

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจขนาดเล็ก” เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลของกลุ่มผู้ลงทุนทำธุรกิจผู้เริ่มต้นที่มียอดเหรียญ รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผู้เริ่มต้นที่มียอดเหรียญของผู้ลงทุนทำธุรกิจ ผู้วิจัยกำหนดรายละเอียดในเรื่องของ วิธีการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยแบ่งกลุ่มสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มร้านค้า จำนวน 6 คน
2. กลุ่มเจ้าของอพาร์ทเมนต์ จำนวน 6 คน

รวมทั้งสิ้น 12 คน และนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นผู้ลงทุนทำธุรกิจผู้เริ่มต้นที่มียอดเหรียญ โดยวิธีการเลือกสัมภาษณ์แบบจงใจ (Purposive Sampling) โดยแบ่งตามรูปแบบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. เป็นผู้ลงทุนทำธุรกิจโดยซื้อผู้เริ่มต้นที่มียอดเหรียญเพื่อหวังผลกำไร
 2. มีแหล่งค้าขายหรือแหล่งธุรกิจอยู่กับที่ ได้แก่ เจ้าของร้านค้า และเจ้าของอพาร์ทเมนต์
- จากผลลัพธ์ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างประเภทละ 6 คน โดยการใช้วิธีเลือกจากการเจาะจง

ตารางที่ 3.1

กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเลือกจากการเจาะจง

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	บริเวณที่ตั้ง
กลุ่มสำหรับธุรกิจ เจ้าของอพาร์ทเมนต์ จำนวน 6 คน				
สุขชัย กิตติดำรง	ชาย	32	ร้านเช่าหนังสือ	ริมถนน ซ.โชคชัย4
นพรัตน์ สอนดี	หญิง	41	ร้านอาหาร	ริมถนน ซ.เสนานิคม
จิราภา ทรงสุขสกุลชัย	หญิง	33	ร้านขายของชำ	ภายในชุมชนเคหะบางพลี
ทรงวุฒิ สมตระกูล	ชาย	28	ร้านอินเทอร์เน็ต	ริมถนน ซ.โชคชัย4
สมาน ทองโยธา	ชาย	44	เจ้าของตึกแถว	ภายในตลาดบางพลี
จิตตรา เลิศศุภมงคล	หญิง	47	ร้านซักรีด	หน้าหมู่บ้านอมรพันธุ์นิเวศน์
กลุ่มสำหรับธุรกิจ เจ้าของอพาร์ทเมนต์ จำนวน 6 คน				
รัตนา แสงทองดี	หญิง	47	เจ้าของอพาร์ทเมนต์	ภายใน ซ.โชคชัย4
ปัทมา สิงห์ตระกูล	หญิง	51	เจ้าของอพาร์ทเมนต์	ภายใน ซ.ลาดพร้าว 87
สามารถ วุฒิสวัสดิ์ชาติกุล	ชาย	44	เจ้าของอพาร์ทเมนต์	ภายใน ซ.ลาดพร้าว 87
รุ่งโรจน์ จตุรพิทพรพงษ์	ชาย	38	เจ้าของอพาร์ทเมนต์	ภายใน ซ.ลาดพร้าว 94
ชัชชัย เอนกพัฒน์กิจ	ชาย	34	เจ้าของอพาร์ทเมนต์	ภายใน ซ.รามคำแหง 24
อภิรดี เบญจโชติช่วง	หญิง	41	เจ้าของอพาร์ทเมนต์	ภายใน ซ.รามคำแหง 24

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นการกำหนดคำถามปลายเปิด (Opened-end) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกได้อย่างอิสระ
2. เครื่องบันทึกเสียง ที่ผู้วิจัยใช้ในการบันทึกคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลจากเอกสาร วารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

แนวคำถามในการสัมภาษณ์

แนวคำถามแบบเจาะลึกในการสัมภาษณ์เรื่อง “การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจขนาดเล็ก” ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้แหล่งข้อมูลสามารถออกความคิดเห็นได้มากที่สุด โดยกำหนดแนวคำถามเพื่อไว้สัมภาษณ์ไว้ดังนี้

1. ถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ เช่น ใช้สื่อไหนบ้างในการหาข้อมูลเกี่ยวกับตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ สื่อนั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่
2. ถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญ คือ
 - ปัจจัยด้านสังคม ถามเรื่อง กลุ่มคนในสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น คนในครอบครัว กลุ่มอ้างอิงด้านธุรกิจ
 - ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ถามเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 - ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ถามเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ทำหนังสือขอสัมภาษณ์เก็บข้อมูลซึ่งมีคำรับรองการทำโครงการเฉพาะบุคคลจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน เพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง
2. ทำกรอบแนวโครงสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล และให้อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเฉพาะบุคคลตรวจ ให้คำแนะนำ แล้วดำเนินการปรับแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเฉพาะบุคคลก่อนนำไปใช้จริง
3. เดินทางไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-face Interview) ตามแนวโครงสร้างคำถามที่กำหนดไว้ แล้วทำการบันทึกข้อมูลไว้ในเทปบันทึกเสียงเพื่อนำไปถอดความและสรุปประเด็นต่าง ๆ ตามที่ต้องการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ

ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจขนาดเล็ก” ครั้งนี้ได้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องเสียก่อนจากนั้นจึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อตอบปัญหาการวิจัย ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์จำแนกประเภทข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล และการตีความข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการบรรยาย (Descriptive) และมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการทำธุรกิจกับธุรกิจมาประกอบในการอธิบาย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย