

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

แผนดำเนินการศึกษา

การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มีผู้ศึกษารวบรวมไว้ในคาบเวลาก่อนหน้านี้ โดยมีแหล่งที่มาจากที่ต่าง ๆ อาทิ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ฝ่ายปกครองอำเภอเมืองเชียงใหม่ และห้องสมุดธนาคารแห่งประเทศไทย สาขาภาคเหนือ เป็นต้น

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษา

ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ คือ ปัจจัยทางการตลาด และ ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยภายใน คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา

รวมทั้งศึกษาปัญหาที่ผู้บริโภคมีต่อการใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ

ขอบเขตประชากร

ผู้ใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จะทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ(Accidental Random Sampling) จากกลุ่มผู้ใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยจะสุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณจากร้านค้าในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ทั้งสิ้น 63 ร้านโดยสุ่มร้านละ 4 ตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 252 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

- ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Release 6.0)
- สถิติที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ฐานนิยม และ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
- สำหรับลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด และ ไม่มีผล การกำหนดคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีการกำหนดคะแนนและ ค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยมีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด	ค่าตัวเล็อกเท่ากับ 5	4.50 - 5.00
ปัจจัยมีผลต่อการใช้บริการมาก	ค่าตัวเล็อกเท่ากับ 4	3.50 - 4.49
ปัจจัยมีผลต่อการใช้บริการน้อย	ค่าตัวเล็อกเท่ากับ 3	2.50 - 3.49
ปัจจัยมีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด	ค่าตัวเล็อกเท่ากับ 2	1.50 - 2.49
ปัจจัยไม่มีผลต่อการใช้บริการ	ค่าตัวเล็อกเท่ากับ 1	1.00 - 1.49

สถานที่ทำการศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2541 ไปจนถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2542