บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา

การวิจัยโครงการเฉพาะเรื่อง การตอบสนองของผู้บริโภคต่อสัณฐานของผลิตภัณฑ์ดิจิตอล มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัย และพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิตอล (2) เพื่อนำปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดิจิตอล เพื่อออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิตอล และนำเสนอรูปแบบความคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (3) เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ ไปใช้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิตอล เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และตอบโจทย์การใช้งานให้ได้ประโยชน์มากที่สุด

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) คือ แหล่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีความละเอียด รวมทั้งมีการสังเกตพฤติกรรม และปฏิกิริยาระหว่างการสัมภาษณ์

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) ซึ่งได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) จากบทความ หรือวารสารวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษา

3.2 วิธีดำเนินการศึกษา

1) เพื่อให้ทราบถึงที่มาของเหตุและผล และความเข้าใจในเชิงลึก จึงใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์โครงสร้าง (Structured Interview) มีการคัดเลือกจากกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทางด้านการศึกษา 10 ท่าน โดยเป็นการดำเนินการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ในการใช้งานเป็นเวลานาน (Lead User) โดยเป็นการสัมภาษณ์โครงสร้าง (Structured Interview) จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form

2) การศึกษานี้ จะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Traditional Form และผลิตภัณฑ์ Digital Form โดยมีการกำหนดตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างได้ชัดเจนในการสัมภาษณ์ (Structured Interview) ระหว่างหนังสือ (Traditional Form) และ E-book (Digital Form) ซึ่งจะเริ่มด้วยคำถามปลายเปิด โดย Lead User จะกล่าวถึงรายละเอียดของตัวผลิตภัณฑ์ไปเรื่อยๆ จากนั้นจึงเข้าสู่ประเด็นคำถาม โดยมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 10 ท่าน

3) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ชุดคำถามในการสัมภาษณ์ ตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 : Product Form

ส่วนที่ 2 : Individual Tastes and Preferences

ส่วนที่ 3 : Situational Factors

ส่วนที่ 4 : Product Type

3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

การคัดกรองกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ การตอบสนองของผู้บริโภค ต่อสัณฐานของผลิตภัณฑ์ดิจิตอล โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

3.3.1 เกณฑ์การคัดกรองกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

1) ชื่อ อายุ เพศ

2) ระดับการศึกษา (เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต/หรือกำลังศึกษาในระดับดุษฎีบัณฑิต)

3) ตำแหน่ง

4) มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการเฉพาะด้าน และสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกได้เป็นอย่างดี (Lead User)

5) กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีคุณสมบัติตรงกับข้อ 2) และ 3) เป็นหลัก

3.3.2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการศึกษา

1) ศึกษา ทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำมาวางกรอบ และขอบเขตในการศึกษา

2) ปรับปรุง และดัดแปลงคำถามในการสัมภาษณ์ให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

3) นำแบบคำถามในการสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ไปปรึกษา และแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมสารนิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์การศึกษา

4) นำแบบคำถามในการสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบ และแก้ไข ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ท่าน แล้วนำผลที่ได้มาตรวจสอบถึงรายละเอียดคำตอบที่ได้ ว่ามีข้อมูลครบถ้วนเพียงพอที่จะใช้ในการสรุปผลการศึกษาหรือไม่

5) ปรับปรุงแบบคำถามในการสัมภาษณ์ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์แบบ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 การสัมภาษณ์ (Structured Interview)

การศึกษานี้ได้มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งมุมมอง และแนวคิดที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ทำให้ทราบถึงที่มาของเหตุและผล ความเข้าใจในเชิงลึก มีโอกาสในการค้นหาตัวแปรใหม่ๆ รวมถึงการนำข้อมูลจากการสังเกตพฤติกรรมระหว่างการพูดคุย มาวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งผู้ศึกษาได้เลือกกลุ่มสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีความรู้ และมีประสบการณ์ในการใช้งานเป็นเวลานาน (Lead User) ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

มีการกำหนดตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างได้ชัดเจนในการสัมภาษณ์ (Structured Interview) ระหว่างหนังสือ (Traditional Form) และ E-book (Digital Form) ซึ่งจะใช้การสัมภาษณ์โดยเริ่มจากการใช้คำถามปลายเปิดจากตัวผลิตภัณฑ์ทีละชนิด โดยผู้ถูกสัมภาษณ์ (Lead User) จะพูดถึงตัวผลิตภัณฑ์ในรายละเอียดต่างๆ ไปเรื่อยๆ จากนั้นจึงเข้าสู่ประเด็นคำถามตามปัจจัยที่กำหนด

3.5 สมมติฐานการศึกษา

1) ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจทางการตลาด และสถานการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิตอล

2) ปัจจัยทางด้านทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์ผลิตภัณฑ์ ข้อจำกัดในการใช้งาน ด้านราคา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิตอล

3) ปัจจัยทางทัศนคติส่วนตัว ด้านรสนิยม กระแสนิยม และค่านิยม เพื่อน ครอบครัว อิทธิพลด้านสังคม วัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ดิจิตอล

4) ปัจจัยทางด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ (Product Type) ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์

3.6 ขั้นตอนการดำเนินการศึกษา

1) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ท่าน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างจากคำถามดังนี้ (ถามก่อนนัดสัมภาษณ์เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง)

(1) ชื่อ อายุ เพศ

(2) ระดับการศึกษา (เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต หรือกำลังศึกษาในระดับดุษฎีบัณฑิต)

(3) ตำแหน่ง

(4) มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเฉพาะด้าน และสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกได้เป็นอย่างดี (Lead User)

(5) กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีคุณสมบัติตรงกับข้อ (2) และ (4) เป็นหลัก

Lead user หมายถึง เป็นการค้นหาลูกค้าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ในเรื่องหนึ่งเรื่องใดอย่างจริงจัง มีการใช้งานจนเกิดความชำนาญ จากประสบการณ์ที่ผ่านมาในการใช้งาน และบริการตัวผลิตภัณฑ์เป็นเวลานา ซึ่งเป็นผู้รวบรวมข้อมูลทั้งในด้านของความต้องการ และทางออกในการแก้ไข จากแง่มุมของผู้ใช้สินค้า ข้อเสนอแนะที่ได้จาก Lead User นั้น ทางบริษัทสามารถจะนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมาก เนื่องจากเป็นข้อเสนอแนะที่มาจากผู้ที่มีความชำนาญ ที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเหล่านี้ ส่งต่อไปยังแผนกพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดย Lead User ถือว่าเป็นตัวแทนกลุ่มส่วนใหญ่ ซึ่งธุรกิจที่ต้องการข้อมูลเหล่านี้ โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจต้องทำการผลิต หรือสร้างอะไรใหม่ๆ เพื่อผลิตสินค้าออกมาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ท่านที่ได้คัดเลือกมาเป็น (Lead User) เนื่องจากมีคุณสมบัติการเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้งานมาเป็นเวลานาน มีความชำนาญในการใช้งานเป็นเวลานาน สามารถรวบรวมข้อมูลทั้งในด้านของความต้องการ แง่มุมของผู้ใช้สินค้า ข้อเสนอแนะได้เป็นอย่างดี เนื่องจากในการศึกษาจนถึงในระดับขั้นดุษฎีบัณฑิต การใช้งานผ่านผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวมากกว่ากลุ่มคนทั่วไป ในการอ่านหนังสือ การศึกษาหาข้อมูล การทำการศึกษา ซึ่งผ่านการใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน จนมีความคุ้นเคย รับรู้ถึงรายละเอียด ข้อมูลต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวเป็นอย่างดี ทำให้มีความรู้ หรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเฉพาะด้าน และสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกได้เป็นอย่างดี

2) เมื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้แล้ว ทำการนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ และดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

(1) แจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ และข้อมูลสัมภาษณ์ทั้งหมดที่จะนำไปใช้การศึกษาเท่านั้น

(2) แจ้งเวลาวัน เวลา สถานที่ นัดหมายกับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยกำหนดเวลาสัมภาษณ์ประมาณ 1.30 ชม. ต่อ 1 ท่าน ซึ่งหลังจากที่มีการนัดหมายไว้ประมาณ 1-2 อาทิตย์ จะมีการแจ้งวัน เวลา และสถานที่นัดหมายอีกรอบ เพื่อยืนยันการให้สัมภาษณ์ (เนื่องจากช่วงเวลาของแต่ละท่านในการให้สัมภาษณ์ไม่ค่อยมีเวลาว่าง และมีไม่ค่อยสะดวกในการให้ข้อมูล เนื่องจากภารกิจ และหน้าที่ต่างๆ ที่ต้องรับผิดชอบ ดังนั้นจึงต้องมีการนัด วัน และเวลาดังกล่าวประมาณ 1-2 อาทิตย์ รวมทั้งแจ้งรายละเอียดต่างๆ ในการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อม)

(3) แจ้งให้ทราบว่าจะมีการบันทึกวิดีโอ บันทึกภาพ โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ (แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็จะต้องขึ้นอยู่กับความสมัครใจ และยินยอมของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย)

3) ตรวจเช็คความพร้อมของเครื่องมือ และเตรียมสถานที่ให้พร้อม โดยสถานที่ต้องเงียบ สงบ ไม่มีคนเดินพลุกพล่าน เพื่อไม่ให้เกิดสิ่งรบกวนระหว่างการสัมภาษณ์ รวมทั้งผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมความพร้อมในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี เช่น การแต่งกาย กิริยา น้ำเสียง สีหน้า ท่าทาง เป็นต้น

4) กระบวนการสัมภาษณ์

(1) จะเป็นการเริ่มต้นการสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับรายละเอียดตัวผลิตภัณฑ์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์จะกล่าวถึงรายละเอียดต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์และบริการไปเรื่อยๆ

(2) จากนั้นเข้าสู่ประเด็นในการสัมภาษณ์ โดยเริ่มจากปัจจัยแต่ละด้านไปทีละประเด็น โดยถามหนังสือ (Traditional Form) เสร็จ จากนั้นใช้คำถามเดิมมาถาม E-book (Digital Form) ต่อถึงรายละเอียดปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีการสัมภาษณ์อย่างละเอียด (Structured Interview) อธิบายแตกออกเป็นประเด็น พร้อมเหตุผล จนครบทุกปัจจัย

(3) กล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ ที่เสียสละเวลามาให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

5) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการถอดคำพูดจากคลิปวีดีโอการสัมภาษณ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษา

3.7 การรวบรวม การตรวจสอบ และการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) หลังจากเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Structured Interview) นำข้อมูลที่ได้มาผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis/Content Analysis) (Creswell, 2003) ซึ่งมีกระบวนการในการวิเคราะห์ 6 ขั้นตอน ดังนี้

3.7.1 กำหนดขอบเขตของเนื้อหาที่จะนำมาวิเคราะห์ (Organize and Prepare the Data for Analysis)

การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Structured Interview) โดยการสัมภาษณ์โครงสร้างอย่างละเอียด เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบ Traditional Form และ Digital Form โดยใช้ปัจจัยในแต่ละด้านของการสัมภาษณ์เป็นขอบเขตในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.2 สแกนข้อมูล หรืออ่านข้อมูลคร่าวๆ ทั้งหมดเพื่อจับประเด็น (Read through All the Data)

ผู้ศึกษาได้ศึกษาภาพรวมของวิธีการเก็บข้อมูลของการศึกษานี้ และจับประเด็นสำคัญของข้อมูลในแต่ละที่มาของข้อมูล เช่น ข้อมูลการจดบันทึก ข้อมูลจากการถอดไฟล์บันทึกเสียง จากนั้นรวบรวมประเด็นสำคัญของข้อมูลที่ได้จากแต่ละที่มา เพื่อเตรียมวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

3.7.3 อ่านรายละเอียด และจัดประเภทของข้อมูล (Begin Detailed Analysis with a Coding Process)

เมื่อได้ประเด็นสำคัญของข้อมูลในแต่ละที่มาแล้ว นำมาสรุปแยกแต่ละประเด็น แล้วดูว่าประเด็นนั้นส่งผลกับปัจจัยไหน แยกประเด็นตามผู้ให้สัมภาษณ์ พร้อมใส่เหตุผล และรายละเอียดของประเด็นนั้นๆ ให้ครบถ้วน แยกตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Traditional Form) และ (Digital Form) ตามปัจจัยในการตั้งคำถาม รวมทั้งวิเคราะห์คำตอบ แล้วแตกประเด็นย่อยๆ ที่ส่งผลต่อปัจจัยหลักออกมา

3.7.4 จัดประเภทข้อมูลตามเงื่อนไขการลงรหัส (Use the Coding Process to Generate a Description of the Setting)

จัดประเภทของข้อมูลที่ได้ โดยแยกตามปัจจัยในแต่ละข้อมาสรุปการอภิปราย ตามปัจจัยในส่วนของผลิตภัณฑ์ (Traditional Form) และ (Digital Form)ว่ามีปัจจัยย่อยอะไรบ้างที่ส่งผล รวมทั้งอธิบายเป็นประเด็นตามข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากผลิตภัณฑ์ (Traditional Form) และ (Digital Form) มาอภิปรายผลเปรียบเทียบว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ทีละปัจจัยทำแบบนี้จนครบทุกปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

3.7.5 นำกลุ่มข้อมูลที่ผ่านการลงรหัส มาเป็นตัวแทนในการนำเสนอ (Advance How the Description and Themes will be represented in the Qualitative Narrative)

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่กลุ่ม เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ (Traditional Form) และ (Digital Form) ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เหมือนกัน หรือแตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และสรุปปัจจัย เพื่อนำมาเป็นตัวแทนในการนำเสนอ มีการจัดอันดับ โดยกำหนดในการให้คะแนนในการสัมภาษณ์ ถ้ามีความคิดเห็นในการตอบเหมือนกัน

1-4 คนระดับต่ำ

5-7 คนระดับปานกลาง

8-10 คนระดับสูง

3.7.6 แนะนำสิ่งที่เรียนรู้ได้จากการศึกษา (What were the Lessons Learned)

เมื่อได้ข้อสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละกลุ่มแล้ว จึงนำข้อมูลดังกล่าวมาเพิ่มเติมแนวคิด เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงกับธุรกิจ หรืออุตสาหกรรม และสามารถเป็นข้อมูลเพิ่มเติม ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการศึกษานี้