

### บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเล่นเกมนอนไลน์มีระเบียบและวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง แหล่งที่มาของข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเล่นเกมนอนไลน์ ซึ่งได้ประยุกต์ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws 1H ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who?), ผู้บริโภคชื่ออะไร (What?), ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why?), ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who?), ผู้บริโภคชื่อเมื่อใด (When?), ผู้บริโภคชื่อที่ไหน (Where?) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How?) รวมทั้งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเล่นเกมนอนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีสถานภาพกำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภาคการศึกษาที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2555 ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวนทั้งสิ้น 28,210 คน (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555: ออนไลน์)

##### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan ซึ่งจะได้ออกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 379 คน โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้ (ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543 อ้างอิงจาก Krejcie and Morgan, 1970)

สูตรของเครซีและมอร์แกน

$$n = \frac{\chi^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + \chi^2 p(1-p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$\chi^2$  = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ( $\chi^2 = 3.841$ )

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการ โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 28,210 คน ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.841 \times 28,210 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (28,210-1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5} \\ &= 378.9537 \approx 379 \text{ คน} \end{aligned}$$

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 405 คน เพื่อให้สอดคล้องกับการเก็บข้อมูล จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยใช้เกณฑ์กลุ่มสาขาวิชา แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 135 คน ได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ และสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีประสบการณ์เล่นเกมออนไลน์ จำนวน 405 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักศึกษาในการเล่นเกมนอนไลน์ ได้แก่ ใครเป็นผู้เล่น (Who) ผู้บริโภคเล่นเกมอะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงเล่น (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเล่น (Who) ผู้บริโภคเล่นเมื่อใด (When) เล่นที่ไหน (Where) สถานที่เล่นต้องมีลักษณะหรือบริการอย่างไร (Facilities) และเล่นอย่างไร (How)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมนอนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเกมนอนไลน์

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นเกมนอนไลน์ เป็นการวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยแต่ละคำถามจะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด ตามวิธี Rating Scales (กฤษณี รื่นรมณ์, 2549 : 122) โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนนตามระดับความสำคัญดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

และค่าเฉลี่ยจะนำมาแปลผลตามระดับความสำคัญดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการแปลผล
4.50 – 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	มีความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	มีความสำคัญน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การแจกแจงแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

### 3.3 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจะดำเนินการที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีตามกลุ่มสาขาวิชาต่างๆตามที่ได้ระบุจำนวนไว้ในขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

### 3.4 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาทั้งหมดในการศึกษานี้รวม 9 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 เก็บข้อมูลเดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 -มกราคม พ.ศ. 2556