

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีดำเนินการศึกษาขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร แหล่งข้อมูล เครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การรายงานผลการศึกษาและระยะเวลาในการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคล รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาของผู้ประกอบการร้านเสริมสวยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจากผู้ผลิต และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมสวย

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่จะทำการศึกษา คือ ผู้ประกอบการร้านเสริมสวยมีที่ตั้งของสถานที่ให้บริการอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของร้านเสริมสวยที่มีทั้งหมดที่เปิดให้บริการจึงใช้จำนวนร้านเสริมสวยที่จ่ายค่าธรรมเนียมการค้า ณ เทศบาลนครเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2549 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 385 แห่ง (เทศบาลนครเชียงใหม่, 2549: 10-17) โดยครอบคลุม 4 แขวงการปกครอง คือ แขวงนครพิงค์ แขวงศรีวิชัย แขวงกาวิละ และแขวงเมืองราย (ข้อมูลเทศบาลนครเชียงใหม่ 2552: ระบบออนไลน์)

จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาใช้แบบสอบถามถามผู้ประกอบการร้านเสริมสวย ซึ่งคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967: 1088) โดยใช้สูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่มเก็บ
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 385 แห่ง
 e = ความคลาดเคลื่อน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าในสูตร

$$n = \frac{385}{1+(385)(0.05^2)}$$

$$= 196.178\dots$$

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 196 แห่ง โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยวิธีการแบบโควตา (Quota Sampling) (คุณทลี รื่นรัมย์, 2549) ซึ่งได้จำนวนตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในแต่ละแขวงการปกครอง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้านเสริมสวยและตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในแต่ละแขวงการปกครอง

แขวง การปกครอง	จำนวน ร้านเสริมสวย (แห่ง)	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวนตัวอย่างที่ใช้ใน การเก็บข้อมูล(แห่ง)
นครพิงค์	121	31.4	62
ศรีวิชัย	144	37.4	73
กาวิละ	27	7.0	14
เมืองราช	93	24.2	47
รวม	385	100	196

ที่มา: ข้อมูลการจ่ายค่าธรรมเนียมการค้า ณ เทศบาลนครเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2549

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามผู้ประกอบการร้านเสริมสวยจำนวน 196 ราย วิธีการแบบโควตา (Quota Sampling)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่รวบรวมโดยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐบาล และภาคเอกชนจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการและกิจการร้านเสริมสวย
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจากผู้ผลิต และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาดจะใช้มาตราวัดตามวิธี Likert scale (Likert Rensis, 1932: 1-55) จะมีเกณฑ์การแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับที่มีอิทธิพล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับที่มีอิทธิพล
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาศึกษา 21 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2550 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved