

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดินของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก จึงใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (depth interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสัมภาษณ์เฉพาะบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด และรอบคอบ โดยได้กำหนดวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือ พื้นที่ใน 4 อำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสันกำแพง อำเภอหางดง และอำเภอไชยปราการ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับหอยไต้ดินได้แก่ ผู้ซื้อหอยไต้ดิน คนเดินโพง และเจ้ามือในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดินของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยพิจารณาตามคุณสมบัติ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกรอบด้าน จึงได้แบ่งกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ซื้อหวยใต้ดินที่เรียกว่า ติดหวย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มีการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากคนเดิน โปย เจ้ามือในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า อายุ อาชีพ ลักษณะครอบครัว รายได้ และประสบการณ์ซื้อ ส่งผลให้มีพฤติกรรมกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นส่วนช่วยกำหนด คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1.1 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2 เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมกรรมการซื้อหวยใต้ดินต่อเนื่อง อย่างน้อย 1 ปี
- 1.3 เป็นนักเรียน/ นักศึกษาที่มาจากลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกัน คือมาจากครอบครัวที่ซื้อหวยใต้ดิน และครอบครัวที่ไม่ซื้อหวยใต้ดิน เนื่องจากต้องการศึกษาปัจจัยด้านครอบครัวมีผลต่อการซื้อที่แตกต่างกันหรือไม่
- 1.4 เป็นคนทำงานที่มีรายได้แตกต่างกัน คือ คนที่มีรายได้ต่อเดือนน้อย (รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท) และมีรายได้ต่อเดือนมาก (รายได้ 10,000 บาทขึ้นไป) เนื่องจากต้องการศึกษาปัจจัยด้านรายได้มีผลต่อการซื้อที่แตกต่างกันหรือไม่
- 1.5 เป็นผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ซื้อที่แตกต่างกัน คือ มีประสบการณ์ซื้อหวยใต้ดินไม่เกิน 5 ปี และมีประสบการณ์ซื้อ ไม่ต่ำกว่า 10 ปี เนื่องจากต้องการศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ซื้อที่มีผลต่อการซื้อที่แตกต่างกันหรือไม่

จากคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมกรรมการซื้อที่เรียกว่าติดหวย แบ่งตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวน (คน)
1. นักเรียน/ นักศึกษา	1.1 มาจากครอบครัวที่เล่นหวย	2
	1.2 มาจากครอบครัวที่ไม่เล่นหวย	2
2. คนทำงาน	2.1 รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท	2
	2.2 รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป	2
3. ผู้สูงอายุ	3.1 มีประสบการณ์ซื้อหวยใต้ดิน ไม่เกิน 5 ปี	2
	3.2 มีประสบการณ์ซื้อหวยใต้ดิน ไม่ต่ำกว่า 10 ปี	2
รวม		12

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่เลิกซื้อหอยไต้ดิน

ผู้วิจัยต้องการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อเลิกซื้อหอยไต้ดินจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อหอยไต้ดิน โดยกำหนดคุณสมบัติได้ดังนี้

- 2.1 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่
- 2.2 เป็นผู้ที่เคยซื้อหอยไต้ดินมาโดยตลอด แต่ปัจจุบันเลิกซื้อหอยไต้ดิน
- 2.3 เป็นนักเรียน/ นักศึกษา คนทำงาน และผู้สูงอายุที่เลิกซื้อหอยไต้ดิน จากคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ตาราง 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลิกซื้อหอยไต้ดินแบ่งตามวัย อาชีพที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
1. นักเรียน/ นักศึกษาที่เลิกซื้อหอยไต้ดิน	1
2. คนทำงานที่เลิกซื้อหอยไต้ดิน	1
3. ผู้สูงอายุที่เลิกซื้อหอยไต้ดิน	1
รวม	3

กลุ่มที่ 3 ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับหอยไต้ดิน

กลุ่มผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการซื้อหอยไต้ดินของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้าน และเป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมีความสอดคล้องหรือไม่ จำนวน 3 คน ได้แก่

- คนเดิน โปย 2 คน
- เจ้ามือ 1 คน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งศึกษาเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้อง และเป็นผู้ที่รู้ข้อมูลดีที่สุด (key informant) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้ (ตาราง 3)

