

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการประมวลผลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป มีรายละเอียดในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่ม Gen Y ที่ติดตามเพจท่องเที่ยว โดยมีการเลือกจาก 8 เพจท่องเที่ยวที่มีผู้ติดตามกว่า 80,000 ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง กลุ่ม Gen Y ที่ติดตามเพจท่องเที่ยว โดยมีการเลือกจาก 8 เพจท่องเที่ยวที่มีผู้ติดตามกว่า 80,000 ขึ้นไป ซึ่งแบ่งตามการแบ่งกลุ่มการบริหาร 8 กลุ่มเพจท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณจากสูตรดังนี้ (Taro Yamane)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
N = ขนาดของประชากร
e² = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดให้ = 0.05
โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

แทนสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{1,875,955}{1 + 1,875,955 (0.05)^2}$$

$$= 399.914 \text{ คน}$$

ฉะนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ไว้ที่ 400 คน และมีการสุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้ การวิจัยครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย 400 คน และให้หารเหลือกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% และกำหนดความเชื่อถือได้ 95% ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป Taro Yamane

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่ม Gen Y ที่ติดตามเพจท่องเที่ยว โดยมีการเลือกจาก 8 เพจท่องเที่ยวที่มีผู้ติดตามกว่า 80,000 ขึ้นไป ซึ่งแบ่งตามการแบ่งกลุ่มการบริหาร 8 กลุ่มเพจท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source)** คือ จัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม Gen Y ที่ติดตามเพจท่องเที่ยว โดยมีการเลือกจาก 8 เพจท่องเที่ยวที่มีผู้ติดตามกว่า 80,000 ขึ้นไป ซึ่งแบ่งตามการแบ่งกลุ่มการบริหาร 8 กลุ่มเพจท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 50 คน รวมกันเป็นจำนวน 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเองและผู้วิจัยคอยให้คำแนะนำกรณีที่ไม่เข้าใจหรือมีข้อซักถาม

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source)** คือ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยทำการรวบรวมงานวิจัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิกที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยว ของกลุ่ม Gen Y โดยการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศรีปทุม รวมไปถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) และ ปลายเปิด (Open-ended Question) ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบไปด้วย 5 ตอน ดังนี้

แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิดจะมีทั้งหมด 5 ตอนใหญ่ ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้สื่ออินโฟกราฟิก ประกอบด้วย อุปกรณ์ ความถี่ ระยะเวลา เหตุผล วัตถุประสงค์ สถานที่

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการนำเสนอ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ติดตามเพจท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม ดังนี้

| | |
|--------------|------------------------------------|
| ระดับคะแนน 5 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| ระดับคะแนน 4 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก |
| ระดับคะแนน 3 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| ระดับคะแนน 2 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย |
| ระดับคะแนน 1 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

การแปลความหมายมีเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้

| ระดับคะแนนเฉลี่ย | การแปลความหมาย |
|-----------------------|------------------------------------|
| ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก |
| ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ดำเนินการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษา ตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี และหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของงานวิจัยและสร้างเครื่องมือ ในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบสอบถาม จะได้มีความชัดเจนในการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ไปขอคำปรึกษาและคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้น

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-Test) เพื่อความแม่นยำ (Accuracy) และเที่ยงตรง (Validity) ของคำถาม โดยทำการทดสอบกับผู้ที่มีความสัมพันธ์ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด จำนวน 30 ชุด เมื่อได้ผลแล้ว นำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแก้ไขปรับปรุงอีกครั้ง เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลภาคสนามจริงต่อไป

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามมาพิจารณาโครงสร้างแบบสอบถาม (Construct Validity) เนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Content Validity) ซึ่งมีการปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมบางข้อทั้งนี้เพื่อให้แบบสอบถามสามารถตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยได้อย่างแท้จริง
2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะได้นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงและทดสอบก่อน (Pre-Test) 30 ชุดแล้วนั้น มาพิจารณาเพื่อหาค่าของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับซึ่งค่า Cronbach's Alpha ทั้งชุด มีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามชุดดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลใช้ วิธีให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามผ่านช่องทาง Facebook, Line ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการชี้แจงที่มาและวัตถุประสงค์ให้กับ

กลุ่มตัวอย่างทราบ รวมทั้งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มิถุนายน 2562 ถึง กันยายน 2562

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตัวแปรที่กำหนดและข้อมูลที่รวบรวมได้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้เพื่อสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยหาความถี่ (Frequency) การกระจายอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการวิเคราะห์การศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ที่ส่งผลต่อการติดตามเพจท่องเที่ยวของกลุ่ม Gen Y โดยใช้การวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรสองกลุ่ม และการทดสอบค่า (f-test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression)