

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องประดับเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ มีวิธีดำเนินการศึกษาในเรื่องขอบเขตการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง การคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยและการรายงานผลการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตเนื้อหา

การค้นคว้าอิสระมีขอบเขตเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับเทียม ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษา 6 Ws และ 1 H ได้แก่ Who (ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร)

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 167,084 ราย (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2547: ออนไลน์)

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีขนาดประชากรเท่ากับ 167,084 คน และใช้วิธีการเปิดตาราง กำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%(Yamane Taro, 1973) ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และแจกให้กับกลุ่มเป้าหมายในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ ร้านขายสินค้าเครื่องประดับเทียม ห้างสรรพสินค้า
2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลในรูปเอกสาร บทความวิชาการ สถิติข้อมูล รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวบรวมได้จากหนังสือ ตำรา เอกสาร สิ่งพิมพ์ และการเสนอข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งโครงสร้างเป็น 3 ส่วน คือ
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องประดับเทียมของผู้บริโภค
  - ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ในส่วนของคำถามซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมมากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมมาก	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมน้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมน้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

โดยมีเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อเครื่องประดับเทียมน้อยที่สุด

#### ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2550 และสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม ได้แก่ ร้านขายสินค้าเครื่องประดับเทียม ห้างสรรพสินค้า ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved