

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาดการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป มีระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ ระยะเวลาในการศึกษา และสถานที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาค้างนี้ จะทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาดการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป โดยศึกษาว่าปัจจัยด้านใด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ บุคคลที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้างนี้ ไม่ทราบขนาดประชากรที่แท้จริง จึงประมาณสัดส่วนของประชากร โดยให้มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 สามารถหาค่าตัวอย่างได้ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

$$n = Z^2 / 4E^2$$

โดย n คือ จำนวนตัวอย่างประชากร

Z คือ ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติ

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้จากการประมาณ

ดังนั้น $Z_{1-1/2} = Z_{.950} = 1.645$

$$E = 0.05$$

ดังนั้น $n = (1.645)^2 / 4(0.05)^2$

$$= 270.60 \sim 271 \text{ ตัวอย่าง}$$

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 271 ราย ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเคยซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมตลาดการบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างประเทศแบบสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและการบรรยาย

สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางตลาดการบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามแบบให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2552: 69)

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

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50 – 5.00	หมายถึงระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึงระดับความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	หมายถึงระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึงระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึงระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2553 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2554

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการดำเนินการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สถานีราชการ เอกชน และบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศในอำเภอเมืองเชียงใหม่