

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 3.1.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อหรือปัจจุบันซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างประชากร เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้ศึกษาจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร W.G.Cochran (1953) กรณีไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Infinite Population) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) โดยกำหนด

ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 คือ  $\alpha = 0.05$  หรือ  $1 - \alpha / 2$  การเปิดค่า  $Z = 0.975$  ได้ที่ค่าเท่ากับ 1.96

P = สัดส่วนของประชากรในการสนใจงานวิจัยในที่นี้กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 50

Q = สัดส่วนของประชากรที่ไม่สนใจการศึกษางานวิจัย เท่ากับ  $1 - P$

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

ขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ = 384.6 คน

ในงานวิจัยนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 412 คน

##### 3.1.2 วิธีการเก็บตัวอย่าง

ทำการโพสต์แบบสอบถามตามเว็บไซต์ร้านค้าเสื้อผ้าต่าง ๆ

### 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา(Descriptive Statistics)แสดงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคโดยลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ระดับคะแนน	ความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

  

ความกว้างของอันตรภาคชั้น	=	$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$
ความกว้างของอันตรภาคชั้น	=	$\frac{5-1}{5}$
ความกว้างของอันตรภาคชั้น	=	0.80

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ช่วงระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
4.21 - 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีความสำคัญมาก
2.61 - 3.40	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	มีความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	มีความสำคัญน้อยที่สุด

3.2.3 จากนั้นใช้ factor analysis เพื่อรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน เมื่อได้กลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค

3.2.4 ใช้การวิเคราะห์ ANOVA เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

3.2.5 ใช้การวิเคราะห์ Multiple regression analysis เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคโดยโมเดลนี้ใช้เงินเดือนของกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแปรควบคุม

$$Y = \beta_{\text{fac}1} + \beta_{\text{fac}2} + \beta_{\text{fac}3} + \beta_{\text{fac}4} + \beta_{\text{fac}5} + \beta_{\text{income}}$$

$$Y = \text{ประมาณค่าใช้จ่ายซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ต่อเดือน}$$

- fac1 = อิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์
- fac2 = ความหลากหลายของเสื้อผ้า
- fac 3 = เสื้อผ้าตรงตามต้องการ
- fac 4 = การชำระเงินสะดวกปลอดภัย
- fac 5 = ส่วนลด
- income = เงินเดือน