

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตของการศึกษา ดังต่อไปนี้

3.1.1 ศึกษาถึงตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง สี สัน รูปแบบ ราคา คุณภาพของ ผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม

3.1.2 ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา ในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองซึ่งทำการศึกษาดังปัจจัยในด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยทางการตลาดของสินค้า

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.2.1 แหล่งข้อมูล

การศึกษานี้ ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มประชากรตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในร้านค้าผ้าฝ้ายในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สร้างโดยอาศัยการค้นคว้าศึกษาจากตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล คือ ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง

- คำถามเกี่ยวกับบรรทัดนิยมและความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อ เครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง

-คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อ เครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง

ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถาม ทั้งที่มีลักษณะแบบปลายปิด (Closed Ended Questions) และคำถามเปิด (Open Ended Questions) ซึ่งแบบสอบถามได้นำไปใช้ในการสอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 100 ตัวอย่าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

3.2.3 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ อาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่าง สำหรับประชากรที่ทำการสุ่มตัวอย่าง ได้ใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) โดยมุ่งสัมภาษณ์ และคัดเลือก จากผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในร้านค้าผ้าฝ้ายในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

3.2.3.1 กลุ่มลูกค้ารายย่อย ได้แก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่เข้ามาซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในร้านค้าผ้าฝ้าย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.2.3.2 กลุ่มลูกค้าค้าส่ง ได้แก่กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปขายต่อ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการศึกษาครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาศัยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ คำนวณหาค่าสถิติที่ใช้ทดสอบหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ และมีค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

3.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ การอธิบายลักษณะทั่ว ๆ ไป ของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยการนำเสนอในรูปแบบของตาราง ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม

3.3.2 สถิติปริมาณ (Quantitative Statistic) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test

3.3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยใช้ไลเคิร์ตสเกล (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2534 :85) ได้จัดแบ่งระดับความสำคัญได้เป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มี	1

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของความถี่จะใช้หลักในการวัด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัย
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	ไม่มี

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University