

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย ในบทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษารุ่นนี้ จะทำการศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภายในจังหวัด

ขอบเขตประชากร

ผู้ที่เคยซื้อสินค้า ที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเคยซื้อสินค้ากลับไปบริโภค

จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีป๊อปปูลേഷันแบบ Ad Hoc กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยในอดีต (คุณทลี รื่นรัมย์, 2549) ซึ่งในการศึกษารุ่นนี้อ้างอิงขอบเขตประชากรจากการศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าไฮสตรกนิศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร (รสรินทร์ คำมารุณ, 2547) จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างของผู้ซื้อท้องถิ่นจำนวน 200 ราย และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ซื้อสินค้าจำนวน 200 ราย

เมื่อได้กำหนดขนาดของตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 รายแล้ว จึงทำการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้า ทั้งผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย

เครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionare) ใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยลักษณะของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ความถี่ในการในการซื้อสินค้า ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า พันธุ์สินค้าที่รู้จักและนิยมซื้อมาบริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าและข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการซื้อสินค้า

การรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่เคยซื้อสินค้า จำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นคนท้องถิ่น 200 ราย และนักท่องเที่ยว 200 ราย โดยเก็บข้อมูลจากแหล่งจำหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น ตลาดสด แผงลอยข้างถนน เทศกาลสินค้า ชุบเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลจากผลงานการศึกษา หนังสือวารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ ตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์จากอินเทอร์เน็ตในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ และสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ Chi-Square และ T-Test

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 ที่ประกอบด้วยข้อความที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (คุณชาติ รื่นรัมย์, 2549) ลักษณะข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ

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

มีการกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการวิเคราะห์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญในการตัดสินใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ให้ความสำคัญในการตัดสินใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ให้ความสำคัญในการตัดสินใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ให้ความสำคัญในการตัดสินใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ให้ความสำคัญในการตัดสินใจน้อยที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ตลาดสด แผงลอยข้างถนน เทศกาลเดินจีสด ชูปเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 10 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2551 ถึงเดือน มีนาคม 2552 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ เดือนกันยายน ถึง ตุลาคม 2551



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved