

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาความสำคัญของกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค โดยศึกษาถึงการศึกษากระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอนคือ 1) การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) 2) การแสวงหาข้อมูลภายใน (Information Search) 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) 4) การซื้อ (Purchase) 5) การประเมินหลังการซื้อ (Post-purchase Evaluation)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม ที่ได้มีการค้นหาข้อมูลผ่านทางกระดานสนทนาของเว็บไซต์ต่างๆที่ให้พื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสำหรับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ได้ทำการสืบค้นข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรตามการเปิดตารางของ Seymour Sudman จำนวน 200 ตัวอย่าง (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณทลี เวชสาร, 2545: 192)

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ใช้หลักการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม ซึ่งจะเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่มีการสืบค้นข้อมูลจากกระดานสนทนาภายในระยะเวลา 1 เดือนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ที่ได้สร้างไว้จาก www.surveygizmo.com กับผู้ที่เคยใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม ที่สุ่มมาด้วยวิธีตามสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยได้ตั้งกระทู้เชิญชวนให้ผู้ใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามมาร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยจะโพสต์ลิงค์แบบสอบถามภายในกระทู้ที่ตั้งขึ้น ซึ่งเว็บไซต์ที่ได้ทำการตั้งกระทู้คือ www.pantip.com (กระดานสนทนาโต๊ะเครื่องแป้ง), www.jeban.com และ www.cosmenet.in.th

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ ที่พักอาศัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลการใช้งานอินเทอร์เน็ตและกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ส่วนที่ 2 การใช้ข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดระดับการให้ความสำคัญของคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 74) มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับความสำคัญของข้อมูลเรียงจาก มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของระดับเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความสำคัญ
4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาศึกษาทั้งหมดตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 ถึงเดือนกันยายน 2555 และการรวบรวมแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2555 ถึง 10 มิถุนายน 2555

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved