

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อีเมลสำนักงาน” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รูปแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 18-35 ปี ซึ่งจากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (www.dopa.go.th) ที่สำรวจครั้งล่าสุดเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,547,563 คน ที่เคยเข้าไปหางาน หรือสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางานทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถกำหนดขนาดด้วยตารางคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคาดเคลื่อน 5% ดังนี้

ตารางที่ 3.1

แสดงการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ขนาด ประชากร	ขนาดตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$	$\pm 10\%$
500	-	-	-	-	222	83
1,000	-	-	-	385	286	91
1,500	-	-	638	441	361	94
2,000	-	-	718	476	333	95
2,500	-	1,250	769	500	345	96
3,000	-	1,364	811	517	353	97
3,500	-	1,458	843	530	359	97
4,000	-	1,538	870	541	364	98
4,500	-	1,607	891	549	367	98
5,000	-	1,667	909	556	370	98
6,000	-	1,765	938	566	375	98
7,000	-	1,842	959	574	378	99
8,000	-	1,905	976	580	381	99
9,000	-	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
> 100,000	10,000	2,500	1,111	625	400	100

จากตาราง จะเห็นได้ว่า ประชากรในการศึกษาครั้งนี้มีเกิน 100,000 คน ดังนั้น จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) คือคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง หรือคัดเลือกโดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง (Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่ เป็นผู้ที่เคยใช้บริการเว็บไซต์หางานมาก่อน, อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุ 18-35 ปี

เมื่อกำหนดคุณสมบัติดังกล่าวแล้วจะคัดเลือกตามความสะดวก (Convenient Sampling) โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่พบโดยบังเอิญ ณ สถานที่ต่าง ๆ เช่น วิทยาลัย มหาวิทยาลัย สำนักงาน ย่านร้านค้าและชุมชนทั่วไปดังนี้

- บริเวณคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, โรงอาหารมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาเขตท่าพระจันทร์ เขตพระนคร
 - บริเวณคณะอักษรศาสตร์และสถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน
 - บริเวณวิทยาลัยเทคนิคมีนบุรี เขตมีนบุรี
 - บริเวณวิทยาลัยเทคนิคดอนเมือง เขตดอนเมือง
 - บริเวณบริษัท เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เขตบางนา
 - บริเวณบริษัท นานมีบุ๊คส์ จำกัด เขตวัฒนา
 - บริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตปทุมวัน-สุวรรณภูมิ เขตประเวศ
- ทั้งนี้ ผู้แจกแบบสอบถามได้ใช้คำถามเพื่อคัดเลือกคุณสมบัติกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้น

ว่า “ท่านอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ หรือไม่”, “ท่านมีอายุระหว่าง 18-35 ปีหรือไม่” และ “ท่านเคยใช้บริการของเว็บไซต์หางานหรือไม่” ก่อนจะแจกแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 1 คาดเดาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพปัจจุบัน

สมมติฐานที่ 2 คาดเดาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ระยะเวลาที่เคยใช้เว็บไซต์หางาน ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์หางานแต่ละครั้ง จำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางาน และเหตุผลที่ใช้เว็บไซต์หางาน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพปัจจุบัน

ตัวแปรตาม คือ ระดับที่ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน ได้แก่ ระยะเวลาที่เคยใช้เว็บไซต์หางาน ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์หางานแต่ละครั้ง จำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางาน และเหตุผลที่ใช้เว็บไซต์หางาน

ตัวแปรตาม คือ ระดับที่ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการ ด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพปัจจุบัน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน ได้แก่ ระยะเวลาที่เคยใช้เว็บไซต์หางาน ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์หางานแต่ละครั้ง จำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางาน เหตุผลที่ใช้เว็บไซต์หางาน และชื่อเว็บไซต์หางานที่ใช้มากที่สุด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามวัดระดับของอิทธิพลที่ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ในรูปแบบสเกล 4 ช่อง จำนวน 35 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือวิจัยดังนี้

1. **การหาความเที่ยงตรง** ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม และขอคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลในการตรวจสอบและแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความเที่ยงตรงสูงสุด

2. **การหาความเชื่อมั่น** ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทดลองใช้กับประชากรที่จะทำการศึกษาก่อน (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม โดยใช้สูตรของ Pearson Moment Correlation Coefficient โดยวิธีของ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.885 ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานค่าความเชื่อมั่นโดยทั่วไป ซึ่งควรมีค่าเกิน 0.80 ขึ้นไป (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549, น. 313) ดังนี้

ตารางที่ 3.2

แสดงค่า Alpha ในการทดสอบความเชื่อมั่นของ
แบบสอบถาม แยกตามส่วน

ส่วนที่	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์	5	0.781
2. พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน	5	0.798
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก ใช้เว็บไซต์หางาน		
3.1 ปัจจัยด้านบริการ	7	0.905
3.2 ปัจจัยด้านการใช้งาน	5	0.827
3.3 ปัจจัยด้านเนื้อหา	11	0.863
3.4 ปัจจัยด้านความปลอดภัยฯ	4	0.818
3.5 ปัจจัยด้านอื่น ๆ	8	0.873
รวม	45	0.885

การวัดค่าตัวแปร

การวัดตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 1.1 เพศชาย
 - 1.2 เพศหญิง
2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - 2.1 18-21 ปี
 - 2.2 22-25 ปี
 - 2.3 26-29 ปี
 - 2.4 30-35 ปี
3. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - 3.1 มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า
 - 3.2 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา
 - 3.3ปริญญาตรี
 - 3.4 สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - 4.1 10,000 บาทหรือต่ำกว่า
 - 4.2 10,001-20,000 บาท
 - 4.3 20,001-30,000 บาท
 - 4.4 มากกว่า 30,001 บาท
5. อาชีพปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่
 - 5.1 ข้าราชการ
 - 5.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 5.3 พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง
 - 5.4 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 - 5.5 นักศึกษา
 - 5.6 ไม่ได้ประกอบอาชีพ

การวัดพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน

1. ระยะเวลาที่เคยใช้เว็บไซต์หางาน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 1.1 เพิ่งเริ่มใช้ไม่ถึง 1 ปี
 - 1.2 1-2 ปี
 - 1.3 3-4 ปี
 - 1.4 5-6 ปี
 - 1.5 เกินกว่า 6 ปี
2. ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์หางานแต่ละครั้ง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
 - 2.1 น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง
 - 2.2 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง
 - 2.3 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง
 - 2.4 มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อครั้ง
3. จำนวนเว็บที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 3.1 1 เว็บ
 - 3.2 2-3 เว็บ
 - 3.3 4-5 เว็บ
 - 3.4 6-7 เว็บ
 - 3.5 มากกว่า 7 เว็บ
4. แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานมากที่สุด แบ่งเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่
 - 4.1 เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ
 - 4.2 โฆษณานบนสื่อใบปลิว/ป้ายประกาศ
 - 4.3 สื่อโทรทัศน์
 - 4.4 สื่อวิทยุ
 - 4.5 นิตยสาร
 - 4.6 หนังสือพิมพ์
 - 4.7 กิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตลาดนัดพบแรงงาน
 - 4.8 สื่อออนไลน์
 - 4.9 ช่องทางอื่น ๆ (ระบุ.....)

5. เหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางาน แบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

- 5.1 สะดวก รวดเร็ว
- 5.2 ลดปัญหาเรื่องการเดินทาง
- 5.3 ไม่ต้องเสียค่าบริการ
- 5.4 เป็นช่องทางที่บริษัทนายจ้างนิยมให้หาผู้สมัคร
- 5.5 ให้ตัวเลือกตำแหน่งงานที่หลากหลายกว่าสื่อรับสมัครงานอื่น ๆ
- 5.6 มีบริการเสริม เช่น บริการฝากประวัติส่วนตัว บริการแจ้งทางโทรศัพท์มือถือ
- 5.7 อื่น ๆ (ระบุ.....)

การวัดระดับของอิทธิพลที่ปัจจัยแต่ละด้านมีต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

ผู้วิจัยใช้การวัดค่าแบบไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ด้วยคำถาม 35 ข้อ โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

ปัจจัยด้านบริการ	ข้อคำถามที่ 1-7
ปัจจัยด้านการใช้งาน	ข้อคำถามที่ 8-12
ปัจจัยด้านเนื้อหา	ข้อคำถามที่ 13-23
ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว	ข้อคำถามที่ 24-27
ปัจจัยด้านอื่น ๆ	ข้อคำถามที่ 28-35

โดยมีการแบ่งระดับของอิทธิพลออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	=	4	คะแนน
ปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก	=	3	คะแนน
ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อย	=	2	คะแนน
ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด	=	1	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{คะแนนสูงสุดของระดับอิทธิพล} = 4$$

$$\text{คะแนนต่ำสุดของระดับอิทธิพล} = 1$$

$$\begin{aligned} \text{พิสัยของคะแนนเฉลี่ย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \text{ หรือ } 4 - 1 \\ &= 3 \end{aligned}$$

กำหนดความหมายของระดับอิทธิพล 4 ระดับ

$$\begin{aligned}\text{อันตรายกัชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น หรือ } 3/4 \\ &= 0.75\end{aligned}$$

ดังนั้น ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณจะแปลความหมายดังนี้

3.28-4.00	เท่ากับ	มากที่สุด
2.52-3.27	เท่ากับ	มาก
1.76-2.51	เท่ากับ	น้อย
1.00-1.75	เท่ากับ	น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. **สถิติเชิงพรรณนา** (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2 ว่าพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามที่คาดไว้หรือไม่

2. **สถิติเชิงอนุมาน** (Inferential Statistics) ใช้เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 3 และ 4 โดยการใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองค่า (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากพบความแตกต่าง จะใช้ค่าสถิติของ เชฟเฟ (Scheffe) ทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อ้างอิงเว็บไซต์หางาน

- เพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อ้างอิงเว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ

T-Test

- อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อ้างอิงเว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ

One-Way ANOVA

- ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อ้างอิงเว็บไซต์หา

งาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- รายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

- ระยะเวลาที่เคยใช้เว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- ระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- จำนวนเว็บไซต์ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- เหตุผลในการใช้เว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

กรรมวิธีทางข้อมูล

1. เมื่อเก็บแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะให้คะแนน และลงรหัส (Coding) ในแผ่นรหัส (Coding Sheet) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้

2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) for Windows ในการป้อนข้อมูลประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเพื่อการวิจัย

3. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้ว และจัดทำตารางแสดงผลร้อยละและค่าทางสถิติ เพื่อทำรายงานสรุปผลการวิจัยต่อไป