

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรที่ศึกษา
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้คัดด้วยการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้ที่เล่นเกม RoV จำนวน 400 คน โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปตามกลุ่มต่าง ๆ จากกลุ่ม Garena RoV Thailand 200 คน ,จากในเว็บไซต์ Pantip หมวดเกม 100คน , เว็บไซต์ Dek-d หมวดเกม 100คน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกคือกลุ่มเยาวชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เล่นเกม RoV

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

ตัวแปรอิสระ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคคล (People), ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence), ด้านกระบวนการ (Process)

3. แรงจูงใจในการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV ได้แก่ ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผล

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร ตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจของผู้บริโภค ที่มีผลต่อการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ RoV ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หลักและประเด็นย่อยต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยต้องการที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ในการออกแบบสอบถามในครั้งนี้จะแบ่งออกเป็น 5 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามประชากรศาสตร์ เกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม การตอบคำถามเป็นการกำหนดให้ เลือกข้อ (Check list) ข้อที่ตรงตามจริง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ 5 ข้อ โดยเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับตามวิธี Rating Scale คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่า 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ส่งผลให้ เกิดการตัดสินใจเติมเงิน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ 5 ข้อ โดยเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับตามวิธี Rating Scale คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่า 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อตัวละครในเกม RoV โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ 5 ข้อ โดยเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับตามวิธี Rating Scale คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่า 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ทำแบบสอบถามได้เสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากเยาวชนที่เล่นเกม RoV ในเขตกรุงเทพมหานคร เลือกโดยการสุ่มคนรวมเป็นจำนวน 400 คน โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปตาม

กลุ่มต่าง ๆ จากกลุ่ม Garena RoV Thailand 200 คน, จากในเว็บไซต์ Pantip หมวดเกม 100 คน ,
เว็บไซต์ Dek-d หมวดเกม 100 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และแปลผลความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51-5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
3.51-4.50	หมายถึง เห็นด้วยมาก
2.51-3.00	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
1.51-2.00	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
1.00-1.50	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนนและค่าเฉลี่ยตามวิธี Rating Scale ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน	การแปรผล
สำคัญมากที่สุด	5	4.50-5.00
สำคัญมาก	4	3.50-4.49
สำคัญปานกลาง	3	2.50-3.49
สำคัญน้อย	2	1.50-2.49
สำคัญน้อยที่สุด	1	1.00-1.49

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตัวแปรที่กำหนดและข้อมูลที่รวบรวมได้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการใช้ค่าสถิติ โดยการหาค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์ จากสถิติอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

2.1 สมมติฐานที่ 1 วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ t (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบทางเดียว (One- way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe)

2.2 สมมติฐานที่ 2 วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.3 สมมติฐานที่ 3 วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.4 สมมติฐานที่ 4 ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจกับการตัดสินใจเติมเงินซื้อตัวละครในเกมบนโทรศัพท์มือถือ Raelm of Valor (ROV)

การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันตามเกณฑ์ (Hinkle D. E., 1998, p.118)

ค่า r ระดับของความสัมพันธ์

0.90 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.70 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.50 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.30 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)