

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ Who (ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยววัยรุ่นชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิงโดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (กุลทลี รื่นรมย์, 2549: 187 อ้างอิงจาก Seymour Sudman 1976: 87) ซึ่งระบุให้เก็บขนาดตัวอย่างในช่วง 200-500 ราย โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ทั้งนี้เพราะเป็นจำนวนคนที่อยู่ในช่วงของตารางกำหนดขนาดตัวอย่าง และเป็นจำนวนที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติ รวมทั้งได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อถามเฉพาะเจาะจงกลุ่มวัยรุ่นชาวไทยอายุระหว่าง 18-25 ปี (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540: 329) ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยววัยรุ่นชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งสถานที่

ในการดำเนินการรวบรวมข้อมูล คือ 1.ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ สะพานประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 กองแลน วนน้ำสู หมู่บ้านชาวจีนยูนาน และ ร้านกาแฟ Pai in love จำนวน 150 ราย และ 2.ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยอายุระหว่าง 18-25 ปี ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 300 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ เช่น วารสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และข้อมูลสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไม ผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคว่าอย่างไร (How)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยในการวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านต่างๆจะใช้มาตราวัดส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลของข้อมูล ประกอบด้วย การนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. ในส่วนการวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังต่อไปนี้ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ, 2550)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ย จะได้ค่าตั้งแต่ 1.00-5.00 คะแนน ซึ่งมีความหมายแทนระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating scale) โดยใช้ค่าเกณฑ์แบ่งระดับความมีผลต่อการตัดสินใจดังกล่าวออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ, 2550)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล คือ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ สะพานประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 กองแลน วัดน้ำฮู หมู่บ้านชาวจีนยูนาน ร้านกาแฟ Pai in love และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 12 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2553 – กรกฎาคม 2554 และทำการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 7 กุมภาพันธ์ – 7 มีนาคม 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved