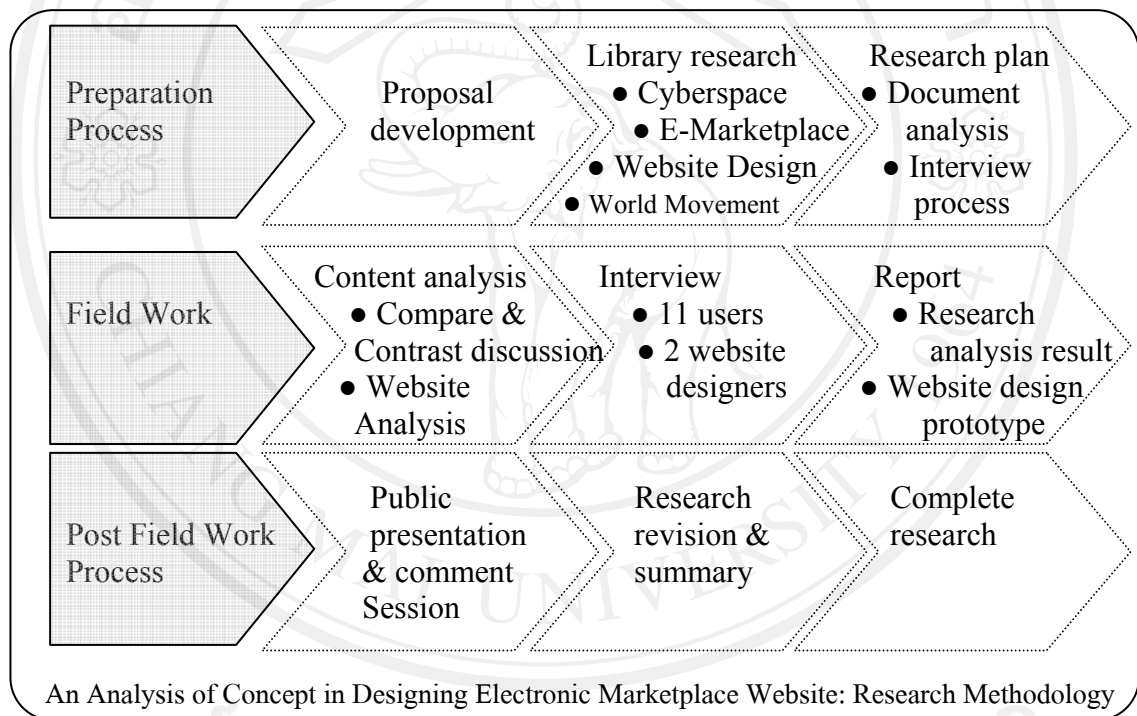


บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

วิธีการศึกษา

1. แผนการดำเนินงาน

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามภาพ 3.1 โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลักดังนี้



ภาพ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1) ขั้นตอนการเตรียมวิจัย (Preparation Process)

เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินการวิจัยโดยประกอบด้วยการทำงาน 3 ขั้นตอนย่อยกล่าวคือ

1.1 พัฒนาโครงร่างงานวิจัย (Proposal Development) เป็นขั้นตอนการเตรียมงานวิจัยเพื่อให้เห็นภาพรวมของการวิจัยในแต่ละส่วน โดยเริ่มจากการพัฒนาหัวข้องานวิจัยด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่สนใจ ในรูปแบบของหนังสือ วารสารวิชาการ งานวิจัยที่ใกล้เคียง หนังสือพิมพ์ แมกกาซีน สิ่งพิมพ์ออนไลน์ รวมไปถึงติดตามรูปแบบเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นใหม่ผ่านเว็บไซต์สปริงไวสดอตคอม (<http://www.springwise.com>) เพื่อเป็นการพัฒนา

รูปแบบงานวิจัยที่ต้องการศึกษา หลังจากที่ได้ศึกษาทิศทางของหัวข้องานวิจัยที่ชัดเจน ลำดับต่อมาเป็นการวางแผนทางการดำเนินงานวิจัยในภาพรวม ด้วยการศึกษารูปแบบงานวิจัยที่เหมาะสม วิธีการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์และทางธุรกิจ

1.2 ทบทวนวรรณกรรมและวิเคราะห์วรรณกรรม (Library Research and Analysis) ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสิ่งพิมพ์ออนไลน์ โดยแบ่งช่วงของการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 4 ช่วง กล่าวคือ ช่วงแรกเป็นการกล่าวถึงโลกไซเบอร์สเปซ-พื้นที่ใหม่สำหรับกิจกรรมใหม่ (Cyberspace: New Space for New Activities) ในช่วงที่สองเป็นการกล่าวถึงโลกไซเบอร์สเปซ-ช่องทางใหม่ทางการตลาด (Cyberspace: New Marketing Channel) ในช่วงที่สามเป็นการทบทวนถึงพื้นที่ทางการออกแบบ-กระบวนการออกแบบเว็บไซต์ (Design Space: Website Design Process) ในช่วงการทบทวนวรรณกรรมช่วงสุดท้ายคือความเคลื่อนไหวโลกยุคปัจจุบัน-โลกจริงและโลกเสมือน-ความเปลี่ยนแปลง ความท้าทายและความเป็นไปได้ (World's Movement: Offline Vs. Online World; Change-Challenge-Possibility) เพื่อศึกษา ทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎีในมุมมองต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์และเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ของแต่ละแนวคิด

