

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกับการใช้อินสตราแกรม : กรณีศึกษาแบรนด์แฟชั่นในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกับการใช้อินสตราแกรมสำหรับแฟชั่นไทยในกลุ่มวัฒนธรรมออนไลน์ ซึ่งได้แบ่งการศึกษออกเป็น 2 ส่วนคือ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอน และรายละเอียดในการศึกษาที่สำคัญแบ่งได้ดังนี้

- 3.1 การศึกษาข้อมูล และแหล่งข้อมูล
- 3.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การกำหนด และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การศึกษาข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย

- 3.1.1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บข้อมูลโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
- 3.1.2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร หนังสือ บทความ รายงานการวิจัย วารสาร ตำราทางวิชาการ แนวคิดทฤษฎี บทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ ทั้งที่เป็นสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง

#### 3.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกอบการแบรนด์แฟชั่นในอินสตราแกรม

## 2) ผู้ใช้งานอินสตาแกรมในประเทศไทย

### 3.2.2. กลุ่มตัวอย่าง

1) ผู้ประกอบการแบรนด์แฟชั่น จำนวน 6 ราย ที่มีผู้ติดตามร้านค้ามากกว่า 10,000 ผู้ติดตามขึ้นไป โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม และตรงตามวัตถุประสงค์

2) ผู้ใช้งานอินสตาแกรมในประเทศไทย จำนวน 1,600,000 คน

(ที่มา : <http://thumbsup.in.th/2014/03/instagram-in-thailand-2013-zocial-inc/>) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นผู้ใช้งาน ( Active user)

2.1) กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานอินสตาแกรม จำนวน 400 ผู้ใช้งาน ซึ่งกำหนดโดยการคำนวณขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) จะได้ความเชื่อมั่นจากการสุ่มตัวอย่าง 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 (Yamane, 1973 อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ผ่านการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้มาคัดเลือกในภายหลังเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้มีได้

จากสูตร

$$n = \frac{1,600,000}{1 + (1,600,000)[(0.05)(0.05)]}$$

$$n = 399.900$$

$$n \approx 400$$

พบว่าจะได้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานไลน์แอปพลิเคชันประมาณ 400 ผู้ใช้งาน

### 3.3 การกำหนด และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้ 2 ชนิด ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

#### 3.3.1 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าในอินสตาแกรม มีขั้นตอนการสร้างดังต่อไปนี้

1.1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัย ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถึงหลักการ วิธีการ หัวข้อหรือประเด็นที่ทำการศึกษาเพื่อนำมาใช้เป็นคำถามในแบบสัมภาษณ์

1.2) สร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ภาพผ่านอินสตาแกรม โดยจะแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 5 คำถาม ดังนี้

คำถามที่ 1 คุณมีความคิดเห็นหรือมุมมองอย่างไรในการขายสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

คำถามที่ 2 คุณมีเทคนิคหรือวิธีการอย่างไรที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้า เพราะการขายสินค้าผ่านอินสตาแกรม เป็นการขายสินค้าผ่านภาพและข้อความเท่านั้น

คำถามที่ 3 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่ายของแบรนด์ กับการใช้วีวีสินค้าจริงจากตัวผู้บริโภค คุณคิดว่าอันไหนมีอิทธิพลกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้ามากกว่ากัน เพราะเหตุใด

คำถามที่ 4 คุณคิดว่าแบรนด์ของคุณมีการประยุกต์ใช้ภาพในการนำเสนอสินค้าอย่างไร

คำถามที่ 5 จากการประยุกต์ใช้ภาพในการนำเสนอสินค้า มีผลต่อการส่งเสริมการขายสินค้าหรือไม่ อย่างไร

1.3) นำแบบสัมภาษณ์ที่เรียบร้อยแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระที่ทางมหาวิทยาลัยแต่งตั้งได้ทำการตรวจสอบและชี้แนะเพื่อนำไปปรับปรุงไปใช้ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

2) แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานอินสตาแกรม มีขั้นตอนการสร้างดังต่อไปนี้

2.1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ หนังสือ งานวิจัย ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถึงหลักการ วิธีการ หัวข้อหรือประเด็นที่ทำการศึกษาเพื่อนำมาใช้เป็นคำถามในแบบสอบถาม

2.2) สร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะเป็นคำถามปลาย  
เปิดให้เลือกตอบคำถามตามความเป็นจริง ดังนี้

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) อาชีพ
- 4) รายได้
- 5) ระยะเวลาการใช้สินค้า
- 6) การซื้อสินค้าผ่านสินค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านสินค้า

- 1) เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกซื้อสินค้าผ่านสินค้า
- 2) ความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านสินค้า
- 3) จำนวนสินค้าในการซื้อสินค้าผ่านสินค้าในแต่ละครั้ง
- 4) มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าผ่านที่ท่านเลือกซื้อผ่านสินค้า ในแต่ละครั้ง โดยประมาณ
- 5) ประเภทของสินค้าผ่านที่ท่านซื้อผ่านสินค้า
- 6) วิธีที่ท่านใช้ในการชำระสินค้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่าน  
สินค้า ได้สร้างคำถามรวมทั้งสิ้น 4 ข้อ

- 1) ความคิดเห็นต่อปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านสินค้า
- 2) ความคิดเห็นต่อปัจจัยในด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านสินค้า
- 3) ความคิดเห็นต่อปัจจัยในด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านสินค้า
- 4) ความคิดเห็นต่อปัจจัยในด้านความน่าเชื่อถือและความน่าเชื่อถือที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านสินค้า

ซึ่งคำถามทั้ง 4 ข้อนี้มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบ Likert (อ้างใน บุญธรรม  
กิจปริดาบริสุทธ์, 2531) แบ่งระดับเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

การแปลผล (interpretation) การอภิปรายผลการศึกษา เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ของ Likert Scale ในแบบสอบถามเกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผลซึ่งยอดผลการคำนวณ โดยสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ Likert (อ้างใน ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551)

$$\begin{aligned}
 \text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

โดยแสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของเหตุผลของปัจจัยในด้านต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการประยุกต์ใช้ภาพในอินสตาแกรมหลังดูภาพตัวอย่าง ทั้งหมดมีจำนวน 5 ข้อ โดยลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบคำถามตามความเป็นจริง ดังนี้

- 1) เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม

- 2) หลังจากดูภาพตัวอย่างสินค้าจากแบรนด์ Freakoutstudio แล้ว  
ท่านรู้สึกอย่างไร
- 3) ท่านคิดว่าการนำเสนอสินค้าผ่านภาพของสินค้าแฟชั่น ใน  
อินสตาแกรมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่
- 4) ท่านคิดว่าจุดเด่นของการซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรมคืออะไร
- 5) ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการประยุกต์ใช้ภาพในอุตสาหกรรมแฟชั่น  
ผ่านอินสตาแกรม

### 2.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่าความถี่ และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

$$P = \left[ \frac{f(x)}{n} \right] \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าสถิติร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ในการปรากฏของข้อมูล
	x	แทน	ค่าของข้อมูลหรือคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการหาค่าเฉลี่ยนำหน้าของความคิดเห็น และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง จากแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนรวมทั้งหมด
	n	แทน	จำนวนทั้งหมด

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
สอง	n	แทน	จำนวนข้อมูล
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

การวิเคราะห์ผลการศึกษานั้น ผู้ศึกษาได้อาศัยข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการศึกษารวบรวมจากภาคสนามเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ผลการศึกษาในครั้งนี้ และเพื่อให้เกิดความครอบคลุมในเนื้อหาผู้ศึกษาจึงใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ที่เป็นข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ประกอบในการวิเคราะห์ผลการศึกษาด้วย

### 3.4 การดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามได้แบ่งเป็น 2 ส่วนซึ่งดังนี้

#### 3.4.1 แบบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นในอินสตาแกรม ได้มีขั้นตอนการเก็บและรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1) ได้นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย สาขาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ไปถึงผู้ประกอบการแบรนด์แฟชั่นในอินสตาแกรมที่ผู้ศึกษาคัดเลือกจำนวน 6 ราย เพื่อขอความร่วมมือโดยได้ชี้แจงถึงจุดมุ่งหมายความสำคัญรายละเอียดรวมถึงขั้นตอนการสัมภาษณ์
- 2) ทำการส่งแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้นไปยังผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นในอินสตาแกรม จำนวน 6 คน และทำการนัดหมายขอสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ประกอบการตามวันที่ผู้ประกอบการแบรนด์แฟชั่นในอินสตาแกรมสะดวกหรือตามกำหนดการที่ผู้ศึกษาได้ตั้งไว้

3) ทำการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ประกอบการแบรนด์แฟชั่นในอินสตาแกรมตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้ส่งให้กับผู้ประกอบการแบรนด์แฟชั่นในอินสตาแกรม และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามสถานที่ในกรุงเทพฯ ที่ได้นัดหมาย และผ่านทางโทรศัพท์ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ระหว่างวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2557

3.4.2 แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานอินสตาแกรม ได้มีขั้นตอนการเก็บและรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1) ทำการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่าน docs.google.com จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นหนึ่งใน Google Services & Tools ที่สามารถสร้างแบบสอบถามออนไลน์ได้ และทำการแจกผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) บนเครือข่ายสังคมเฟสบุ๊ก (Facebook) และไลน์แอปพลิเคชัน (Line Application) ตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2557 ได้จำนวนวันที่เก็บข้อมูลทั้งหมด 21 วัน
- 2) นำแบบสอบถามที่ได้รับการกรอกข้อมูลมาทำการคัดเลือกเฉพาะชุดที่มีความสมบูรณ์เพียง 400 ชุดตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3) นำข้อมูลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

3.5.1 แบบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นในอินสตาแกรมได้มี

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) นำข้อมูลจากการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นในอินสตาแกรม ทั้ง 6 ท่าน มาทำการถอดออกมาเป็นความเรียงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นระเบียบง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล
- 2) นำความเรียงของผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นในอินสตาแกรม แต่ละคนมาวิเคราะห์แยกประเด็นเป็นส่วนตามข้อความของแบบสัมภาษณ์

3.5.2 แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานอินสตาแกรม มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของข้อ 1.1 ไปจนถึงข้อ 1.6 มาทำการแจกแจงความถี่



(frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง และแผนภูมิรูปภาพ

2) นำข้อมูลจากแบบสอบถามใน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านอินสตาแกรม แบบสอบถามของข้อ 2.1 ไป จนถึงข้อ 2.5 มาทำการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง และแผนภูมิรูปภาพ

3) นำข้อมูลจากแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ตามเหตุผลของการเลือกซื้อ สินค้าแฟชั่นผ่านอินสตาแกรม จากนั้นแปลผลโดยใช้เกณฑ์การประเมินตาม ขอบเขตของค่าเฉลี่ย (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) พร้อมทั้งนำเสนอในรูปแบบของ ตารางและแผนภูมิรูปภาพ

4) นำข้อมูลจากแบบสอบถามใน ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อ การประยุกต์ใช้ภาพในอินสตาแกรม ทำการแจกแจงความถี่ (frequency) และหา ค่าร้อยละ (percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและแผนภูมิรูปภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved