

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ทวิตเตอร์ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ทวิตเตอร์ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ ทั้งนี้ งานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการใช้ประโยชน์มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถตอบสนองกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) ประกอบการวิเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อช่วยให้การตอบคำถามของการวิจัยครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. กลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ จำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมดมีจำนวน 1,779,254 คน ผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ในช่วงอายุ 18-44 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีการใช้ทวิตเตอร์มากที่สุด โดยจำนวนประชากรกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 658,111 คน (ช่วงอายุ 18-19 ปี จำนวน 101,657 คน ช่วงอายุ 20-24 ปี จำนวน 120,282 คน ช่วงอายุ 25-29 ปี จำนวน 114,036 คน ช่วงอายุ 30-34 ปี จำนวน 122,334 คน ช่วงอายุ 35-39 ปี จำนวน 118,746 คน และช่วงอายุ 40-44 ปี จำนวน 108,056 คน รวมทั้งหมด 658,111 คน) (สถิติประชากรศาสตร์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

2.1 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นและวัยทำงานในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยคำนวณจำนวนประชากรทั้งหมดที่จะศึกษาก่อน ซึ่งคำนวณจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95% และใช้สูตรการคำนวณ คือ

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

เมื่อ e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับ 0.05

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มีจำนวนประชากรทั้งหมด (N) คือ 658,111 คน ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5 หรือ 0.5 ดังนั้นจากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ดังกล่าว โดย

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

$$n = \frac{658,111}{1 + (556,554)(0.05)^2}$$

N = 399.80 ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับจำนวน 400 คน และจะกล่าวถึงวิธีการสุ่มตัวอย่างในลำดับถัดไป ดังนี้

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

ขั้นที่ 1 เลือกจังหวัดตัวอย่างที่ต้องการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นที่ 2 การเลือกอำเภอตัวอย่างโดยผู้วิจัยเลือกอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ที่มี 24 อำเภอ โดยจำนวนวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมือง และอำเภอสันป่าตอง

ขั้นที่ 3 เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนวัยรุ่นและวัยทำงานที่เล่นทวิตเตอร์อย่างแท้จริง ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามพื้นที่ดังกล่าว โดยทั้งนี้วัยรุ่นและวัยทำงานที่ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อทวิตเตอร์ เพื่อให้ได้ครบ 400 คนตามสูตรการคำนวณ โดยกำหนดประเด็นที่ศึกษาคือ

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้ทวิตเตอร์แตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อทวิตเตอร์แตกต่างกันหรือไม่
3. เพื่อศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ทวิตเตอร์ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ แตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับสื่อทวิตเตอร์แตกต่างกันหรือไม่
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อทวิตเตอร์ ระดับความรู้เกี่ยวกับเรื่องทวิตเตอร์ แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์

2.2 วิจัยเชิงคุณภาพ

โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้แก่ วัยรุ่นและวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอสันป่าตอง ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงคุณสมบัติที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา กล่าวคือ เป็นวัยรุ่นและวัยทำงานที่อยู่ในอำเภอเมืองและอำเภอสันป่าตอง ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ทั้งนี้ สำหรับเหตุผลในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกโดยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ ของผู้ทำวิจัย ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgement sampling

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีดังกล่าวเพื่อให้ได้กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เช่น กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานดังกล่าวจะต้องเป็นวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการคำตอบ

โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จำนวน 5 คน ในเขตพื้นที่อำเภอสันป่าตอง จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จำนวน 5 คน ในเขตพื้นที่อำเภอสันป่าตอง จำนวน 5 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 20 คน ได้แก่

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลให้สัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง และนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อเล่น	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพก่อนอายุ 60 ปี
1. เฟิร์น	หญิง	19	นักศึกษา
2. ยีนส์	ชาย	20	นักศึกษา
3. แอน	หญิง	21	นักศึกษา
4. อ้อม	หญิง	22	นักศึกษา
5. เบนซ์	ชาย	23	นักศึกษา

ผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มวัยรุ่น นอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อเล่น	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพก่อนอายุ 60 ปี
1. ฟาง	หญิง	18	นักศึกษา
2. ย้อย	หญิง	19	นักศึกษา
3. พลอย	หญิง	21	นักศึกษา
4. อีฟ	หญิง	22	นักศึกษา
5. ออม	ชาย	23	นักศึกษา

ผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อเล่น	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพก่อนอายุ 60 ปี
1. นก	หญิง	25	ธุรกิจส่วนตัว
2. กิ๊ฟ	หญิง	27	พนักงานเอกชน
3. แนน	หญิง	30	รับราชการ
4. เก๋	หญิง	32	พนักงานเอกชน
5. นาย	ชาย	37	ธุรกิจส่วนตัว

ผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มวัยทำงาน นอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อเล่น	เพศ	อายุ (ปี)	อาชีพก่อนอายุ 60 ปี
1. หนู	หญิง	30	รับราชการ
2. ออย	ชาย	31	รับราชการ
3. จี๊ว	หญิง	40	ธุรกิจส่วนตัว
4. เจน	หญิง	41	ธุรกิจส่วนตัว
5. ชาย	ชาย	43	พนักงานเอกชน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อวัดการใช้ประโยชน์ ทวิตเตอร์ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน มีลักษณะเป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ มีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการวัดระดับความรู้เกี่ยวกับสื่อทวิตเตอร์ มีลักษณะคำถามตอบว่าใช่หรือไม่ใช่ โดยมีคำถามในการวัดความรู้ จำนวน 10 ข้อคำถาม หากข้อใดผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกจะให้ 1 คะแนน หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่ถูกจะให้ 0 คะแนน (หากผู้ตอบแบบสอบถามได้คะแนนมากกว่า 5 คะแนนถือว่าเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องทวิตเตอร์อยู่ในระดับมาก)

โดยเกณฑ์ในการวัดระดับคะแนน ดังนี้

คะแนน 0-5 คะแนน เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องทวิตเตอร์ในระดับน้อย
 คะแนน 6-10 คะแนน เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องทวิตเตอร์ในระดับมาก

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ การใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ เป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มี โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์คะแนนดังนี้

คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

จำนวนขั้น

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มีการใช้ประโยชน์มากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มีการใช้ประโยชน์มาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	มีการใช้ประโยชน์ปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	มีการใช้ประโยชน์น้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

1) ความเที่ยงของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (pretest) โดยทดลองเก็บข้อมูลจากผู้ให้พินิจจำนวน 30 คน และนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (reliability) ด้วยสถิติครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) การทดสอบจะทำในส่วนของการใช้ประโยชน์ หากผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือมีค่า 0.92 ซึ่งมีค่าเกิน 0.70 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน (5-10 เท่าของตัวแปร) ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจำนวนประชากรทั้งหมดที่จะศึกษา ก่อน ซึ่งคำนวณจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95%

จากนั้นจะนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความรู้ และการใช้ประโยชน์พินิจของผู้ให้พินิจและวิทยากร โดยใช้สถิติ X, S.D., t-test, ANOVA และ Regression

2) สูตรในการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

IOC หมายถึง ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง -1 ข้อคำถามที่มีความตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรจะปรับปรุงข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

วิธีการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ทำได้โดยหาค่าความสอดคล้องหรือดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) การหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญจากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม โดยผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านในการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญมีรายนาม ดังนี้

1) รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตติ์ ธรรมโม อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินิตา สัตโยภาส อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

3) อาจารย์ ดร.ภัทรานิษฐ์ กิตติธินันท์ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สูตรในการคำนวณ

สูตรคำนวณ (กรมวิชาการ, 2545)

IOC	=	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์
R	=	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
ΣR	=	ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	=	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
ให้คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

เมื่อคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้
แล้วก็จะนำไปแปลผลคะแนนโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ค่า IOC ≥ 0.50 หมายความว่า คำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้ได้

ค่า IOC < 0.50 หมายความว่า คำถามไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ต้องปรับปรุง
และยังไม่สามารถนำไปใช้ได้

ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
(Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ทุกข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความ
สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) คือ ผลค่าความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหาที่มีค่า IOC
มากกว่า 0.5 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา คือ ค่าที่คำนวณได้จะต้อง
มากกว่า 0.5 (ค่า IOC ≥ 0.50) (สิน พันธุ์พินิจ, 2554) แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมี
ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดย
โครงสร้างของคำถามในแบบสัมภาษณ์จะมาจากตัวแปรต่าง ๆ ในกรอบแนวคิดการวิจัยที่ผู้วิจัยได้
ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อเสริม
การวิจัยเชิงปริมาณให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยจะดำเนินการภายหลังจากที่ได้ข้อมูลเชิงปริมาณ
มาแล้ว ได้แก่ วัยรุ่นและวัยทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 18-44 ปี ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอสันป่าตอง
ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ทวิตเตอร์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามร่วมกับทีมผู้วิจัยซึ่งจะช่วยให้สามารถกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยจะอธิบายถึงวัตถุประสงค์ ขอบเขตของการวิจัย และความหมายของข้อความให้กับทีมผู้วิจัยเพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน และก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ทีมผู้วิจัยจะอธิบายถึงวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัยให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม ก่อนลงมือกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดระยะเวลาในการทำวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวัยรุ่นและวัยทำงาน พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ของวัยรุ่นและวัยทำงานใช้สถิติเชิงพรรณนา และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ ระดับความรู้ การใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) โดยใช้สถิติ $\bar{x}$, S.D., t-test, Two way ANOVA รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ทวิตเตอร์ที่ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ ใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ Regression

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รายงานในรูปแบบการพรรณนาในการรายงานผลการวิจัย