

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน (Hot News) จากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็นผ่านระบบเอสเอ็มเอส (SMS) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Short Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากร

คุณลักษณะของประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ที่เปิดรับข่าวด่วนทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 300,000 คน¹ โดยต้องมีระยะเวลาในการเปิดรับตั้งแต่ 1-6 เดือน ซึ่งนับย้อนหลังขึ้นไปตั้งแต่เดือนที่เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจะต้องเริ่มเปิดรับข่าวด่วนในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2549 ถึงมีนาคม 2550

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรที่เปิดรับข่าวด่วนจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็นผ่านระบบเอสเอ็มเอสทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

¹สัมภาษณ์ วันชัย ปิณฑะบุตร, กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการใหญ่ ไอ.เอ็น. เอ็น. มัลติมีเดีย กรุ๊ป, 5 มกราคม 2550.

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ตารางสถิติของทาโร ยามาเน (Taro Yamane)² จากจำนวนผู้เปิดรับข่าวด่วน จำนวน 300,000 คน กำหนดระดับความมั่นใจร้อยละ 95 และให้เกิดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 โดยการคำนวณใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร 300,000 คน

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{300,000}{1 + 300,000 (0.05)^2}$$

$$= 399.998$$

จากสูตรที่ใช้ในการคำนวณ ผู้วิจัยจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.998 คน แต่เพื่อความแม่นยำของการวิจัยครั้งนี้จึงต้องการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็น 400 คน

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวด่วน

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Quota Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วยเอไอเอส ดีแทค ทรูมูฟ และ ฮัทชี่ ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนผู้ใช้บริการ โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

²วีเชียร เกตุสิงห์, การวิจัยเชิงปฏิบัติ : คู่มือการวิจัย (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2534), น. 256.

$$\frac{\text{จำนวนผู้ให้บริการในแต่ละเครือข่าย} \times \text{จำนวนผู้ให้บริการที่ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนผู้ให้บริการทั้งหมดในทุกเครือข่ายที่นำมาใช้ศึกษา}}$$

ได้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งแยกเป็นแต่ละเครือข่าย คือ

1. เครือข่ายเอไอเอส มีจำนวนผู้ให้บริการ 180,000 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลในเครือข่ายนี้คือ $(180,000 \times 400) \div 300,000 = 240$ คน (จากจำนวนตัวอย่างในการวิจัย (n) 400 คน)

2. เครือข่ายดีแทค มีจำนวนผู้ให้บริการ 105,000 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลในเครือข่ายนี้คือ $(105,000 \times 400) \div 300,000 = 140$ คน (จากจำนวนตัวอย่างในการวิจัย (n) 400 คน)

3. เครือข่ายทรูมูฟ มีจำนวนผู้ให้บริการ 12,000 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลในเครือข่ายนี้คือ $(12,000 \times 400) \div 300,000 = 16$ คน (จากจำนวนตัวอย่างในการวิจัย (n) 400 คน)

4. เครือข่ายอัทซ์ มีจำนวนผู้ให้บริการ 3,000 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลในเครือข่ายนี้คือ $(3,000 \times 400) \div 300,000 = 4$ คน (จากจำนวนตัวอย่างในการวิจัย (n) 400 คน)

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนร้อยละของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

เครือข่าย	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
เอไอเอส	180,000	240	60.0
ดีแทค	105,000	140	35.0
ทรูมูฟ	12,000	16	4.0
อัทซ์	3,000	4	1.0
รวม	300,000	400	100.0

ที่มา: วันชัย ปิณฑะบุตร กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการใหญ่ ไอ.เอ็น.เอ็น. มัลติมีเดีย กรุ๊ป

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากฐานข้อมูลบัญชีรายชื่อผู้ใช้บริการของ ไอ.เอ็น.เอ็น.มัลติมีเดีย กรุ๊ป ซึ่งจัดเรียงลำดับหมายเลขของบุคคลตามลำดับของวันที่มีการสมัครสมาชิกรับข้อความข่าวผ่านระบบเอสเอ็มเอสทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามลำดับก่อนหลัง โดยมีระยะเวลาในการเปิดรับตั้งแต่ 1-6 เดือน ให้ได้จำนวนตัวอย่างของแต่ละเครือข่ายตามที่ได้คำนวณไว้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสมมติฐานของการวิจัย ได้กำหนดตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่เปิดรับข่าวด่วนแตกต่างกัน จะมีปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วนแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

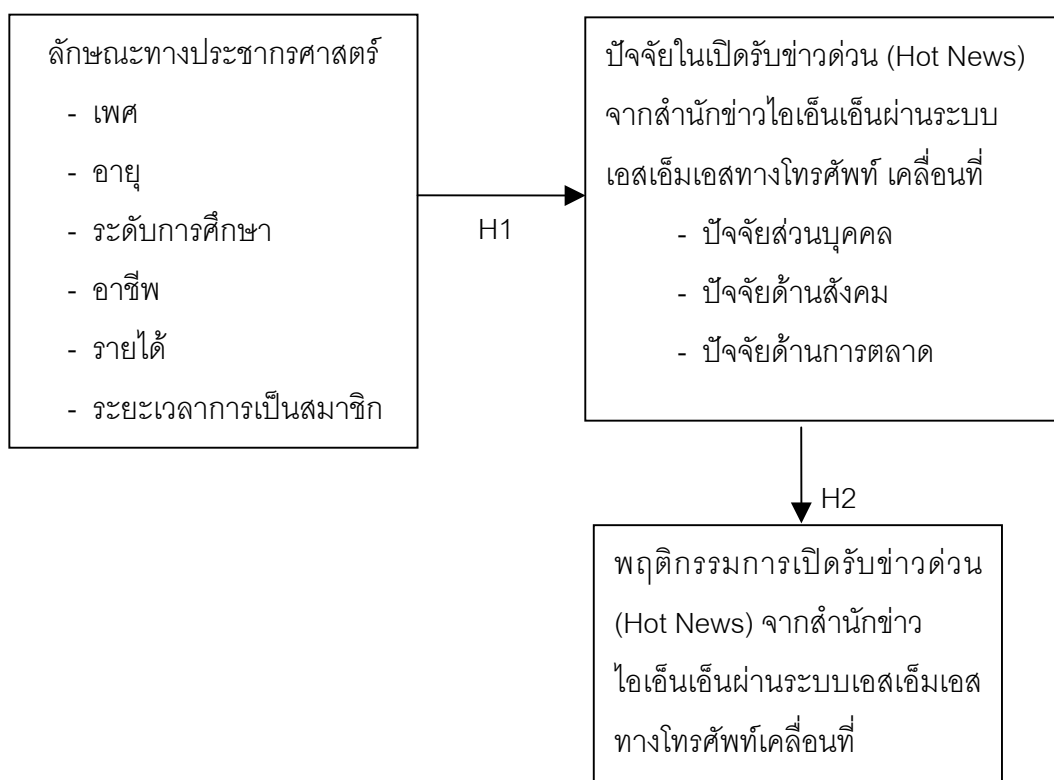
ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านการตลาด

สมมติฐานที่ 2 คือ ปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านการตลาด

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน

แผนภาพที่ 3.1
แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง คือ

1.1 เพศ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 เพศชาย

กลุ่มที่ 2 เพศหญิง

1.2 อายุ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตรวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่า 20 ปี

กลุ่มที่ 2 20-30 ปี

กลุ่มที่ 3 31-40 ปี

กลุ่มที่ 4 41-50 ปี

กลุ่มที่ 5 51 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา วัดค่าตัวแปรด้วยมาตรวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

กลุ่มที่ 2 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

กลุ่มที่ 3 อนุปริญญา / ปวส.

กลุ่มที่ 4 ปริญญาตรี

กลุ่มที่ 5 ปริญญาโท

กลุ่มที่ 6 ปริญญาเอก

1.4 อาชีพ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 นักเรียน / นักศึกษา

กลุ่มที่ 2 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มที่ 3 พนักงานบริษัท / ห้างร้านของเอกชน

กลุ่มที่ 4 ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มที่ 5 รับจ้างงานอิสระ

กลุ่มที่ 6 ไม่ได้ประกอบอาชีพ /ว่างงาน

กลุ่มที่ 7 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.5 รายได้ วัดค่าตัวแปรด้วยมาตรวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่า 10,000 บาท

กลุ่มที่ 2 10,001-30,000 บาท

กลุ่มที่ 3 30,001-50,000 บาท

กลุ่มที่ 4 50,001-70,000 บาท

กลุ่มที่ 5 70,001-90,000 บาท

กลุ่มที่ 6 90,001 -110,000 บาท

กลุ่มที่ 7 110,001 บาทขึ้นไป

1.6 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกรับข่าว วัดจากจำนวนเดือนที่กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกจนถึงปัจจุบัน โดยต้องเริ่มเปิดรับช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2549 ถึงมีนาคม 2550 แล้วนำมาแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มในภายหลัง ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1-3 เดือน

กลุ่มที่ 2 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 4-6 เดือน

2. ปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน ซึ่งแบ่งระดับของปัจจัยในการเปิดรับออกเป็น 5 ระดับ ด้วยมาตรวัดแบบอันดับ (Ordinal Scale) โดยใช้ Likert Scale คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด ให้ 5 คะแนน

มาก ให้ 4 คะแนน

ปานกลาง ให้ 3 คะแนน

น้อย ให้ 2 คะแนน

น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

จากนั้นนำผลรวมของคะแนนในการวัดระดับของปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วนมาหาค่าเฉลี่ย โดยกำหนดอันตรภาคชั้น หรือความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงที่สุด} - \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้น ความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นจึงเท่ากับ 0.8 แล้วนำมาจัดระดับของค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน ถือว่ามีผลมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน ถือว่ามีผลมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน ถือว่ามีผลปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน ถือว่ามีผลน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน ถือว่ามีผลน้อยที่สุด

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าว ซึ่งวัดจากจำนวนครั้งที่กดอ่านข่าวทางเอสเอ็มเอสจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อวัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะแบบสอบถามมีทั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน จำนวน 22 ข้อ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 4 การใช้บริการรับข่าวด่วนในอนาคต และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการให้บริการ จำนวน 2 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเที่ยง (Validity) และหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยการค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีวิจัย และกรรมการวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมสำหรับนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

2. ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรมากที่สุด จำนวน 30 ราย หลังจากนั้นนำผลวิเคราะห์คำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ โดยเครื่องมือในส่วนที่ต้องทดสอบความเชื่อถือได้ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อคำถามในส่วนของปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ด้วยวิธีของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งวิธีการของ Cronbach ใช้สำหรับเครื่องมือที่ให้คะแนนรายข้อมากกว่า 1 คะแนน ค่าความเชื่อถือที่ได้จากวิธีนี้เรียกว่า Alpha Coefficient

สูตรที่ใช้คำนวณ

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อถือได้

K_i = จำนวนข้อ

V_i = ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากการทดสอบความเชื่อถือ พบว่า

ในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามซึ่งวัดปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน คำนวณได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .851

จากผลดังกล่าวข้างต้นสรุปว่า แบบสอบถามมีระดับความน่าเชื่อถือที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปใช้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากบัญชีรายชื่อให้ได้ครบตามจำนวนสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับนำเสนอข้อมูลเป็นตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ และนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

1.2 ข้อมูลด้านปัจจัยในการเปิดรับข่าวด่วน ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

1.3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

1.4 ข้อมูลด้านการให้บริการรับชาวสวนในอนาคต และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการให้บริการ ใช้การวิเคราะห์โดยหาความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาครั้งนี้ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่เปิดรับชาวสวนที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยในการเปิดรับชาวสวนแตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งจะปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า 2-Tail Prob ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งจะปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า Prob ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 และหากสมมติฐานข้อใดปฏิเสธ H_0 จะนำไปทำการเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยในการเปิดรับชาวสวนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชาวสวน ใช้สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งจะปฏิเสธ H_0 เมื่อค่า Significance ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาให้คะแนนและการลงรหัส แล้วนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 14.0 เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย