

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถาวร อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ เฉพาะบริเวณศูนย์หัตถกรรมบ้านถาวร อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จะเก็บข้อมูลที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคชาวต่างชาติที่ซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมจากศูนย์หัตถกรรมบ้านถาวร อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีจำนวนผู้บริโภคชาวต่างชาติต่อเดือนทั้งสิ้น 815 ราย (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2548) โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 261 ตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยวิธีเปิดตาราง Krejcie and Mogan (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) แล้วจึงทำการเก็บข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถาวร อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคชาวต่างชาติ ที่ซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ทั้งจากเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคชาวต่างชาติ ที่มาเยี่ยมชมศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สัญชาติ รายได้ต่อเดือนงบประมาณในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เหตุผลของการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ประเภทของสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมที่นิยมซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า จำนวนที่ซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า และเงื่อนไขการชำระเงิน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคชาวต่างชาติ จากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Research) คำอธิบายลักษณะทั่ว ๆ ไป โดยนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

สำหรับลักษณะคำถามของส่วนที่ 2 เป็นคำถามการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น ใช้มาตรา Likert Scale ซึ่งมีลักษณะคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด โดยมีระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2534: 85)

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

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจะยึดหลักเกณฑ์ในการวัดระดับความสำคัญดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
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

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล

บริเวณศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายเป็นถาวร อำเภอลำดอง จังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2549



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved