

ระเบียบวิธีการวิจัย

แผนการดำเนินงานวิจัย

- ขอบเขตของประชากร

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ เจ้าของโรงงานฝักและผลไม้มักระป๋องทั้งหมด จำนวน 14 โรงงานในจังหวัดเชียงใหม่

- ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาเรื่อง การตลาดของฝักและผลไม้มักระป๋องในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาด้านส่วนประสมการตลาด ปัญหาด้านการผลิตและปัญหาด้านการตลาด และแนวโน้มของอุตสาหกรรมฝักและผลไม้มักระป๋องในจังหวัดเชียงใหม่

- ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในเรื่อง การตลาดของอุตสาหกรรมฝักและผลไม้มักระป๋องในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมแบบเจาะลึกโดยสร้างแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์จากเจ้าของโรงงานฝักและผลไม้มักระป๋องทั้งหมด จำนวน 14 โรงงานในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของโรงงานประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน เงินลงทุน กำลังการผลิตและจำนวนของคนงาน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมฝักและผลไม้มักระป๋อง

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของอุตสาหกรรมฝักและผลไม้มักระป๋อง

4. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมฝักและผลไม้มักระป๋อง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูล สถิติ ตัวเลขต่างๆทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล

เช่น เอกสาร วารสาร รายงาน การวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นต้น

การคัดเลือกตัวอย่าง

ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจาก เจ้าของโรงงานผักและผลไม้กระป๋องจังหวัดเชียงใหม่
ทั้งหมดจำนวน 14 ราย โดยเก็บจากประชากรทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ของเจ้าของกิจการผักและผลไม้กระป๋อง
ทั้งหมดจำนวน 14 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำ
เร็จรูป SPSS/PC+

- สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่าความถี่ (Frequency)
2. ค่าอัตราร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
4. ฐานนิยม (Mode)
5. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Diviation)
6. เครื่องมือที่ใช้วัดปัญหาของอุตสาหกรรมเป็นแบบ Rating scale 5 rates

เป็นข้อความในลักษณะเชิงนิเสธ โดยให้คะแนนดังนี้

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

เกณฑ์ในการวัดกำหนดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 แสดงว่า ปัญหาน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 แสดงว่า ปัญหาน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 แสดงว่า ปัญหาปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 แสดงว่า ปัญหามาก

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 แสดงว่า ปัญหามากที่สุด

7. เครื่องมือที่ใช้วัดลำดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด เป็นแบบให้

คะแนนถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

เลือกเป็นลำดับที่ 1 ให้ คะแนน 4

เลือกเป็นลำดับที่ 2 ให้ คะแนน 3

เลือกเป็นลำดับที่ 3 ให้ คะแนน 2

เลือกเป็นลำดับที่ 4 ให้ คะแนน 1

เกณฑ์ในการวัดกำหนดดังนี้

คะแนนรวมถ่วงน้ำหนักมากที่สุด มีความสำคัญเป็นลำดับแรก

คะแนนรวมถ่วงน้ำหนักมาก มีความสำคัญเป็นลำดับที่สอง

คะแนนรวมถ่วงน้ำหนักน้อย มีความสำคัญเป็นลำดับที่สาม

คะแนนรวมถ่วงน้ำหนักน้อยที่สุด มีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

ลิขสิทธิ์การวิจัยสงวนลิขสิทธิ์
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

- สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการค้นคว้า 19 เดือนระหว่างเดือนตุลาคม 2534 - พฤษภาคม

2536

ขั้นตอน	จำนวนเดือน								
	4	3	3	3	2	1	1	1	1
1. เตรียมการศึกษาค้นคว้าหา ข้อมูล, ทบทวนวรรณกรรม และดำเนินโครงการ	**	**	**	**	**				
2. ออกแบบสอบถามและทดสอบ แบบสอบถาม						**			
3. เก็บข้อมูล							**		
4. ประมวลและวิเคราะห์ผล								**	
5. สรุปจัดทำรายงานและสอบ การค้นคว้าอิสระ									**