1.3 ออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล (Research Plan) วิธีการเก็บข้อมูลกระทำด้วยกัน 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกทำการเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Document analysis) และขั้นตอนที่สองทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ (Interview process)

ในส่วนของกรวิเคราะห์เนื้อหาแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนย่อย กล่าวคือกรวิเคราะห์จากวรรณกรรม และส่วนที่สองได้แก่กรวิเคราะห์จากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย 2 เว็บไซต์และต่างประเทศ 2 เว็บไซต์ รวมทั้งสิ้น 4 เว็บไซต์

การคัดเลือกเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย 2 เว็บไซต์คือ วิเลฟช้อปปิ้งคอตคอม (www.weloveshopping.com) และตลาดคอตคอม (www.tarad.com) โดยคัดเลือกจากผลการสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยจากเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ (นิตสารอีคอมเมิร์ซ, 2551) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นในประเด็น “คุณชอบเว็บไซต์ช้อปปิ้งแบบใด” ทำการเริ่มสำรวจตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2005 ถึงวันที่ 3 มีนาคม 2008

การคัดเลือกเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ 2 เว็บไซต์คือ ทริลักซ์คอตคอม (3lux.com) และอีชีคอตคอม (etsy.com) มาจากการรวบรวมตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีแนวคิดที่น่าสนใจจากเว็บไซต์สปริงไวส์คอตคอม (springwise.com) โดยเป็นหนึ่งในแหล่งรวมแนวธุรกิจใหม่ชั้นนำของโลกออนไลน์ผ่านการนำเสนอจดหมายข่าวรายสัปดาห์และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิก มีเครือข่ายกระจายตัวกว่า 8,000 รายใน 70 ประเทศ

ทั่วโลกเพื่อนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ในโลกจริงและโลกเสมือน (springwise, 2008) ได้นำเสนอแนวคิดในรูปแบบต่างกันที่สอดคล้องกับการออกแบบเว็บไซต์

ในส่วนของการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์อ้างอิงจากรูปแบบระเบียบวิธีวิจัยสื่อและวัฒนธรรม ระเบียบวิธีวิจัยสังคมศาสตร์ และระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ รวมถึงศึกษาจากงานวิจัยที่มีรูปแบบใกล้เคียง โดยจัดทำคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ชุด ชุดแรกเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และชุดที่สองเพื่อเก็บข้อมูลจากนักออกแบบเว็บไซต์

2) ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย (Field Work) เป็นขั้นตอนที่สองของการดำเนินการวิจัยโดยประกอบด้วยการทำงาน 3 ขั้นตอนย่อยกล่าวคือ

2.1 วิเคราะห์ข้อมูล (Document Analysis) หลังจากทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแล้ว ขั้นตอนมาเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิเคราะห์จากสองส่วน

2.1.1 การวิเคราะห์จากวรรณกรรมเพื่อศึกษาถึงความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีในแง่ของสื่อสมัยใหม่ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความเคลื่อนไหวในสภาพปัจจุบันเพื่อสร้างข้อสรุปงานวิจัย

2.1.2 การวิเคราะห์จากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการมีแนวคิดในการออกแบบเว็บไซต์และแนวโน้มการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยในอนาคต

2.2 เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยการสัมภาษณ์แบบพบปะบุคคล (Individual Interview) (จรัญ จันทลักขณา และ กษิณิศา อื้อเขียวชาญกิจ, 2548) และข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ประเภทการวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Constant comparison) (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) การสัมภาษณ์แบ่งออกเป็นสองส่วนดังนี้

2.2.1 สัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 11 รายที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเพศชายและเพศหญิงเพื่อเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 4 เว็บไซต์ ด้วยการสร้างสถานการณ์จำลองให้เข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจำนวน 2 เว็บไซต์คือ เว็ลฟช้อปปิ้งดอตคอม (weloveshopping.com) และตลาดดอทคอม (tarade.com) เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจำนวน 2 เว็บไซต์คือ ทริล็กซ์ดอตคอม (3lux.com) และอีสซี่ดอตคอม (etsy.com) โดยสัมภาษณ์ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ทั้ง 4 เว็บไซต์เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) โดยสัมภาษณ์ในประเด็นความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการดึงดูดความสนใจในเว็บไซต์และแนวโน้มรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในอนาคตที่เน้นการนำเสนอ

แนวคิดการออกแบบที่สร้างสรรค์เพื่อทดสอบและเปรียบเทียบความสำคัญของการมีแนวคิดใน
เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยว่ามีความสำคัญหรือไม่ต่อการดึงดูดความสนใจ ดัง
คำถามในภาคผนวก ก และภาคผนวก ข

2.2.2 สัมภาษณ์ผู้ออกแบบเว็บไซต์จำนวน 2 รายเพื่อเป็นการ
สอบถามความคิดเห็นจากประสบการณ์การทำงานในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ด้วยการสัมภาษณ์แบบมีจุดความสนใจเฉพาะและเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-
structure interview) (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) ในประเด็นของสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อ
การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและ
ต่างประเทศ แนวโน้มรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตและการคาดการณ์
สถานการณ์ของเว็บตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในอนาคต ดังภาคผนวก ก

2.3 รายงานผลวิเคราะห์ (Report) นำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษา รวบรวม
ข้อมูลและทำการวิเคราะห์ทั้งหมด เขียนรายงานการศึกษาและรวบรวมออกมาเป็นข้อสรุปในแต่ละ
ด้านพร้อมสร้างแบบจำลองเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

3) ขั้นตอนหลังการวิจัย (Post Field Work Process) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการ
ดำเนินการวิจัยโดยประกอบด้วยการดำเนินงาน 3 ขั้นตอนย่อยกล่าวคือ

3.1 เผยแพร่งานวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (Public presentation and
comment session) นำเสนอผลงานทางวิชาการ ทำการเผยแพร่งานวิจัยสู่สาธารณะเพื่อรับฟัง
ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.2 แก้ไขงานวิจัย (Research revision and summary) เพิ่มเติมข้อคิดเห็น
ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอผลงาน แก้ไขงานวิจัยและจัดทำบทสรุปงานวิจัย

3.3 นำเสนอผลงาน (Complete research) จัดพิมพ์รูปเล่มงานวิจัยที่
สมบูรณ์

2. ขอบเขตการศึกษา

1) ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย แนวคิดโลกไซเบอร์สเปซ แนวคิด
การตลาดอินเทอร์เน็ต แนวคิดตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดในการออกแบบเว็บไซต์ ความ
เคลื่อนไหวโลกยุคปัจจุบัน-โลกจริงและโลกเสมือน

2) ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

2.1) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่

2.2) ผู้ออกแบบเว็บไซต์ในจังหวัดเชียงใหม่

3) ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

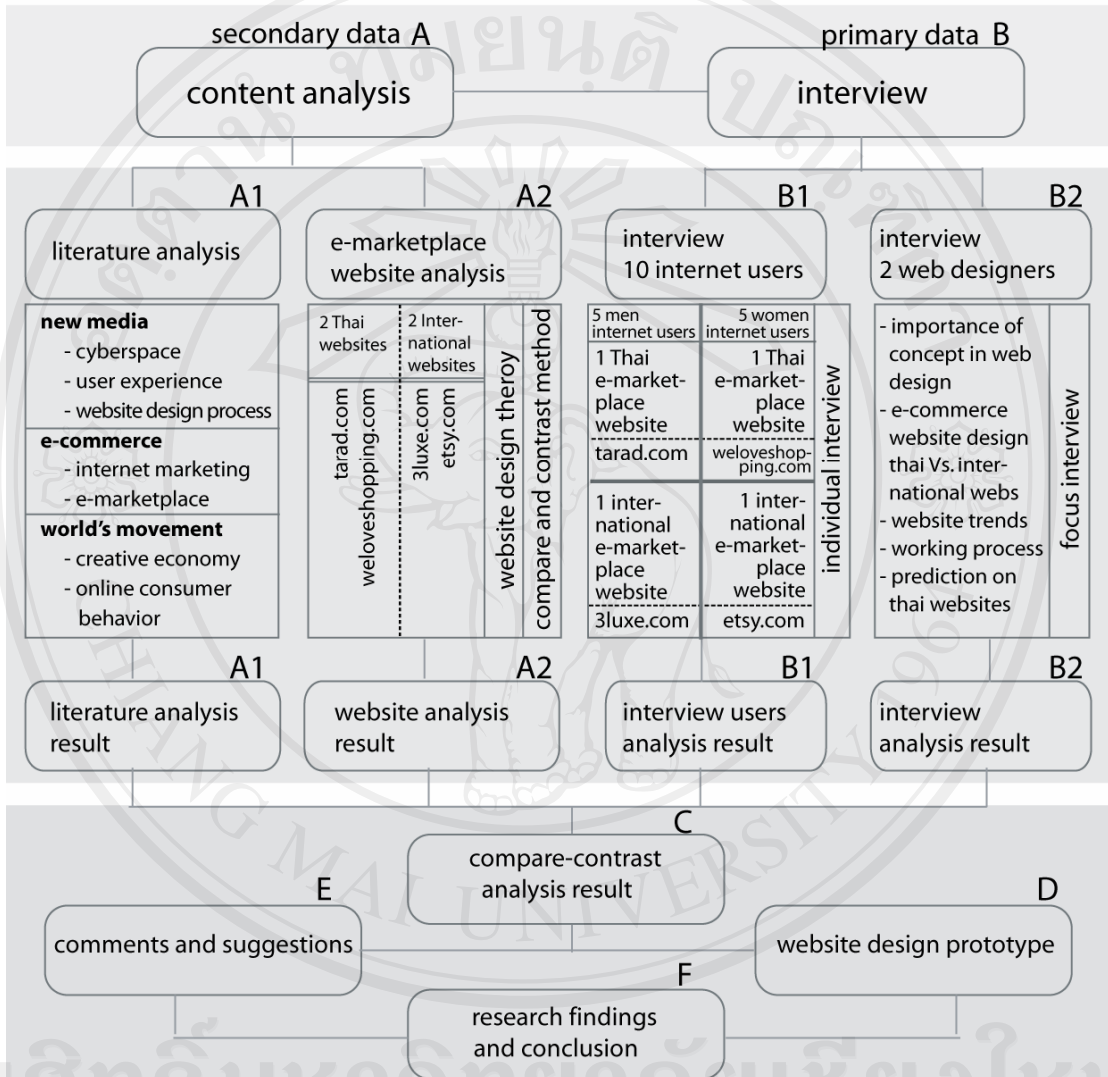
ในการศึกษาครั้งนี้มีการสัมภาษณ์อยู่สองกลุ่ม โดยกำหนดวิธีการคัดเลือกตัวอย่างของทั้งสองกลุ่มดังนี้

