

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับรู้ผ่านการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์เวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ โดยงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรไทยกลุ่มเจนเนอเรชันวาย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสำหรับเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรไทยที่ถูกใจเฟซบุ๊กเพจมิสแกรนด์ไทยแลนด์ และติดตามการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ผ่านเฟซบุ๊กมิสแกรนด์ไทยแลนด์

จากจำนวนประชากรทั้งหมดผู้วิจัยทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน $\pm 5\%$ โดยเลือกค่าความเชื่อมั่นที่ 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน

2. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

หลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว จากนั้นผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเลือกสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยการเก็บตัวอย่างจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยเลือกวิธีการเลือก

กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยเลือกเก็บเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการวิจัยนี้จำนวน 400 ชุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ความคิดเห็นของประชากรไทยที่ถูกใจเฟซบุ๊กเพจมิสแกรนด์ไทยแลนด์ และติดตามการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ผ่านเฟซบุ๊กเพจมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ซึ่งกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ถิ่นที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิดแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Closed-ended Questionnaire) และเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยเลือกตอบตามความเป็นจริงและใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์โดยส่วนแรกจะถามถึงการรับรู้ข้อมูลการจัดการประกวด และการมีส่วนร่วมในเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และส่วนที่ 2 เป็นการถามถึงการรับรู้เกี่ยวกับเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยเลือกตอบตามความเป็นจริง ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีรายละเอียดของระดับการรับรู้ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับการรับรู้ มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับการรับรู้ มาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับการรับรู้ ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับการรับรู้ น้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับการรับรู้ น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้สื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์เวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ การตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing) การตลาดแบบทางตรง และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ โดยเลือกตอบตามความ

เป็นจริง ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีรายละเอียดของระดับการรับรู้ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับการรับรู้มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับการรับรู้มาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับการรับรู้ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับการรับรู้น้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์เวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ โดยเลือกตอบ
ตามความเป็นจริง ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรา
ส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีรายละเอียดของระดับความคิดเห็นดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย เห็นด้วยที่สุด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสอบถามในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ชุด
2. ทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตให้ครบจำนวน
ทั้งหมด 400 ชุด โดยนำแบบสอบถามไปประกาศลงในแหล่งที่มีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ซึ่งได้มี
การชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องเก็บข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ
และความเต็มใจในการให้ความร่วมมือ ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมาก
3. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
(Accidental Sampling) โดยเลือกเก็บจากผู้ที่มีความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการวิจัย
นี้ จนครบ 400 ชุด

4. เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามทันทีที่ได้รับแบบสอบถามคืนจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายการ และทำการวิเคราะห์ผลข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเป็นไปตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส (Coding) ตามที่กำหนดไว้ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

1.2 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งสามารถแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.2.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2.2 ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ และการรับรู้การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์เวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลความหมายของคะแนนเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, หน้า 77) มีเกณฑ์ระดับคะแนนดังนี้

คะแนน 4.50 – 5.00 คือ มีการรับรู้มากที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนน 3.50 – 4.49 คือ มีการรับรู้มาก แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ มาก

คะแนน 2.50 – 3.49 คือ มีการรับรู้ปานกลาง แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนน 1.50 – 2.49 คือ มีการรับรู้น้อย แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ น้อย

คะแนน 1.00 – 1.49 คือ มีการรับรู้น้อยที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

1.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์เวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลความหมายของคะแนนเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, หน้า 77) มีเกณฑ์ระดับคะแนนดังนี้

คะแนน 4.50 – 5.00 คือ มีความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ มากที่สุด

คะแนน 3.50 – 4.49 คือ มีความคิดเห็น เห็นด้วยมาก แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ มาก

คะแนน 2.50 – 3.49 คือ มีความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ ปานกลาง

คะแนน 1.50 – 2.49 คือ มีความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ น้อย

คะแนน 1.00 – 1.49 คือ มีความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญ น้อยที่สุด

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูล และแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย

2.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, หน้า 36)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนความถี่} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}}$$

$$\text{หรือ } P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ

f แทน ความถี่ของข้อมูล

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

2.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544, หน้า 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนของข้อมูลทั้งหมด
 \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

2.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 และยังใช้วัดการกระจายของข้อมูลต่างๆ ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, หน้า 48)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
 X_i แทน ค่าของข้อมูลตัวที่ i
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยทั้ง 5 ข้อ โดยแบ่งการใช้สถิติเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.2.1 สถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตัวแปร ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ การสื่อสารการตลาด และภาพลักษณ์เวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test (Independent Sample T-test) สำหรับกรณีทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว F-test (One-way ANOVA) สำหรับกรณีทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยที่ข้อมูลแต่ละกลุ่มตัวอย่างต้องมีการกระจายแบบ Normal distribution และทุกกลุ่มจะต้องมีค่าการกระจายหรือมี Variation ไม่แตกต่างกัน

2.2.2 สถิติที่ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ และการสื่อสารการตลาดของเวทีการประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ดำเนินการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้

หาค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)