

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าในการซื้อสินค้าจากรัฐกิจสปลาในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง

ขอบเขตของประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ มีประชากรกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศซึ่งเคยซื้อสินค้าของที่ระลึกหรือใช้บริการสปลาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากแหล่งต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น บริเวณสถานบริการสปลาในจังหวัดเชียงใหม่ สนามบิน โรงแรม ไนท์บาร์ชา รวมถึงการส่งแบบสอบถามผ่านทางอีเมลล์ไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย ประกอบไปด้วยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว และกลุ่มเป้าหมายที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งจะแบ่งเป็นชาวต่างประเทศจำนวนร้อยละ 70 คือ 280 ราย และชาวไทยร้อยละ 30 คือ 120 ราย โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงวันเสาร์อาทิตย์ ในระหว่างเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2547 ตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึง 18.00 น.

การรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถาม สัมภาษณ์ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เคยซื้อสินค้าหรือใช้บริการสปลาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ณ แหล่งที่คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมาย เช่น บริเวณที่มีการจำหน่ายสินค้าของสปลา สนามบิน ไนท์บาร์ชา และได้ทำการส่งแบบสอบถามผ่านอีเมลล์ไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้รับการตอบกลับเป็นจำนวน 18 ราย สำหรับแบบสอบถามที่ทำการเก็บข้อมูลจากชาวต่างประเทศ ได้ถูกแปลเป็นภาษาอังกฤษ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความ วารสาร รายงานการวิจัย สิ่งพิมพ์ต่างๆ และรายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย สำหรับแบบสอบถามที่ทำการเก็บข้อมูลจากชาวต่างประเทศ ได้ถูกแปลเป็นภาษาอังกฤษ แบบสอบถามที่ใช้ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและการบริโภคสินค้าและของที่ระลึก จากสถานบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อสินค้านวมถึงปัญหาในการเลือกซื้อสินค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การนำเสนอเป็นตาราง ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย

เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนของผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้า ในการซื้อสินค้านวมมีระดับคะแนนดังนี้

ระดับของผลกระทบ	คะแนน
มีผลมากที่สุด	5
มีผลมาก	4
มีผลปานกลาง	3
มีผลน้อย	2
ไม่มีผล	1

ผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยโดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ผลกระทบต่อการตัดสินใจ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	ไม่มีผล

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาตั้งแต่เดือน มกราคม 2547 ถึง สิงหาคม 2547