างจากร้านอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในบริเวณต่อไปนี้ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

- |  |       |    |          |
|--|-------|----|----------|
| 1. บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  | จำนวน | 50 | ตัวอย่าง |
| 2. บริเวณมหาวิทยาลัยพายัพ  | จำนวน | 50 | ตัวอย่าง |
| 3. บริเวณสถาบันราชภัฏเชียงใหม่   | จำนวน | 50 | ตัวอย่าง |
| 4. อื่นๆ ได้แก่บริเวณ ถนนช้างคลาน ถนนคชสาร ถนนลอยเคราะห์<br>ถนนพระปกเกล้าและถนนศรีดอนไชย | จำนวน | 50 | ตัวอย่าง |

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)<sup>1</sup> คือการเจาะจงผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS/PC+ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยวิธีทางสถิติ (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอในรูปแบบ ตาราง (Table) ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต มีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ<sup>2</sup> ดังนี้

<sup>1</sup> นราศรี ไวนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538. : 97.

<sup>2</sup> กนกทิพย์ พัฒนาพัทพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยการศึกษา. เชียงใหม่ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2529. : 58.

ระดับความสำคัญของปัจจัย ที่มีอิทธิพล	คะแนน	ค่าเฉลี่ย
สำคัญมากที่สุด	5	4.50 – 5.00
สำคัญมาก	4	3.50 – 4.49
สำคัญน้อย	3	2.50 – 3.49
สำคัญน้อยที่สุด	2	1.50 – 2.49
ไม่สำคัญ	1	1.00 – 1.49

#### ระยะเวลาในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาศึกษาทั้งสิ้น 9 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2543 ถึง  
เดือน ธันวาคม 2543