

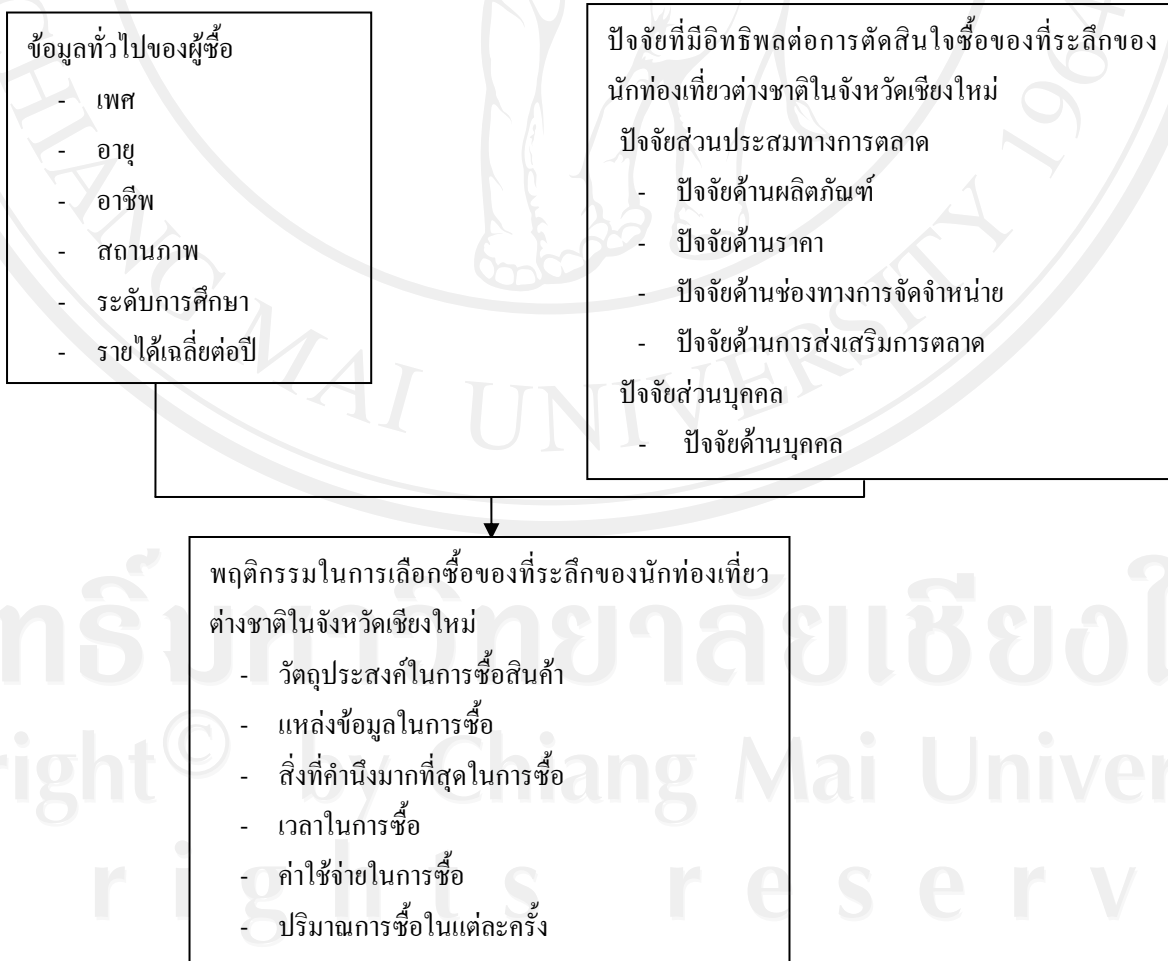
### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีการดำเนินการศึกษาในด้านข้อมูล กรอบแนวคิด ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ภาพที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

#### ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนประชากรทั้งหมด 368,095 คน โดยอ้างอิงจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

#### ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) จำนวน 400 ราย เพื่อนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีคำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane (2516) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เกิดความเคลื่อนจากการประเมินค่า ณ ระดับร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

