

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตของเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อของตลาดองค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 150 ร้านค้า (การสำรวจ, 2554)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) กลุ่มประชากร คือ ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self Administrated Questionnaire) โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม การตรวจสอบคุณภาพความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ผลการตรวจสอบคุณภาพความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Pre-test) เรื่อง ส่วน ประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี โดยการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบ เนื้อหาสาระ ความเหมาะสม ของการใช้ถ้อยคำ ความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา
2. การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อความในตอนที่ 3 (เรื่องความสำคัญของปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี) ด้วยวิธี Cronbach's Alpha ทั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย จำนวน 20 ท่าน ผลการทดสอบพบว่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.94 แปลความหมายได้ว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถือระดับสูง (เกรียติสุตา ศรีสุข, 2552 หน้า 144)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 74) โดยแต่ละข้อความมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

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

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย
ดังนี้

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

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 6 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2555 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2555

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่าง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2555

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล คือถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตและคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved