

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของผู้ใช้งานเฟสบุ๊คในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลจาก Socialbakers (2012) ประเทศไทยนั้น มีจำนวนผู้ใช้สื่อเฟสบุ๊คสูงถึง 18 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 28 ของประชากรไทยทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คในประเทศไทย ซึ่งมีผู้ใช้สื่อเฟสบุ๊คประมาณ 18 ล้านคน กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane's (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, หน้า 45) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน จากนั้นผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างมีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพสมรส ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) เป็นคำถามแบบปลายปิด แต่ละคำถามมีมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) และแบบอัตราส่วน (Ratio scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการเป็นคำถามแบบปลายปิด เป็นมาตรวัดแบบนามบัญญัติ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประเภทกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำบนสื่อเฟสบุ๊ค โดยมีข้อคำถามจำนวน 28 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราช่วง (Interval scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

ระดับมากที่สุด	มีค่า	4	คะแนน
ระดับมาก	มีค่า	3	คะแนน
ระดับปานกลาง	มีค่า	2	คะแนน
ระดับน้อย	มีค่า	1	คะแนน
ระดับไม่เคย	มีค่า	0	คะแนน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค โดยมีข้อคำถามจำนวน 40 ข้อ เป็นมาตรวัดแบบอันตรภาค มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีค่า	5	คะแนน
ระดับเห็นด้วย	มีค่า	4	คะแนน
ระดับเฉยๆ	มีค่า	3	คะแนน
ระดับไม่เห็นด้วย	มีค่า	2	คะแนน
ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีค่า	1	คะแนน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนในการพัฒนาแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแบบวัดความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของผู้ใช้งานเฟสบุ๊คในประเทศไทยจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะงานวิจัยของ Aimee Valentine (2011) ที่ศึกษาเรื่อง Uses and Gratifications of Facebook members 35 years and older ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของสื่อเฟสบุ๊คของสมาชิกอายุ 35 ปีและมากกว่า

2. จากนั้นได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่พัฒนาขึ้นมาไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสองท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) และภาษาในแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามสิ่งที่ต้องการวัด

3. นำแบบสอบถามไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน แล้วนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดในแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ที่มีเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามที่ Jump (1978) ว่า สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจถ้าค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 เป็นที่ยอมรับได้ และแบบวัดแต่ละด้านในงานวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

แบบวัดกิจกรรมที่ทำบนสื่อเฟสบุ๊ค จำนวน 28 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.890

แบบวัดแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค จำนวน 40 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.947

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม Google Drive เพื่อสร้างแบบสอบถามดังกล่าวในสื่อออนไลน์ จากนั้นนำลิงค์ (Link : <https://docs.google.com/forms/d/1FzMumv1ji6vXtKrOhKzVvk6QnrUN1vhQE-esDpt8bZsE/viewform>) ของแบบสอบถามไปวางไว้ในเว็บไซต์ยอดนิยมต่าง ๆ เช่น pantip.com, facebook.com และอื่น ๆ พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัยและขอความอนุเคราะห์ให้กลุ่มตัวอย่างช่วยตอบแบบสอบถามดังกล่าว ผู้วิจัยตรวจสอบว่ามีจำนวนกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามครบ 400 ชุด ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งระยะเวลาการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้นรวม 12 วัน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2557 ถึง 12 พฤษภาคม 2557

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ลงรหัสข้อมูลลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติแล้ว ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊ค กิจกรรมที่ทำบนสื่อเฟสบุ๊ค และแรงจูงใจที่ใช้สื่อเฟสบุ๊คของกลุ่มตัวอย่าง รายงานด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการแปลผลค่าแบบวัดกิจกรรมที่ทำในสื่อเฟสบุ๊คที่มีการให้กลุ่มตัวอย่างระบุระดับความสำคัญ 5 ระดับ ตั้งแต่ 0-4 คะแนน นำคะแนนในการวัดระดับความสำคัญมาหาค่าพิสัยและหารด้วยจำนวนอันตรภาคชั้นที่ต้องการจะได้ระยะห่างของค่าระดับคะแนน แปลความหมายค่าเฉลี่ยจากการแบ่งระดับความสำคัญตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.2- 4.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.41-3.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.61-2.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.81-1.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.01-0.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
0 คะแนน	หมายถึง	ไม่เคย

ส่วนแบบวัดแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค นำคะแนนในการวัดระดับความสำคัญมาหาค่าพิสัยและหารด้วยจำนวนอันตรภาคชั้นที่ต้องการจะได้ระยะห่างของค่าระดับคะแนน จากนั้นแปลความหมายค่าเฉลี่ยจากการแบ่งระดับความสำคัญตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20	หมายถึง	ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ทดสอบสมมติฐาน 3 สมมติฐานด้วยสถิติ

Pearson's sample correlation coefficient โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญที่ .05 สำหรับการแปลผล ในค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson correlation แปลค่าระดับความสัมพันธ์ของข้อมูล ดังนี้

ถ้าค่า $r = 0.50$ ถึง 1.00 หรือ $r = -0.50$ ถึง -1.00	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ถ้าค่า $r = 0.30$ ถึง 0.49 หรือ $r = -0.30$ ถึง -0.49	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ถ้าค่า $r = 0.10$ ถึง 0.29 หรือ $r = -0.10$ ถึง -0.29	มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย
ถ้าค่า $r = 0.00$ ถือว่าข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กัน	