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

โดย  $n$  = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้  
 $N$  = จำนวนประชากรที่ทราบค่า  
 $e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (Allowable Error)  
 จะเห็นได้ว่า  $e = 0.05$   
 $N = 368,095$

$$n = \frac{368,095}{1 + (368,095 \times (0.05)^2)}$$

$$n = 399.5658014 \approx 400$$

ดังนั้น การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย

### 3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากการออกแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์เพื่อประมวลผลและรายงานผลการศึกษาต่อไปเก็บรวบรวมข้อมูลโดยออกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ประกอบด้วยส่วนรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อาทิ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อปี เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่

### 3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

1) **ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา** คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อาทิ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

- ความต้องการซื้อ
- แหล่งข้อมูลในการซื้อ
- สิ่งที่มีค่ามากที่สุดในการซื้อ
- ลักษณะของที่ระลึกที่เป็นที่ต้องการ

- ค่าใช้จ่ายในการซื้อ
  - ประเภทของของที่ระลึกที่ซื้อ
  - ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง
- เป็นต้น

## 2) วิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

**วัตถุประสงค์ที่ 2** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

**1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา** คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ในส่วนของการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

**ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด**

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัยส่วนบุคคล**

- ปัจจัยด้านบุคคล

## 2) วิเคราะห์ข้อมูล

ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ จะใช้เทคนิคการวัดความคิดเห็นแบบมาตรวัดลงลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วยข้อความที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก โดยแต่ละข้อเป็นคำถามเลือกตอบ 5 ระดับ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมายในช่องที่ตรงกับความเห็นของผู้ซื้อมากที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

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

หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว ผลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการแปรความหมายของคะแนนเฉลี่ยจะยึดหลักเกณฑ์ตามรูปแบบของตารางค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยแบ่งออกเป็นช่วงดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	มากที่สุด
3.41 – 4.20	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก	มาก
2.61 – 3.40	ปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อย	น้อย
1.00 – 1.80	ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และถิ่นที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่างนั้นจะทำการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลไปทดสอบความเป็นอิสระ (Chi-Square test for independent) เพื่อจะทดสอบหาความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายและปริมาณการซื้อ โดยมีสมมุติฐานดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549 หน้า 380)

**วัตถุประสงค์ที่ 3** เพื่อศึกษาปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่

**1) ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา** คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ในส่วนของการวิเคราะห์ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาจากการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

- ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การออกแบบและความสวยงาม
- ปัญหาด้านราคา ค่าบริการส่วนต่างๆ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง
- ปัญหาด้านสถานที่ บรรยากาศโดยรวม ท่าเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถ
- ปัญหาด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่พนักงาน ความรวดเร็ว สุภาพ เป็นมิตร

## **2) วิธีวิเคราะห์ข้อมูล**

ในแบบสอบถามส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ จะใช้เทคนิคการวัดความคิดเห็นแบบมาตราวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) อาศัยการวัดจำนวนโดยจัดอันดับ (Ranking) มุ่งเน้นถึงความแตกต่างของอันดับ (Ordinal) ด้วยการเรียงคุณสมบัติของข้อมูลประเภทเดียวกันจากมากที่สุดไปยังลำดับน้อยที่สุด โดยที่ไม่ได้พิจารณาถึงระยะห่าง (Distance) ของแต่ละช่วง และจุดเริ่มต้น (Origin) ส่วนใหญ่ใช้วัดความรู้สึก ความชอบ ความคิดเห็น และทัศนคติ ลักษณะคำถามประกอบไปด้วย ข้อความที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่โดยแต่ละข้อให้เลือกเรียงคะแนนจากปัญหาที่พบ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

อันดับ	คะแนน
1	3
2	2
3	1

ในการวิเคราะห์จะเรียงลำดับปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเรียงปัญหาที่ได้คะแนนมากที่สุดไปหาลำดับปัญหาที่ได้คะแนนน้อยที่สุด โดยปัญหาที่มีผลคะแนนมากที่สุด จะเป็นปัญหาจากการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบมากที่สุด