ตาราง 3 สรุปจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผู้ซื้อหอยไต้ดินที่เรียกว่า ติดหอย	
1.1 นักศึกษา	
- มาจากครอบครัวที่เล่นหอย	2
- มาจากครอบครัวที่ไม่เล่นหอย	2
1.2 คนทำงาน	
- มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท	2
- มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท	2
1.3 ผู้สูงอายุ	
- มีประสบการณ์ซื้อหอยไต้ดินไม่เกิน 5 ปี	2
- มีประสบการณ์ซื้อหอยไต้ดินไม่ต่ำกว่า 10 ปี	2
กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้ที่เลิกซื้อหอยไต้ดิน	
2.1 นักศึกษา	1
2.2 คนทำงาน	1
2.3 ผู้สูงอายุ	1
กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับหอยไต้ดิน	
3.1 คนเดินโพย	2
3.2 เจ้ามือ	1
รวม	18

เครื่องมือในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. **แบบสัมภาษณ์** ที่มีการกำหนดโครงสร้างของคำถามไว้อย่างชัดเจน ใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ผู้ซื้อหวยใต้ดิน ผู้เลิกซื้อหวยใต้ดิน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวม 18 คน โดยผู้วิจัยค้นคว้าจากตำราต่าง ๆ พร้อมทั้งขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนี้เป็นคำถามชนิดคำถามปลายเปิด (open - ended questionnaires) ซึ่งแนวคำถามอาจมีการเปลี่ยนแปลง หรืออาจมีคำถามอื่นเพิ่มเติมได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ขณะสัมภาษณ์ และคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ชุดดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับผู้ซื้อหวยใต้ดิน และเลิกซื้อหวยใต้ดิน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ และบุคคลในครอบครัวที่ซื้อหวยใต้ดิน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อหวยใต้ดิน ได้แก่ ความถี่ในการซื้อ รูปแบบ ค่าใช้จ่าย วิธีการสั่งซื้อ และสถานที่ซื้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดิน ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดินประกอบด้วย สื่อ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ปัจจัยแวดล้อมประกอบด้วย สถานการณ์จิตวิทยา สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และกฎหมาย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเลิกซื้อ ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดินประกอบด้วย สื่อ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ปัจจัยแวดล้อมประกอบด้วย สถานการณ์จิตวิทยา สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และกฎหมาย

ในแบบสัมภาษณ์ชุดนี้จะมีลักษณะคำถามที่มีลักษณะเปิดกว้าง ศึกษาข้อมูลเชิงลึกซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหวยใต้ดิน

กรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้เลิกซื้อหวยใต้ดินจะมีการปรับเปลี่ยนคำถามให้มีความเหมาะสมเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลิกซื้อ และแนวทางในการแก้ไขปัญหาหวยใต้ดิน

ชุดที่ 2 สำหรับผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับหวยใต้ดิน

ในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับหวยใต้ดิน ได้แก่ คนเดินโพย และเจ้ามือใช้คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นหวยใต้ดิน และปัจจัยที่มีผลต่อซื้อหวยใต้ดินของลูกค้าในภาพรวม ซึ่งอาจเลือกเพียงบางปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลได้แก่ ที่มาของการประกอบอาชีพ วิธีการติดต่อลูกค้า ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ช่วงเวลาในการติดต่อสื่อสาร

วิธีการการดึงคุณลักษณะหรือเพิ่มขยาย การสร้างความแตกต่าง ข้อดี ข้อด้อยของหอยใต้ดิน รวมถึง ทัศนะเกี่ยวกับหอยใต้ดินในอนาคต

2. **เครื่องบันทึกเสียง** เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มี ลักษณะทั้งปลายเปิด ในการสัมภาษณ์อาจใช้เวลานาน จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องบันทึกเสียง เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และต่อเนื่อง

3. **สมุดจดบันทึก** เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในการเก็บข้อมูลอาจใช้ เวลาในการสัมภาษณ์ที่ยาวนาน จึงจำเป็นต้องใช้สมุดจดบันทึกเพื่อจดบันทึกข้อมูลบางส่วน ในประเด็นที่มีความสำคัญ ที่ต้องการเน้นย้ำ ป้องกันการลืม และช่วยเป็นการสรุปข้อมูลเป็นระยะ

