

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา“พฤติกรรมการณ์ซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง”มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ คือ วัตถุประสงค์ที่หนึ่ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ซื้อ วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง และวัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อศึกษาความพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่เข้ามาเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองจากแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเลือกมาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

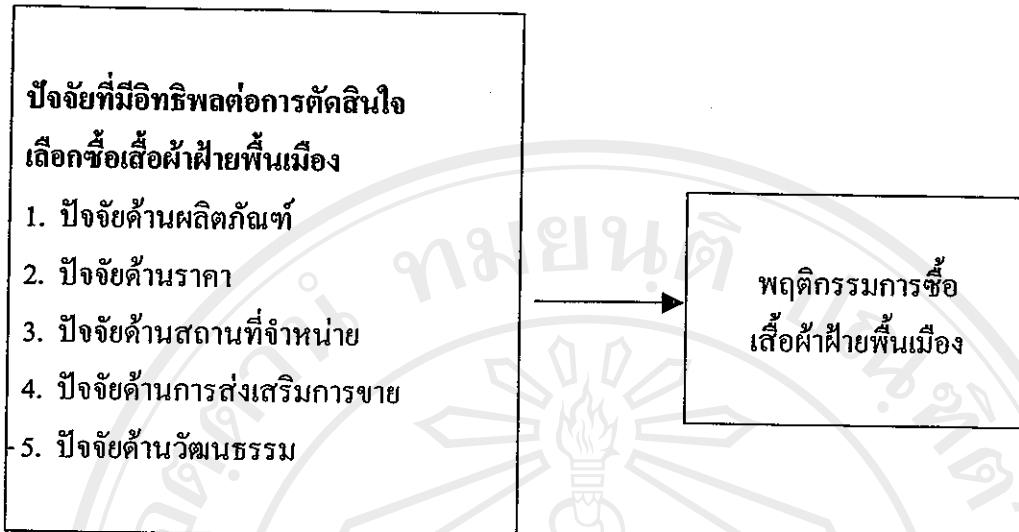
1. กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย
2. กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน (ภาคผนวก)

3.3 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามแผนภูมิ ดังนี้



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่อธิบายในแบบจำลองดังกล่าวข้างต้น มีรายละเอียดของปัจจัยต่าง ๆ ที่จะศึกษาค้างนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่บ่งบอกถึงความเป็นสินค้าแฟชั่นเมืองล้านนา โดยที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่มีรูปแบบสวยงาม มีสีสันสวยงาม มีการตัดเย็บที่ปราณีต การสวมใส่สบาย และการมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายจะเป็นปัจจัยจูงใจให้ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง
2. ปัจจัยด้านราคา โดยที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่มีราคาถูก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การที่ผู้จำหน่ายให้ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมากๆ รวมทั้งสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง
3. ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย โดยที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่มีสถานที่จำหน่ายหาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถสะดวก และการจัดสถานที่ดึงดูดใจจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย โดยที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่มีการจัดงานแสดงสินค้า การโฆษณาทางสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายผ้า แผ่นพับ การที่ผู้จำหน่ายให้การต้อนรับลูกค้าและให้คำแนะนำบริการลูกค้าเป็นอย่างดีจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง
5. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม โดยที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่มีการรณรงค์ให้สวมชุดพื้นเมือง เทศกาล การอุดหนุนสินค้าไทย และความมีชื่อเสียงของเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง

3.4 วิธีการศึกษา

1) ข้อมูลที่ใช้ ได้จากแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ (ปัจจัยเฉพาะส่วนบุคคล) ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มประเภทของผู้ซื้อ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ซื้อซึ่งประกอบด้วย ชนิดของสินค้าที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ช่วงเวลาที่ซื้อ เหตุผลในการซื้อ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการซื้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยให้ผู้ซื้อเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย 5 ลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยราคา
3. ปัจจัยสถานที่จำหน่าย
4. ปัจจัยการส่งเสริมการจำหน่าย
5. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพอใจหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ซื้อ และความถี่ในการปรับปรุงเสื้อผ้าแฟชั่นเกี่ยวกับคุณภาพในการตัดเย็บ คุณภาพสีที่นำมาย้อม การออกแบบ และขนาดของเสื้อผ้าที่หลากหลาย

2) การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบตารางร้อยละ

ข้อมูลส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ได้จำแนกการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดใน 5 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย การส่งเสริมการขาย และวัฒนธรรม จะมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จะทำได้โดยการให้ผู้ซื้อเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย 5 ประการ ทั้งนี้การเลือกลำดับที่ 1 ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด โดยกำหนดค่าคะแนนให้กับลำดับความสำคัญที่ 1 ถึง 5 ดังนี้

| ลำดับที่ | ค่าคะแนน |
|----------|----------|
| 1 | 5 |
| 2 | 4 |
| 3 | 3 |
| 4 | 2 |
| 5 | 1 |

นำค่าคะแนนที่ได้มาจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยปัจจัยที่ได้ค่าคะแนนมากที่สุดถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ซื้อ มากที่สุด ส่วนค่าคะแนนอื่นๆ มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นลำดับรอง ลงมาตามลำดับของคะแนน การวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ได้วิเคราะห์ข้อมูลไปตามกลุ่มประเภทของผู้ซื้อ คือ ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนั้นยังวิเคราะห์ไปตามกลุ่มเพศ ระบุอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแต่ละด้านนั้นมีตัวแปรใดที่เป็นตัวอธิบายปัจจัยแต่ละด้านได้ทำการวิเคราะห์โดยให้ผู้ซื้อเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรแต่ละด้าน 3 ลำดับ ทั้งนี้ ลำดับที่ 1 ถือว่าเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองมากที่สุด และกำหนดค่าคะแนนให้กับลำดับความสำคัญที่ 1 ถึง 3 ดังนี้

| ลำดับที่ | ค่าคะแนน |
|----------|----------|
| 1 | 3 |
| 2 | 2 |
| 3 | 1 |

นำค่าคะแนนที่ได้มาจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน โดยปัจจัยที่ได้ค่าคะแนนมากที่สุดถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ซื้อสูงที่สุด ส่วนค่าคะแนนอื่นๆ มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นลำดับถัดมาตามลำดับของคะแนน

ข้อมูลส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลความพอใจหลังการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบตาราง ร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง กำหนดให้ผู้ซื้อเรียงลำดับความสำคัญของเรื่องที่ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด 4 ลำดับ ทั้งนี้ ลำดับที่ 1 ถือว่าเป็นเรื่องที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับแรก โดยกำหนดค่าคะแนนดังนี้

| ลำดับที่ | ค่าคะแนน |
|----------|----------|
| 1 | 4 |
| 2 | 3 |
| 3 | 2 |
| 4 | 1 |

นำค่าคะแนนที่ได้มาจัดลำดับความสำคัญของเรื่องของผู้ซื้อที่ต้องการให้ปรับปรุง โดยเรียงที่ได้ค่าคะแนนมากที่สุดถือว่าควรมีการปรับปรุงอันดับแรก ส่วนค่าคะแนนอื่น ๆ ควรมีการปรับปรุงเป็นลำดับถัดมาตามลำดับของคะแนน