

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาในเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี มีขั้นตอนที่สำคัญคือ การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น การสร้างแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล การจัดทำและนำเสนอรายงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ได้ทำการศึกษาถึง ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี ในด้านความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี สถิตินักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2548 จำนวน 833,564 คน/ปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549 : ออนไลน์)
- 2.ประชาชนชาวราชบุรีผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและมีงานทำจำนวน 449,223 คน (จังหวัดราชบุรี, 2549 : ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ราย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ตามขอบเขตประชากร กลุ่มละ 200 ราย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี จำนวน 200 ราย
คัดเลือกแบบโควต้า (Quota Sampling) และการคัดเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)
ประกอบกันตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ แหล่งจำหน่ายของฝากของที่ระลึก ร้านอาหาร

ตารางที่ 3.1 แสดงกลุ่มประชากร จากนักท่องเที่ยวต่างจังหวัด จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และ
แหล่งจำหน่ายสินค้า

ลำดับ	สถานที่	จำนวนราย
1	ตลาดน้ำดำเนิน	20
2	ถ้ำค้างคาว วัดเขาช่องพราน	20
3	ถ้ำเขabin สวนสัตว์เปิดเขาประทับช้าง	20
4	วัดหนองหอย	20
5	ธารน้ำร้อนบ่อคลึง น้ำตกเก้าโจน	20
6	แหล่งจำหน่าย สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทสินค้าบริโภค	20
7	แหล่งจำหน่าย สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทใช้สอย	20
8	แหล่งจำหน่าย สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทตกแต่ง	20
9	แหล่งจำหน่าย สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ	20
10	ร้านอาหารที่มีสินค้าของฝากของที่ระลึกจำหน่าย	20
	รวม	200

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประชาชนชาวราชบุรีผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและมี
งานทำ จำนวน 200 ราย โดยคัดเลือกแบบโควต้า (Quota Sampling) จำแนกตามภูมิลำเนาที่กำหนด
จำนวนผู้ตอบเท่ากันทุกกลุ่ม และการคัดเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) ประกอบกัน
ตามภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอต่างๆ

ตารางที่ 3.2 แสดงกลุ่มประชากร จากประชาชนชาวราชบุรี จำแนกตามภูมิภานา

ลำดับ	อำเภอ	จำนวนราย
1	อำเภอเมืองราชบุรี	20
2	อำเภอบ้านโป่ง	20
3	อำเภอโพธาราม	20
4	อำเภอปากท่อ	20
5	อำเภอจอมบึง	20
6	อำเภอดำเนินสะดวก	20
7	อำเภอบางแพ	20
8	อำเภอวัดเพลง	20
9	อำเภอสวนผึ้ง	20
10	กิ่งอำเภอบ้านคา	20
รวม		200

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี และประชาชนชาวราชบุรีผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและว่างงานทำ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ระบบออนไลน์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในสินค้าของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกรซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการที่ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่และมีนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สถานที่จำหน่ายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกแยกตามประเภทสินค้า ร้านอาหารที่เป็นจุดพักเดินทาง และสถานประกอบการในจังหวัดราชบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวัดความคิดเห็น ใช้เครื่องมือ Likert Scales โดย ระดับความคิดเห็นแต่ละระดับมีคะแนน ดังต่อไปนี้

All rights reserved

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เป็นกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
4.50 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.50 – 4.49	เห็นด้วย
2.50 – 3.49	เป็นกลาง
1.50 – 2.49	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ใช้เวลาทั้งหมด 8 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน 2549 ถึงเดือนเมษายน 2550 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนธันวาคม 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved