

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายผ่านเฟสบุ๊ค เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อให้ผลการศึกษาบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลของการวิจัยเชิงปริมาณสามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการเฟสบุ๊คในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการเฟสบุ๊คในประเทศไทยที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายผ่านเฟสบุ๊คอย่างน้อย 1 ครั้ง กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, หน้า 38)

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้เท่ากับ 0.5)

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ระดับ

ความเชื่อมั่น 95%

e = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ e มีค่าเท่ากับ 0.05

ความคลาดเคลื่อน 5%

$$\begin{aligned}\text{แทนค่า } n &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= 384.16 \approx 384\end{aligned}$$

ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 คน โดยจะมีการสำรวจไว้ประมาณ 5% หรือเท่ากับจำนวน 16 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นจำนวน 400 คน

การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีแบบสะดวก (Convenience) โดยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการเฟสบุ๊กตามเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น facebook.com, pantip.com

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีทั้งชนิดคำถามแบบปลายปิด (Close ended questions) คำถามปลายเปิด (Open ended questions) และคำถามแบบมาตราช่วง (Interval scale)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือมี ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสื่อเฟสบุ๊ก แนวคิดการสื่อสารทางการตลาด แนวคิดพฤติกรรม การซื้อและเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและพฤติกรรม การซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายผ่านเฟสบุ๊ก

2. สร้างแบบสอบถามขึ้นให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องด้านเนื้อหา (Content validity)

4. นำแบบสอบถามไปแก้ไขข้อบกพร่องตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบาค (Cronbach's alpha) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 และเมื่อนำมาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยคำถามประเภทต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการเฟสบุ๊ก ได้แก่ เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดแบบไวรัล โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้ (พัชกานต์ โพธิเบญจุกล, 2550, หน้า 67)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น กำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านเฟสบุ๊ค ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	เฉย ๆ
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายผ่านเฟสบุ๊ค มีลักษณะทั้งที่เป็นคำถามปลายเปิด และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice questions)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากแบบออนไลน์จำนวน 400 ชุด โดยใช้โปรแกรม Google Drive เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ จากนั้นนำลิ้งค์ (Link) ของแบบสอบถามไปวางไว้ตามเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น facebook.com, pantip.com เพื่อรอกกลุ่มตัวอย่างมาตอบแบบสอบถามจนได้ครบ 400 ชุด ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึง 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อลงรหัสข้อมูลในโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติแล้ว ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างรายงานด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การแปลผลค่าแบบวัดความคิดเห็นต่อเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมีการใช้กลุ่มตัวอย่างระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 1-5 คะแนน ผู้วิจัยได้นำคะแนนในการวัดระดับความคิดเห็นมาหาค่าพิสัยและหารด้วยจำนวนอันตรภาคชั้นที่ต้องการจะได้ระยะห่างของค่าระดับคะแนน จากนั้นแปลความหมายค่าเฉลี่ยจากการแบ่งระดับความสำคัญตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	เฉย ๆ
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐาน 2 สมมติฐาน โดยสมมติฐานที่ 1 ใช้สถิติ t-Test และ F-test ในการวิเคราะห์ และสมมติฐานที่ 2 ใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ 0.05

สำหรับการแปลผลในค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient แปลค่าระดับความสัมพันธ์ของข้อมูล ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2544)

1. ถ้าค่า r เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง
2. (ถ้าสูงกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก)
2. ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0.50 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง

3. ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 (ประมาณ 0.30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ
4. ถ้าค่า r เป็น 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง