

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการจัดทำเว็บไซต์กิจการของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรม ในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาทัศนคติ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ปฏิกิริยาที่มีผลต่อการใช้ แนวโน้มพฤติกรรม และปัญหาของผู้ประกอบการที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์ ของร้านค้าสินค้าหัตถกรรม ในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือผู้ประกอบการร้านค้าสินค้าหัตถกรรมในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 721 ร้าน (สมคิด ต่ายธานี, 2550)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 257 ตัวอย่าง ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นผู้ประกอบการร้านค้าสินค้าหัตถกรรม ในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามร้านค้าสินค้าหัตถกรรม ในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารอื่นๆ และระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์กิจการของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรม ในหมู่บ้านถวายเป็นอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าความเบี่ยงเบน (Standard Deviation)

คำถามเกี่ยวกับความรู้สึก เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการให้คะแนนระดับความคิดเห็นที่มีต่อการทำเว็บไซต์ เกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546 : 75)

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉยๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำเว็บไซต์ เป็นคำถามแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการให้คะแนนระดับความสำคัญ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญน้อย	3
สำคัญน้อยที่สุด	2
ไม่มีผล	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	ไม่มีผล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำหรับสถานที่ในการเก็บข้อมูลคือ สถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถามในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม 2551 – เมษายน 2551 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือน มีนาคม 2551