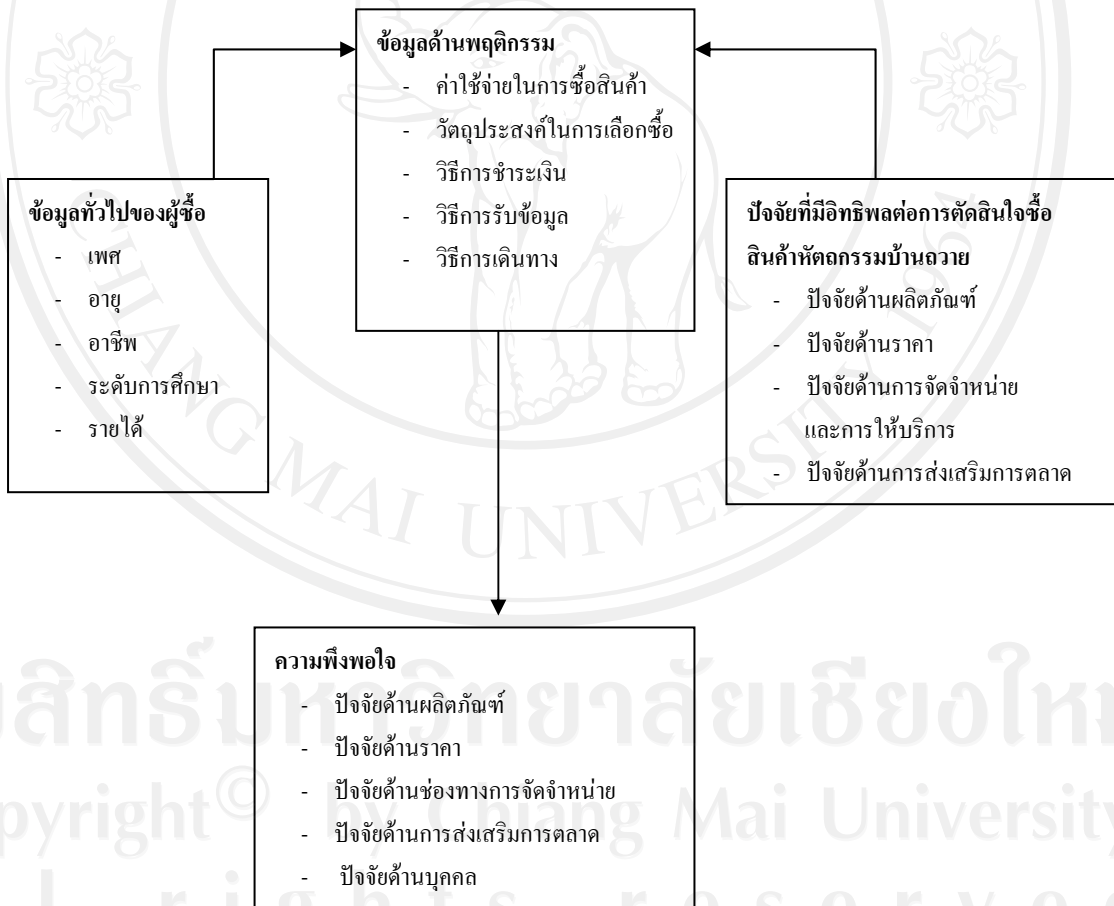


บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ มีวิธีการดำเนินศึกษาในด้านข้อมูล กรอบแนวคิด ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านถวาย อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเดือนสิงหาคม 2554 ในปี 2553 ได้แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงไตรมาสที่ 3 จำนวน 865,602 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 620,885 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 244,717 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2553)

การศึกษานี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยวิธีการคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Tara Yamane) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

สูตร

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

เมื่อ n คือ ขนาดของตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนด 5%

เมื่อแทนค่าลงในสูตร

$$n = \frac{865,602}{1 + 865,602 (0.05)^2}$$

= 399.99 ประมาณ 400 ตัวอย่าง

โดยในแต่ละกลุ่มใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ บริเวณหมู่บ้านถวาย อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่ ในเดือนสิงหาคม โดยเก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง แบ่งตามสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติจะได้ 1:3 ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 300 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 ตัวอย่าง

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการออกแบบสอบถามเพื่อการสำรวจจากข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่างเข้ามาเลือก

ชื่อและเยี่ยมชมสินค้าหัตถกรรมกลุ่มของเฟอร์นิเจอร์ งานแกะสลัก ของประดับตกแต่ง และ ครั้วเรือนหรืองานกลึงที่ผลิตจากไม้ จากหมู่บ้านถวายเป็นการสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ ประเภทสินค้าและมูลค่าของสินค้ากลุ่มเฟอร์นิเจอร์ งานแกะสลัก ของประดับตกแต่ง และครั้วเรือนหรืองานกลึงที่ผลิตจากไม้ รวมไปถึงวิธีการชำระเงิน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านต่างๆดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบของสินค้า ความหลากหลายของตัวสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ผลิต/คุณภาพสินค้า

ด้านราคา ได้แก่ ราคาความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ความหลากหลายของราคา สามารถต่อรองราคาได้ มีการตั้งราคาขายส่ง-ขายปลีก

ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจัดสถานที่ดึงดูดใจ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกสบาย ช่องทางการสั่งซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า การมีส่วนลดราคาพิเศษ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า การนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ความรวดเร็ว/ถูกต้อง มีบริการจัดส่งสินค้า มีบริการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิต/เดบิตในชำระเงิน

ด้านบุคลากร ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า สามารถอธิบายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์และสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบ้านถวายเป็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจทำวิจัยและเป็นแนวคิดพื้นฐานในการทำวิจัย

3.4 วิธีการศึกษา

แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ บริเวณหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บได้ โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ และอธิบายเชิงพรรณนาประกอบ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยการให้บริการและการจัดจำหน่าย

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างกำหนดความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยใช้การวัดความคิดเห็นแบบมาตรวัดสองลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นมาตรส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบไปด้วย ข้อความที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายโดยแต่ละข้อเป็นคำถามเลือกตอบ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความสำคัญ ดังนี้

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

ทำการเก็บรวบรวมคะแนนของแต่ละปัจจัยที่ได้ และนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และทำการจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยหาระดับการให้ความสำคัญจากมากไปหาน้อย จากนั้นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง โดยมีเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย	ระดับความสำคัญ
4.51 – 5.00	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	มากที่สุด
3.51 – 4.50	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก	มาก
2.51 – 3.50	ปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อย	น้อย
1.00 – 1.50	ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และถิ่นที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่างนั้นจะทำการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลไปทดสอบความเป็นอิสระ (Chi-Square test for independent) เพื่อจะทดสอบหาความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

- ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบของสินค้า ความหลากหลายของตัวสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ผลิต/คุณภาพสินค้า

ด้านราคา ได้แก่ ราคาความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ความหลากหลายของราคา สามารถต่อรองราคาได้ มีการตั้งราคาขายส่ง-ขายปลีก

ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจัดสถานที่ดึงดูดใจ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกสบาย ช่องทางการสั่งซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า การมีส่วนลดราคาพิเศษ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า การนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ความรวดเร็ว/ถูกต้อง มีบริการจัดส่งสินค้า มีบริการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิต/เดบิตในชำระเงิน

ด้านบุคลากร ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า สามารถอธิบายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์และสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างกำหนดความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยจะใช้เทคนิคการวัดความคิดเห็นแบบมาตราวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) อาศัยการวัดจำนวนโดยจัดอันดับ (Ranking) มุ่งเน้นถึงความแตกต่างของอันดับ (Ordinal) ด้วยการเรียงคุณสมบัติของข้อมูลประเภทเดียวกันจากมากที่สุดไปยังลำดับน้อยที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

อันดับ	คะแนน
1	3
2	2
3	1

ในการวิเคราะห์จะเรียงลำดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่พบในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย โดยเรียงลำดับความพึงพอใจที่ได้มากที่สุดไปหาลำดับความพึงพอใจที่ได้คะแนนน้อยที่สุด