

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของวัยรุ่นในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัย โดยครอบคลุมถึง ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัย ส่วนประสมตลาดบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามโดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคได้แก่ Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 10-22 ปี ที่พักอาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิงซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (คุณทลี รื่นรัมย์, 2540: 169) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามกับวัยรุ่นที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามอย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 300 ตัวอย่าง

สถานที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. หน้าโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เช่น มงฟอร์ตวิทยาลัย ดาราวิทยาลัย พระหฤทัย ปริณสร้อยด เป็นต้น
2. มหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นต้น
3. สถาบันกววิชาต่างๆ เช่น เคมีอาจารย์อุ โรงเรียนรัชดาวิทยา (RAC) เป็นต้น
4. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการออกแบบสอบถาม วัยรุ่นที่ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม จำนวน 300 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย หนังสือ เอกสารคู่มือต่างๆ ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ใครคือกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคชื่ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคชื่อเมื่อใด ผู้บริโภคชื่อที่ไหน และผู้บริโภคชื่ออย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ได้แก่ การนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ F-test คือ One-way Analysis of Variance : One-way ANOVA ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร 2 กลุ่มขึ้นไป

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม

ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเสริมความงามของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้านใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (คุณทธิรัตน์, 2549: 122) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

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

เกณฑ์ในการแปลผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

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

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 8 เดือน ตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2554 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554