

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครในการเลือกสถานที่ค้ำน้ำในประเทศไทย โดยกล่าวถึงสิ่งภายนอกที่มากระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำ โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี ส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) หมายถึง รายละเอียดสินค้าและบริการให้ชัดเจน โดยต้องสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และต้องได้รับทราบถึงประโยชน์ที่จะรับจากสินค้าและบริการ และมีองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านการขนส่ง ที่พัก สิ่งดึงดูด กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ มาเป็นตัวอธิบายลักษณะสินค้าและบริการให้ชัดเจน และครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งรวมถึง สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ การคมนาคม ที่พัก กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว
- ราคา (Price) หมายถึง ราคาที่ผู้ประกอบการจะนำเสนอให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ราคาที่สามารถแข่งขันในตลาด และกลุ่มเป้าหมายนั้นยอมรับได้
- ช่องทางการจัดจำหน่าย และสถานที่จัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่จัดขึ้นของบริษัทจะจัดจำหน่ายโดยผ่านหลากหลายช่องทาง เพื่อให้สามารถกระจายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ความสามารถในการกระจายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของตัวแทนการท่องเที่ยว โดยรวมการขายผ่านคนกลาง และการขายตรงของบริษัทเอง
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การส่งเสริมการขาย โปรแกรมทางการท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการส่งเสริมการขาย และรูปแบบการนำเสนอ

- บุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และมีใจรักในงานบริการ สามารถแก้ไขปัญหาสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ ของบุคคลที่ทำหน้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว
- กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ความคล่องตัว รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และการประสานงานกันที่ดี ของกระบวนการให้บริการด้านการท่องเที่ยว
- ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การนำเสนอการบริการหรือสินค้าที่ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความโดดเด่นในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

แนวคิดและทฤษฎีดังที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยเป็นตัวกำหนดขอบเขต และรูปแบบของการสร้างแบบสอบถามงานวิจัยนี้ เพื่อเป็นปัจจัยให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่เลือกสำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ที่เคยเดินทางไปต่างแดนในประเทศไทยซึ่งเป็นทรัพยากรทางทะเลที่หลากหลาย และนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้ทุกเพศทุกวัยโดยไม่ต้องใช้บัตรอนุญาต ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามการเปิดตารางกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้การเก็บตัวอย่างในท้องถิ่นของ Seymour Sudman (1976: 87) จำนวน 200 ราย (Sudman อ้างใน กุลชาติ รื่นรัมย์, 2553) ซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ เนื่องจากประชากรมีความเฉพาะค่อนข้างมาก และใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) คือเลือกตามสถานที่ที่มีประชากรจำนวนมาก และหลากหลาย เช่น สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัย และศูนย์การค้าทั่วกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ จะเก็บข้อมูลจากสมาชิกโรงเรียนสอนดำน้ำในกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 ราย โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ระดับการศึกษา และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำในประเทศไทย ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดการบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการบริการ ราคา ช่องทางและการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรผู้ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) เป็นขั้นตอนที่ดำเนินหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลมาเรียบร้อยแล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลมีการดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

2. นำส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์โดยใช้แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. นำส่วนที่ 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว มาแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีการให้คะแนนของคำตอบเพื่อการแปลผลดังนี้

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

เกณฑ์การแปลผลแสดงระดับความสำคัญดังนี้

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

4. นำส่วนที่ 3. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยวน มาวิเคราะห์โดยใช้แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร และ โรงเรียนสอนค้ำน้ำในกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้เริ่มตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2554 ถึง มิถุนายน 2555 โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในเดือน มีนาคม 2555