

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร "อี-คอมเมอर्स" ของกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ "บีทูซี" เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประกอบกับการสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ของผู้อ่านถึงความต้องการด้านต่างๆ รูปแบบการนำเสนอ และการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) นักวิชาการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในด้านการนำเสนอเนื้อหา สามารถแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

##### 1. การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากนิตยสารอี-คอมเมอर्स

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสาร อี-คอมเมอर्स ที่มีเนื้อหาเน้นเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสาร อี-คอมเมอर्स ในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่า นิตยสารมีการนำเสนอเนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไร มีปริมาณเนื้อหาที่ ความถี่ และรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกันอย่างไร โดยศึกษาระหว่างปี 2547 – 2548 รวมใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาในครั้งนี้ 24 ฉบับ

##### 2. การสำรวจความคิดเห็นและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของนิตยสารเชิงธุรกิจรายเดือนในส่วนของ การใช้ประโยชน์และ

ความพึงพอใจจากนิตยสาร ในรูปแบบการนำเสนอ และความต้องการเนื้อหาในด้านต่างๆ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนสมาชิกนิตยสาร ซึ่งนิตยสารอี-คอมเมิร์ซ มีสมาชิกทั้งสิ้น 574 คน

จากวิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

โดย n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้ใช้ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{574}{1 + 574(0.05)(0.05)} \\ &= 235.73 \end{aligned}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 235 คน

### 3. การสัมภาษณ์เชิงลึก

สัมภาษณ์นักวิชาการและผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเวลานานในเรื่องที่เกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารในด้านความต้องการเนื้อหา เพื่อให้ประกอบการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีวิธีการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้

3.1 แบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 4 กลุ่ม และคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มละ 2 คน คือ

กลุ่มที่หนึ่ง นักวิชาการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้สัมภาษณ์คือ

1. ผศ.ดร. อานันติ ลีหมัดเดช คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2. นายอนุกุล เต็มประเสริฐ นายกสสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งประเทศไทย

กลุ่มที่สอง กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้สัมภาษณ์คือ

1. นายวุฒิไกร ลีวีระพันธุ์ ผู้อำนวยการกองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
2. นายปริญญา กระจ่างมล ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กลุ่มที่สาม กลุ่มนักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชน ผู้ให้สัมภาษณ์คือ

1. นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี เลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ
2. นายวิชัย วรนวนวงศ์ ที่ปรึกษาอาวุโส ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ

กลุ่มที่สี่ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความน่าเชื่อถือในสังคม

1. นายวรวุฒิ อุ่นใจ ผู้บริหารเว็บไซต์ [www.officemate.co.th](http://www.officemate.co.th)
2. นายภาวภู พงษ์วิทย์ภานุ ผู้บริหารเว็บไซต์ [www.thaisecondhand.com](http://www.thaisecondhand.com)

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ในการวิเคราะห์เนื้อหาในเอกสาร อี-คอมเมอर्स ในครั้งนี้ อาศัยเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. การสร้างเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการศึกษาความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากหนังสือและเอกสารต่างๆ โดยเฉพาะจากศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แบ่งแนวทางการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้เพื่อเป็นเกณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การสร้างตารางเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้สร้าง "แบบบันทึกข้อมูล" เพื่อช่วยในการลงรหัสเนื้อหาที่จะทำการวิเคราะห์ในส่วนต่างๆ ตามที่ต้องการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหา ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส

#### เกณฑ์เนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. เนื้อหาด้านข่าวสารเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
  2. เนื้อหาด้านความรู้ แนวคิดทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
  3. เนื้อหาด้านทักษะการสร้างเว็บไซต์ หน้าร้านออนไลน์ ด้วยวิธีการต่างๆ
  4. เนื้อหาด้านกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
  5. เนื้อหาด้านระบบและวิธีการชำระเงิน ในแบบต่างๆ
  6. เนื้อหาด้านระบบและวิธีการขนส่งสินค้า
  7. เนื้อหาด้านระบบและวิธีการรักษาความปลอดภัย
  8. เนื้อหาด้านทักษะการบริหารและดูแลเว็บไซต์
  9. เนื้อหาด้านทักษะ ทางการตลาด เทคนิควิธีการต่างๆ
  10. เนื้อหาด้านทักษะ การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์
  11. เนื้อหาด้านการสร้างความน่าเชื่อถือให้เว็บไซต์
  12. เนื้อหาด้านความคิดเห็น หรือข้อวิพากษ์วิจารณ์
  13. เนื้อหาด้านความบันเทิง พักผ่อน
  14. เนื้อหาด้านกิจกรรมเสริมที่นิตยสารจัด
2. ด้านการสำรวจความคิดเห็นผู้อ่าน (Survey Research)

