

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของมารดาต่อการซื้อสินค้าสำหรับเด็กปฐมวัยทางออนไลน์ ระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาพฤติกรรมของมารดาต่อการซื้อสินค้าสำหรับเด็กปฐมวัยทางออนไลน์ โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ลักษณะของผู้บริโภค สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการซื้อ ช่องทางหรือแหล่งที่ซื้อ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ เพื่อวิเคราะห์และสรุปพฤติกรรมของมารดาต่อการซื้อสินค้าสำหรับเด็กปฐมวัยทางออนไลน์

3.1.2 ประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ มารดาที่มีบุตรอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุ 6 ปี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ราย ซึ่งได้กำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิงโดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 (คุณทลี รื่นรมย์, 2551 : 187) ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ มารดาที่มีบุตรอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุ 6 ปี ที่กระจายจากแหล่งต่าง ๆ ของกลุ่มสังคมออนไลน์

3.2 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูล ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผ่านการทดสอบคุณภาพแล้ว เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของมารดาที่มีบุตรอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุ 6 ปี โดยเก็บแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ซึ่งสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Questionnaire และทำการส่ง Link แบบสอบถามออนไลน์จนครบ 200 ตัวอย่าง ซึ่งได้ Email Address ของมารดาจากแหล่งต่าง ๆ ของกลุ่มสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- คลับลูกมังกร กรกฏา 55 จำนวน 20 ชุด
- คลับมังกรตุลย์ 55 จำนวน 20 ชุด
- กระจ่าย่น้อยธันวา 2554 จำนวน 20 ชุด
- คลับลูกมังกรน้อยहरรษา 55 จำนวน 20 ชุด
- คลองถมออนไลน์สินค้ามือสองเพื่อลูกน้อยที่รัก จำนวน 20 ชุด
- ตลาดนัดแม่และเด็ก เปิดท้ายขายของแม่และเด็ก จำนวน 20 ชุด
- เปิดท้ายออนไลน์สินค้าเพื่อแม่และลูก มือหนึ่งและมือสอง จำนวน 20 ชุด
- ตลาดนัดพ่อแม่ยุคใหม่ จำนวน 20 ชุด
- เปิดท้ายออนไลน์พ่อแม่ยุคใหม่ จำนวน 20 ชุด
- ตลาดนัดแม่มังกร จำนวน 20 ชุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของมารดา ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพศของบุตร และความคิดเห็นในการซื้อสินค้าเด็กปฐมวัยทางออนไลน์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตอบสนองของมารดาที่มีต่อการซื้อสินค้าเด็กปฐมวัยทางออนไลน์ ได้แก่ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ บทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการซื้อ ช่องทางหรือทางออนไลน์ และขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเด็กปฐมวัยทางออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลของข้อมูล และค่าทางสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับพฤติกรรมตอบสนองของมารดาที่มีต่อสินค้าเด็กและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมารดา มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ, 2550)

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

สำหรับการแปลผลใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating scale) โดยใช้ค่าเกณฑ์ดังนี้ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ, 2550)

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.50 – 5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	ระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล คือ เก็บข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 12 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2556 – สิงหาคม 2557 และทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 30 มกราคม 2557 – 26 กุมภาพันธ์ 2557