

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และปัญหาที่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปประสบอยู่และข้อเสนอแนะในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สามารถกำหนดขอบเขตของการศึกษาและวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

3.1.2 ศึกษาถึงปัญหาที่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปประสบอยู่และข้อเสนอแนะในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและพักค้างแรมในจังหวัดเชียงราย อย่างน้อย 1 คืนในระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2547 ถึง 31 เมษายน 2547

กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2545¹ มีนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป เดินทางท่องเที่ยวและพักค้างคืนในจังหวัดเชียงรายอย่างน้อย 1 คืนมีจำนวน 173,721 คน ซึ่งจากตารางกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างตามระดับนัยสำคัญทั้งสิ้นจำนวน 322 ตัวอย่าง² ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 322 ชุดและมีเจ้าหน้าที่แจกแบบสอบถามให้เฉพาะกับนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย และมีการพักค้างแรมอยู่ในจังหวัดเชียงราย อย่างน้อย 1 คืน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) โดยสอบถาม ณ บริเวณที่พักระดับมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป

3.3 วิธีการศึกษา

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม ไปถึงมีส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และปัญหาที่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปประสบอยู่และข้อเสนอแนะในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อไป

3.4 ข้อมูล และ แหล่งข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม ที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส สอบถามจากนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปถึงไปถึงมีส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รวมถึง ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต 2 จังหวัดเชียงราย, สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน 2545, เชียงราย : กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546.

² นราศรี ivaณิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี, *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ รวมทั้งรายงานทางวิชาการ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแปลผลของการวิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง

สำหรับลักษณะคำถามในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ปัญหาในการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้ประยุกต์คำตอบให้เลือกคำตอบ 5 ระดับ วิธีกำหนดน้ำหนักคำตอบของการให้คะแนนตามวิธี Arbitrary Weighting ของ Likert³ กำหนดน้ำหนักของคำตอบเป็นคะแนนไว้ดังนี้

³ บุญชม ศรีสะอาด, การวิจัยเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุวิริยาสาน, 2540.

ระดับผลต่อการตัดสินใจ / ระดับการพบปัญหา	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับเกณฑ์มาตรฐานพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณได้ โดยกำหนดขนาดของชั้นจากค่าคะแนนเฉลี่ยช่วงชั้น (Weight Mean Score) ซึ่งสามารถแบ่งช่วงคะแนนของระดับผลต่อการตัดสินใจและระดับการพบปัญหา ได้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00 คะแนน	มีผลต่อการตัดสินใจ/พบปัญหามากที่สุด
3.41 – 4.20 คะแนน	มีผลต่อการตัดสินใจ/พบปัญหามาก
2.61 – 3.40 คะแนน	มีผลต่อการตัดสินใจ/พบปัญหาปานกลาง
1.81 – 2.60 คะแนน	มีผลต่อการตัดสินใจ/พบปัญหาน้อย
1.00 – 1.80 คะแนน	มีผลต่อการตัดสินใจ/พบปัญหาน้อยที่สุด

3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2547 ถึงเดือนเมษายน 2547 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน 2547