

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย เพื่อนำเสนอเป็นยุทธศาสตร์ทางการตลาด (Strategic Marketing) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มของเจนเนอเรชันวายทั้งเพศชายและเพศหญิงมีอายุระหว่าง 10-29 ปี กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย อุดมศึกษา หรือเทียบเท่า ตลอดจนวัยทำงานตอนต้นที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าว ซึ่งเป็นประชากรของกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่ได้จากนิยามของเจนเนอเรชันวาย จากการศึกษาวิจัยเบื้องต้นพบว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการออนไลน์เพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Procedure)

งานวิจัยเบื้องต้นนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Approach) กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่มีการใช้งานออนไลน์อย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ทั้งเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อบกพร่องของการใช้งานออนไลน์ได้ หลังจากนั้นจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายทางด้านอายุค่อนข้างมาก และแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบความต้องการที่แตกต่างกันตามผลการวิจัยของบริษัทชินเนอเวท และการศึกษาวิจัยเบื้องต้น ดังจึงมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้น กลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มนักศึกษา กลุ่มวัยทำงานตอนต้น

กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในชิ้นนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 32 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มละ 8 คน ซึ่งเป็นเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไป โดยไม่จำกัดสัดส่วนของเพศเนื่องจากยังไม่มียานวิจัยรองรับเรื่องความแตกต่างของเพศที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของเจนเนอเรชันวาย โดยกลุ่มตัวอย่างจะมีจำนวนทั้งสิ้น 4 กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งมีอายุระหว่าง 11-14 ปี ซึ่งจะเป็นตัวแทนของเจนเนอเรชั่นวายที่ศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และมีอายุเฉลี่ย 11-14 ปี จำนวน 8 คน โดยไม่จำกัดเรื่องเพศ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งมีอายุระหว่าง 15-18 ปี ซึ่งจะเป็นตัวแทนของเจนเนอเรชั่นวายที่ศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีอายุเฉลี่ย 15-18 ปี จำนวน 8 คน โดยไม่จำกัดเรื่องเพศ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักศึกษา ซึ่งมีอายุระหว่าง 19-21 ปี ซึ่งจะเป็นตัวแทนของเจนเนอเรชั่นวายที่ศึกษาระดับอุดมศึกษา และมีอายุเฉลี่ย 19-21 ปี จำนวน 8 คน โดยไม่จำกัดเรื่องเพศ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ซึ่งมีอายุระหว่าง 22-29 ปี ซึ่งจะเป็นตัวแทนของเจนเนอเรชั่นวายที่อยู่ในวัยทำงานตอนต้น หรือกำลังศึกษาในระดับสูงกว่าอุดมศึกษา และมีอายุเฉลี่ย 22-29 ปี จำนวน 8 คน โดยไม่จำกัดเรื่องเพศ

โดยรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างสามารถผู้วิจัยได้แนบไว้ในส่วนของ ภาคผนวก ข

วิธีการศึกษาวิจัย

วิธีการศึกษาจะใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ซึ่งมีข้อดีคือเป็นการรวมพลังความคิด (Brain Storming) ของผู้ที่เข้าร่วมการสนทนา ซึ่งจะให้ข้อบ่งชี้ของข้อมูลที่กว้างและมีความลึกซึ้งมากกว่าการสัมภาษณ์เดี่ยวเชิงบุคคล (Personal Interview) นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการต่อเนื่องของผลที่ได้ (Snowballing) และข้อมูลที่ได้จะมีความหลากหลายในเนื้อหา และมุมมองตามความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย โดยการสัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยส่วนนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured Interview) กล่าวคือ ผู้สัมภาษณ์จะถามเกี่ยวกับรูปแบบความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Insight) ซึ่งเป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพื่อนำไปสู่รูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อศึกษาถึงรูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจในการนำไปในการกำหนดยุทธศาสตร์สำหรับแผนการตลาดต่อไป โดยคำถามจะเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ซึ่งลักษณะของคำถามจะมีการปรับเปลี่ยนไปคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม โดยผู้วิจัยจะรับบทเป็นผู้สัมภาษณ์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) โดยวิธีการใช้คำถามปลายเปิดกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมด้วยการจดบันทึก และใช้เครื่องบันทึกเทป

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้สามารถจำแนกประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

1. เครื่องมือบันทึกเสียง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลขณะทำการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อให้สามารถนำเทปบันทึกเสียงมาเปิดฟังทบทวนอีกครั้งในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. โครงร่างคำถาม (Discussion Guide) เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยในการเตือนความจำของผู้สัมภาษณ์ขณะทำการสัมภาษณ์ และกำหนดกรอบให้อยู่ในหัวข้อที่ต้องการเมื่อกลุ่มตัวอย่างชักนำออกประเด็น คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะเป็นลักษณะปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งปันและนำเสนอความความคิด ความต้องการของตนเองอย่างเต็มที่ และอาจมีประเด็นคำถามเพิ่มเติมขณะดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความลึกและชัดเจนและนำมาใช้วิเคราะห์ต่อไป

แนวคำถามเพื่อใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อ-นามสกุล อายุ ระดับการศึกษา เพศ อาชีพ

ลักษณะของคำถามเกริ่นนำ

ปัจจุบันคุณมีการใช้สื่อออนไลน์ในรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) อย่างไร เพื่อวัตถุประสงค์ใด คุณมีความคิดเห็นต่อสื่อออนไลน์เหล่านั้นอย่างไร และคุณคิดว่าสื่อออนไลน์ที่ใช้มีข้อบกพร่องอย่างไร และหากคุณเป็นเจ้าของธุรกิจคุณจะแก้ไขปัญหาเหล่านั้นอย่างไร และคุณต้องการสิ่งใดเพิ่มเติมจากการใช้ออนไลน์