4. **การสังเกตการณ์ อย่างมีส่วนร่วม** เนื่องจากการซื้อหอยใต้ดินเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ผู้ซื้อ หอยใต้ดินส่วนใหญ่จะมีความระมัดระวังในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอก ผู้วิจัยอาจ จำเป็นต้องเป็นผู้สังเกตการณ์ และมีส่วนร่วมในการซื้อด้วย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความไว้นื้อ เชื่อถือ และให้ข้อมูล ตอบแบบสัมภาษณ์ที่ถูกต้อง

การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถวัดและเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับการศึกษาประเด็นต่าง ๆที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ ในด้านความ เที่ยงตรง และความเชื่อมั่น โดยมีวิธีการดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (validity)

ก่อนการจัดทำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหอยใต้ดิน จากเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำร่างแนวคำถามไปปรึกษากับประธาน กรรมการ และผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา และความ ครอบคลุมในทุกประเด็นของวัตถุประสงค์ ตลอดจนความเหมาะสมในการใช้ภาษา และ นำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability)

ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้จริง ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการปรึกษากับประธาน กรรมการ และผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย ไปทดลองตามขั้นตอนดังนี้

1. ทดลองรายบุคคล นำทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทดลองสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง คือ คนที่ซื้อหอยใต้ดินทั่วไป 1 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมโยงของข้อคำถาม ครอบคลุม และตรงประเด็นที่ต้องการตามวัตถุประสงค์หรือไม่ นำมาวิเคราะห์ปรับปรุงแก้ไข

2. ทดลองภาคสนาม เป็นการทดสอบแบบสัมภาษณ์ขั้นสุดท้าย ก่อนนำไปใช้จริง โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้การปรับปรุงทดลองรายบุคคลมาทดสอบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง คือคนซื้อหอยใต้ดินทั่วไป 3 คน หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ออกวิเคราะห์ข้อคำถามแต่ละข้อ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องสุดท้ายให้เหมาะสม นำไปปรึกษากิจกรรมการที่ปรึกษาอีกครั้งจึงนำไปเก็บข้อมูลจริง

นอกจากนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่เข้ามาด้วยวิธีการสามเส้า (triangulation) ได้แก่ แหล่งข้อมูลจากเอกสาร แหล่งข้อมูลจากบุคคล และการลงภาคสนาม โดยผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลที่เข้ามา 3 แหล่งว่าตรงกันหรือไม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากหลายแหล่งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเที่ยงตรง และน่าเชื่อถือ โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ
2. รวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม
3. รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อหอยใต้ดิน ตามคุณสมบัติที่ระบุไว้ในกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อหอยใต้ดิน จำนวน 12 คน ผู้ที่เลิกซื้อหอยใต้ดิน จำนวน 3 คนและกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่มีเกี่ยวข้องกับหอยใต้ดิน จำนวน 3 คน รวมทั้งหมด 18 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยใต้ดินของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล จำแนกตามประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อหอยใต้ดิน ได้แก่ ประสบการณ์ในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ รูปแบบ วิธีการสั่งซื้อ และสถานที่ซื้อ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อหอยใต้ดิน โดยนำ

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาช่วยในการอธิบายถึงพฤติกรรมการซื้อหอยไต้ดิน

2. ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดิน ได้แก่ สื่อ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ สามารถนำมาวิเคราะห์ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดในการสื่อสาร แนวคิดการตลาด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาช่วยในการวิเคราะห์ อธิบายถึงปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการซื้อหอยไต้ดิน

3. ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ สถานการณ์ จิตวิทยา สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และกฎหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่เป็นปัจจัยที่เป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ โดยนำแนวคิดแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาช่วยในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยไต้ดิน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นจึงจะนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบกับข้อคำถาม วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และนำข้อมูลมาสรุป ตีความ จัดทำหมวดหมู่ของข้อมูล และนำเสนอด้วยการอภิปรายเชิงพรรณนา