3.1) การสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 11 ราย ใช้การคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability) (จริญ จันทลักษณ์และกษิต อื้อเขียวชาญกิจ, 2548) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบโควต้า โดยมีกำหนดจำนวนตัวอย่างประชากรที่แน่นอน (Quota sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 11 คนแทนประชากรกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นกลุ่มขนาดตัวอย่าง เพศหญิง 6 ราย และเพศชาย 5 ราย รายละเอียดดังภาคผนวก ง

3.2) การสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 2 ราย ใช้การคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability) กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 2 รายแทนประชากรผู้ออกแบบเว็บไซต์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวแทน 2 แบบคือ วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (snowball sampling) (กฤษณี รื่นรมณ์, 2549) และการสุ่มตัวแทนแบบเจาะจง (Purposive sampling) (จริญ จันทลักษณ์และกษิต อื้อเขียวชาญกิจ, 2548) รายละเอียดดังภาคผนวก จ

Research Design

An Analysis of Concept in Designing Electronic Marketplace Website



ภาพ 3.2 วิธีการศึกษา

3. ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 12 เดือน ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือนที่					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
1. ขั้นตอนการเตรียมวิจัย	→					
1.1 พัฒนาโครงร่างงานวิจัย		→				
1.2 ทบทวนและวิเคราะห์วรรณกรรม	→		→			
1.3 ออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล			→			
2. ขั้นตอนการทำงานวิจัย	→					
2.1 เก็บข้อมูล			→			
2.2 วิเคราะห์ข้อมูล				→		
2.3 รายงานผลวิเคราะห์					→	
3. ขั้นตอนหลังการวิจัย	→					
3.1 เผยแพร่และรับฟังความคิดเห็น					→	
3.2 แก้ไขงานวิจัย						→
3.3 นำเสนอผลงาน						→

จากการนำเสนอข้างต้นเป็นการกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาการวิเคราะห์แนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนคือขั้นตอนเตรียมงานวิจัย ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและขั้นตอนหลังงานวิจัย ในขั้นตอนแรกเริ่มด้วยการพัฒนาโครงร่างงานวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาหัวข้องานวิจัยที่ชัดเจน การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และออกแบบวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ในช่วงที่สองของการทำวิจัยคือขั้นตอนการดำเนินงานประกอบด้วยวิเคราะห์ข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องถึง

ความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ ถัดมาเป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 11 ท่านและนักออกแบบเว็บไซต์จำนวน 2 ท่านและนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อจัดทำรายงานผลการศึกษาระดับชั้นตอนสุดท้ายคือขั้นตอนหลังงานวิจัยประกอบด้วยการเผยแพร่ผลงาน การแก้ไขงานวิจัยและการนำเสนอผลงานเป็นลำดับ ในบทที่ 4 เป็นการกล่าวถึงการนำเสนอข้อมูลจากผลการศึกษาถึงความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยซึ่งนำเสนอในบทถัดไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved