

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึง "การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของพนักงานบริษัทในกลุ่มสื่อมวลชน จำกัด (มหาชน)" โดยการศึกษาหรือการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One Shot Descriptive Study)

ประชากร

ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ พนักงานที่ทำงานในกลุ่มบริษัท สื่อมวลชน จำกัด (มหาชน) ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวน 992 คน (ฝ่ายระบบสารสนเทศ บริษัท สื่อมวลชน จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 15 ตุลาคม 2539)

กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan¹ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

จำนวนประชากรทั้งหมดเป็นหลักร้อย	ใช้กลุ่มตัวอย่าง 15-30 %
จำนวนประชากรทั้งหมดเป็นหลักพัน	ใช้กลุ่มตัวอย่าง 10-15 %
จำนวนประชากรทั้งหมดเป็นหลักหมื่น	ใช้กลุ่มตัวอย่าง 5-10 %

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ในที่นี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นหลักร้อย ใช้กลุ่มตัวอย่าง 30% ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 298 ตัวอย่าง แต่ในที่นี้ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ขอรายชื่อผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากฝ่ายระบบสารสนเทศ บริษัท สื่อมวลชน จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีจำนวน 992 คน และได้สุ่มรายชื่อที่ได้มาด้วยวิธีสุ่มอย่าง

ง่าย (Simple Random Sampling) โดยสุ่มมาให้ครบจำนวน 400 คนตามขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้ข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด ลักษณะคำถามในแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 8 ข้อ คือ ข้อ 1 - 8
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่
การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
จำนวน 7 ข้อ คือ ข้อ 9 - 15
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต
จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อ 16 - 20
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อ 21 - 25

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้คำถามครอบคลุมเนื้อหาและสามารถสื่อความหมายได้อย่างเที่ยง

ตรงที่สุดระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้วจึงนำแบบสอบถามนี้ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับพนักงานในกลุ่มบริษัท ลีอกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) ที่มีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 20 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายตรงตามผู้วิจัยต้องการและคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร มีความยากหรือง่ายเพียงใด หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือได้และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

3. การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในส่วนของทัศนคติที่มีต่อระบบอินเทอร์เน็ตใช้วิธีการหาค่าความเที่ยงตามแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ของ Cronbach สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)² และจากการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามแล้วพบว่าได้ค่าความเชื่อมั่น .7994

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้โทรศัพท์และ E-mail ไปยังบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งทำงานบริษัทในกลุ่ม ลีอกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 500 ชุด โดยผู้วิจัยส่งและเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเองในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างอยู่ในบริษัท ลีอกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) และส่งทางไปรษณีย์สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่บริษัทในเครือ ลีอกซ์เลย์ฯ โดยได้เจ้าหน้าที่ของและปิดแสดมปีให้เรียบร้อยพร้อมที่จะส่งกลับได้ทันที เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรเป็น 2 ประเภท คือ

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1. ตัวแปรทางด้านพฤติกรรมกรการเปิดรับข่าวสาร

² วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ชมรมผู้สนใจงานวิจัยทางการศึกษา, 2534

- ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

2. ตัวแปรทางด้านคุณลักษณะของผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- ตำแหน่ง
- ลักษณะสายงานทางธุรกิจ
- ระยะเวลาที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ตัวแปรทางด้านคุณลักษณะของระบบอินเทอร์เน็ต

- ประโยชน์เชิงเทียบ
- ความเข้ากันได้
- ความสลับซับซ้อน
- การนำไปทดลองได้
- การสังเกตเห็นผลได้

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

การยอมรับนวัตกรรม หมายถึง ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เกณฑ์ในการให้คะแนน

แบบสอบถามชุดนี้เป็นคำถามปลายปิด

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

- ชาย
- หญิง

2. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม

- ต่ำกว่า 20 ปี

- 20 - 29 ปี
- 30 - 39 ปี
- 40 - 49 ปี
- 50 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

4. ตำแหน่ง แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม

- ระดับปฏิบัติการทั่วไป
- ระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส
- ระดับผู้ช่วยผู้จัดการ - ผู้จัดการอาวุโส
- ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย - ผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส
- ระดับผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโสขึ้นไป
- อื่น ๆ

5. ลักษณะสายงานทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 17 กลุ่ม

- สายโทรคมนาคม
- สายคอมพิวเตอร์
- สายโทรทัศน์และวิทยุ
- สายคอนซูเมอร์อิเล็กทรอนิกส์
- สายเคมีภัณฑ์
- สายผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง
- สายดีเฟนส์
- สายอาหารและเครื่องดื่ม
- สายน้ำมันหล่อลื่น
- สายการตลาดขายตรง
- สายอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- สายอสังหาริมทรัพย์

- สายขนส่งและคลังสินค้า
- สายวิศวกรรม
- สายพลังงาน
- สายสิ่งแวดล้อม
- สายอื่น ๆ

6. ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม

- | | | |
|-----------------------|---|-------|
| - ต่ำกว่า 1 ปี | 1 | คะแนน |
| - 1 - 2 ปี | 2 | คะแนน |
| - มากกว่า 2 ปี - 4 ปี | 3 | คะแนน |
| - มากกว่า 4 ปี | 4 | คะแนน |

7. เคยได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

- | | | |
|----------|---|-------|
| - เคย | 1 | คะแนน |
| - ไม่เคย | 0 | คะแนน |

8. ความถี่ในการเข้าอบรม แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม

- | | | |
|-----------------|---|-------|
| - 1 - 2 ครั้ง | 1 | คะแนน |
| - 3 - 4 ครั้ง | 2 | คะแนน |
| - 5 - 6 ครั้ง | 3 | คะแนน |
| - 7 ครั้งขึ้นไป | 4 | คะแนน |

9. ความถี่ในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ

9.1 โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน เพื่อนญาติพี่น้อง

- | | | |
|-----------------------------|---|-------|
| - ไม่ได้รับเลย | 0 | คะแนน |
| - นาน ๆ ครั้ง (น้อยมาก) | 1 | คะแนน |
| - 1 วัน/สัปดาห์ (น้อย) | 2 | คะแนน |
| - 2-3 วัน/สัปดาห์ (ปานกลาง) | 3 | คะแนน |
| - 4 - 6 วัน/สัปดาห์ (บ่อย) | 4 | คะแนน |
| - 7 วัน (บ่อยมาก) | 5 | คะแนน |

9.2 นิติยสาร

- ไม่ได้รับเลย	0	คะแนน
- นานกว่านั้น	1	คะแนน
- มากกว่า 3 สัปดาห์ครั้ง - 4 สัปดาห์ครั้ง	2	คะแนน
- มากกว่า 2 สัปดาห์ครั้ง - 3 สัปดาห์ครั้ง	3	คะแนน
- มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง - 2 สัปดาห์ครั้ง	4	คะแนน
- สัปดาห์ละครั้ง	5	คะแนน

9.3 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดนิทรรศการ การอบรม การสัมมนา

- ไม่ได้รับเลย	0	คะแนน
- นานกว่านั้น	1	คะแนน
- 4 เดือนครั้ง	2	คะแนน
- 3 เดือนครั้ง	3	คะแนน
- 2 เดือนครั้ง	4	คะแนน
- เดือนละครั้ง - มากกว่า	5	คะแนน

10. ความคิดเห็นต่อลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบ Likert ซึ่งจะแบ่งเป็น 5 ระดับ และเรียงคะแนนจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

80 - 100 %	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
60 - 79 %	เห็นด้วย	4	คะแนน
40 - 59 %	เฉย ๆ	3	คะแนน
20 - 39 %	ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
1 - 19 %	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

โดยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.50 ระดับต่ำมาก คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.50 ระดับต่ำ คือ ไม่เห็นด้วย

คะแนนระหว่าง 2.51 - 3.50 ระดับปานกลาง คือ เฉย ๆ

คะแนนระหว่าง 3.51 - 4.50 ระดับสูง คือ เห็นด้วย

คะแนนระหว่าง 4.51 - 5.00 ระดับสูงมาก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

10. การยอมรับ

- ระยะเวลาในการตัดสินใจ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม

- ไม่ถึง 1 สัปดาห์	5	คะแนน
- 1 - 2 สัปดาห์	4	คะแนน
- 3 - 4 สัปดาห์	3	คะแนน
- 5 - 8 สัปดาห์	2	คะแนน
- 8 สัปดาห์ขึ้นไป	1	คะแนน

- ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม

- ทุกวัน	5	คะแนน
- 5 - 6 วันต่อสัปดาห์	4	คะแนน
- 3 - 4 วันต่อสัปดาห์	3	คะแนน
- 1 - 2 วันต่อสัปดาห์	2	คะแนน
- นาน ๆ ถึงจะใช้	1	คะแนน

- ความต่อเนื่องในการใช้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

- ใช้	1	คะแนน
- ไม่ใช้	0	คะแนน

- ความคิดเห็น

ใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบ Likert ซึ่งจะแบ่งเป็น 5 ระดับ และเรียงคะแนนจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

โดยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้
 คะแนนระหว่าง 1.00 - 1.50 ระดับต่ำมาก คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 คะแนนระหว่าง 1.50 - 2.50 ระดับต่ำ คือ ไม่เห็นด้วย
 คะแนนระหว่าง 2.51 - 3.50 ระดับปานกลาง คือ เฉย ๆ
 คะแนนระหว่าง 3.51 - 4.50 ระดับสูง คือ เห็นด้วย
 คะแนนระหว่าง 4.51 - 5.00 ระดับสูงมาก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS^x (Statistical Package for the Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำผลการวิเคราะห์มาจัดทำตารางเพื่อเสนอและสรุปผลการวิเคราะห์

วิธีการวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

แจกแจงความถี่ของข้อมูลทุกข้อในแต่ละตอน กำหนดหาค่าร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา และนำเสนอข้อมูลเป็นตารางแบบทางเดียว

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การกำหนดค่า T-test , ANOVA ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โปรดักต โมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปร ได้แก่ ลักษณะของผู้ใช้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับตัวแปรตาม คือ การยอมรับการสื่อสารผ่านระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามสมมติฐานที่ 1, 2 และ 3