ในการสำรวจความคิดเห็นใช้แบบสอบถาม ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านนิตยสาร
- ตอนที่ 3 การใช้ประโยชน์ของเนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของเนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ตอนที่ 5 ความต้องการเนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ตอนที่ 6 ความคิดเห็นทั่วไป

### 3 ด้านการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยจะทำการนัดสัมภาษณ์และไปสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง รวมถึงการสรุปประเด็นสัมภาษณ์

#### ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. ท่านคิดว่าเนื้อหาในนิตยสาร อี-คอมเมอर्स ควรนำเสนอเนื้อหาการรู้เท่าทันด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเด็นใดบ้าง เพราะเหตุใด พร้อมยกตัวอย่าง และมีความจำเป็นอย่างไร
2. การรู้เท่าทันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเรื่องใดมีความจำเป็นมากที่สุดในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะเหตุใด
3. ท่านคิดว่าเนื้อหาในนิตยสาร อี-คอมเมอर्स ควรนำเสนอเนื้อหาการรู้เท่าทันการสร้าง ความเชื่อมั่นในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเด็นใดบ้าง เพราะเหตุใด พร้อมยกตัวอย่าง และมีความจำเป็นอย่างไร
4. การรู้เท่าทันเรื่องการสร้างความเชื่อมั่นในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เรื่องใดมีความจำเป็นมากที่สุดในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะเหตุใด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

#### 1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

1.1 โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากบทความ และคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสาร อี-คอมเมอर्स เพื่อหาประเด็นที่เนื้อหานั้นนำเสนอด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์เนื้อหาใช้หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นการพิจารณาแนวคิดหลัก (Theme) ที่มีลักษณะเป็นประโยค ย่อหน้า หรือคอลัมน์ทั้งหมด ซึ่งเป็นการพิจารณาความหมายของข้อความนั้นๆ และจัดเข้าประเภทต่างๆ ของเนื้อหาตามความรู้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้น ใน 1 คอลัมน์อาจมีแนวคิดหลักได้มากกว่า 1 หน่วย แล้วแต่เนื้อหาของคอลัมน์นั้นๆ

สำหรับหน่วยในการบรรจุจำนวน (Unit of Enumeration) ใช้ความถี่ (Frequency) ของแนวคิดหลักที่พบ โดยนำเสนอผลในรูปของตารางแสดงความถี่ร้อยละของแต่ละฉบับ เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาได้ครบ ก็นำเสนอในรูปของตารางแสดงความถี่ร้อยละด้วย

## 2. การสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน (Survey Research)

1. ผู้วิจัยและทีมงานเป็นผู้เก็บข้อมูลเอง จำนวน 235 ชุด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

2. ใช้วิธีสุ่มเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย

สำหรับความต้องการเนื้อหาด้าน มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ต้องการมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ต้องการมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ต้องการปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ต้องการน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ต้องการน้อยที่สุด

การแปลความหมาย เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามครบทั้ง 235 ชุดแล้ว จะนำมาคิดคะแนน ตามค่าของคะแนนที่กำหนด จากนั้นจึงนำผลบวกของคะแนนแต่ละข้อมาเรียงลำดับความต้องการตามคะแนนที่ปรากฏ และนำไปเปรียบเทียบกับผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่

ส่วนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของเนื้อหา มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	ปฏิบัติหรือพึงพอใจ มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ปฏิบัติหรือพึงพอใจ มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปฏิบัติหรือพึงพอใจ ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ปฏิบัติหรือพึงพอใจ น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ปฏิบัติหรือพึงพอใจ น้อยที่สุด

การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์จากนิตยสารทั้งความรู้และจริยธรรมมี  
ค่าดังนี้

4.50 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	ใช้ประโยชน์จากนิตยสารเชิงธุรกิจมากที่สุด
3.50 – 4.49 คะแนน	หมายถึง	ใช้ประโยชน์จากนิตยสารเชิงธุรกิจมาก
2.50 – 3.49 คะแนน	หมายถึง	ใช้ประโยชน์จากนิตยสารเชิงธุรกิจปานกลาง
1.50 – 2.49 คะแนน	หมายถึง	ใช้ประโยชน์จากนิตยสารเชิงธุรกิจน้อย
1.00 – 1.49 คะแนน	หมายถึง	ใช้ประโยชน์จากนิตยสารเชิงธุรกิจน้อยที่สุด

### 3. ด้านการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview)

ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยจะทำการนัดสัมภาษณ์และไปสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง รวมถึงการสรุปประเด็นสัมภาษณ์ และการแกะเทปสัมภาษณ์

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา

1.1 ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการสุ่มตัวอย่างจากคอลัมน์ในนิตยสารทั้ง 2 ฉบับที่ทำการศึกษาเพื่อหาแนวคิดหลัก (Theme) รวมทั้งสิ้น 30 คอลัมน์ แล้วนำมาลงรหัสตามตารางวิเคราะห์เนื้อหาซึ่งมีผู้ร่วมลงรหัสอีก 1 ท่านคือ วิชัย วรนวนวงศ์ โดยจะร่วมกันอ่านคอลัมน์ต่างๆ จากที่นิตยสารกำหนด แล้วพิจารณาแยกแนวคิดหลักว่าเป็นประเภทใดบ้างจากเกณฑ์ความรู้ และรูปแบบการนำเสนอที่กำหนดขึ้น จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น

1.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้อาศัยหลักการคำนวณของ Holsti (Budd, Throp and Donehew, 1967: 68) โดยใช้สูตร

$$R = N(C1, C2) / C1 + C2$$

โดย	R	=	ค่าความน่าเชื่อถือ
	N	=	จำนวนผู้ที่ลงรหัส
	C1, C2	=	จำนวนแนวคิดหลักที่ผู้ลงรหัสทั้ง 2 มีความเห็นตรงกัน
	C1 + C2	=	จำนวนแนวคิดหลักทั้งหมดที่ทั้ง 2 พิจารณาร่วมกัน

หากค่าที่คำนวณได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือสำหรับการบันทึกข้อมูล และผู้วิจัยได้นำไปคำนวณหาความเชื่อมั่นของทั้งสองประเด็น ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาได้แก่

1.2.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของประเภทเนื้อหาด้านความรู้ จำนวน 30 ชิ้น  
ได้ผลดังนี้

$$R = 2(25) / 30 + 30$$

$$R = 0.83$$

ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 ถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง

1.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของประเภทเนื้อหาด้านจริยธรรม จำนวน 30 ชิ้น  
ได้ผลดังนี้

$$R = 2(27) / 30 + 30$$

$$R = 0.9$$

ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9 ถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง

2. ด้านแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม แล้วนำไปทดสอบ (Tryout) หาความบกพร่องของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

(ก) ด้านการวิเคราะห์เนื้อหา

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ กล่าวคือด้านการวิเคราะห์เนื้อหาใช้ในการบรรยายปริมาณประเภทเนื้อหาและรูปแบบที่พบ
2. ใช้สถิติ Spearman's Rank Correlation เพื่อทดสอบความสอดคล้องของอันดับของความต้องการเนื้อหาของสมาชิกกับอันดับของปริมาณเนื้อหาที่นิตยสารนำเสนอ มีสูตรดังนี้



$$r = 1 - \frac{6 (\text{ผลรวม } D \text{ กำลังสอง})}{N (N \text{ กำลังสอง} - 1)}$$

เมื่อ  $r$  = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในรูปอันดับที่

$D$  = ผลต่างของอันดับข้อมูลแต่ละคู่

$N$  = จำนวนคู่ของข้อมูล

(ข) ด้านการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการอธิบายแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร