

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

การศึกษาครั้งนี้เป็นการสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2548

2. กลุ่มตัวอย่าง

จากสถิติการพักแรมบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ของนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ปี 2547 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: ออนไลน์) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานพักแรมประเภทโรงแรมและรีสอร์ท มีจำนวนทั้งสิ้น 51,458 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 38,275 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 13,183 คน ซึ่งในการศึกษานี้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1987: 886) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.10 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 99.8 คน หรือ 100 คน โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรที่ศึกษาทั้งหมด
 n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3. วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ทำการกำหนดสัดส่วนเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 74 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 26 คน โดยวิธีการสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้

บริการริสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด (ดูรายชื่อริสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ในภาคผนวก)

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาใช้ริสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน โดยได้จากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้นแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 59 ข้อ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านหุ้นส่วนทางธุรกิจ และ ปัจจัยด้านการจัดทำแผนงานให้บริการ โดยจัดทำเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Scale) โดยมีระดับค่าตั้งแต่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการริสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 1 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามและขอบข่ายของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการห้องพักแบบริสอร์ทระดับราคาสูง จากตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวม

ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ในการสร้างแบบสอบถามเป็นรายชื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายทุกส่วนประสมทั้ง 8 ด้าน

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงเนื้อหาและภาษาตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาไปดำเนินการทำ Pilot study กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูง บนเกาะช้าง จังหวัดตราด จำนวน 20 ชุด เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในแบบสอบถามอย่างชัดเจน และเพื่อทราบข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทำ Pilot Study แล้ว มาทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 3 ตามสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.95 นำผลการทดสอบและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาขอความเห็นชอบอีกครั้งก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อขอความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อเข้าทำการเก็บข้อมูล
2. นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือแนะนำตัวไปเพื่อติดต่อขอความร่วมมือเก็บข้อมูลด้วยตนเองยังรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้
3. เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการรีสอร์ท ระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด จากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 74 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 26 คน ที่มาใช้บริการรีสอร์ทที่มีระดับราคาห้องพักตั้งแต่ 2,000 บาท ขึ้นไป

การให้คะแนนและการแปลผล

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนมาตราส่วน 5 ระดับ ดังนี้

มีผลในระดับน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

มีผลในระดับน้อย ให้ 2 คะแนน

มีผลในระดับปานกลาง ให้ 3 คะแนน

มีผลในระดับมาก ให้ 4 คะแนน

มีผลในระดับมากที่สุด ให้ 5 คะแนน

ทั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายตามเกณฑ์จุดศูนย์กลางของช่วงระดับคะแนน (Midpoint of Class Interval) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญน้อยในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญปานกลางในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดในในการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูง

สำหรับการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการรีสอร์ทระดับราคาสูงบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้ทำการแบ่งระดับคะแนนความพึงพอใจออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับน้อย (1-4 คะแนน) ระดับปานกลาง (5-7 คะแนน) และระดับมาก (8-10 คะแนน)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาจะนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ชุด ที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-Ended) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนด
3. การประมวลผล นำข้อมูลที่ได้ทำการลงรหัสแล้วมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ซึ่งวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

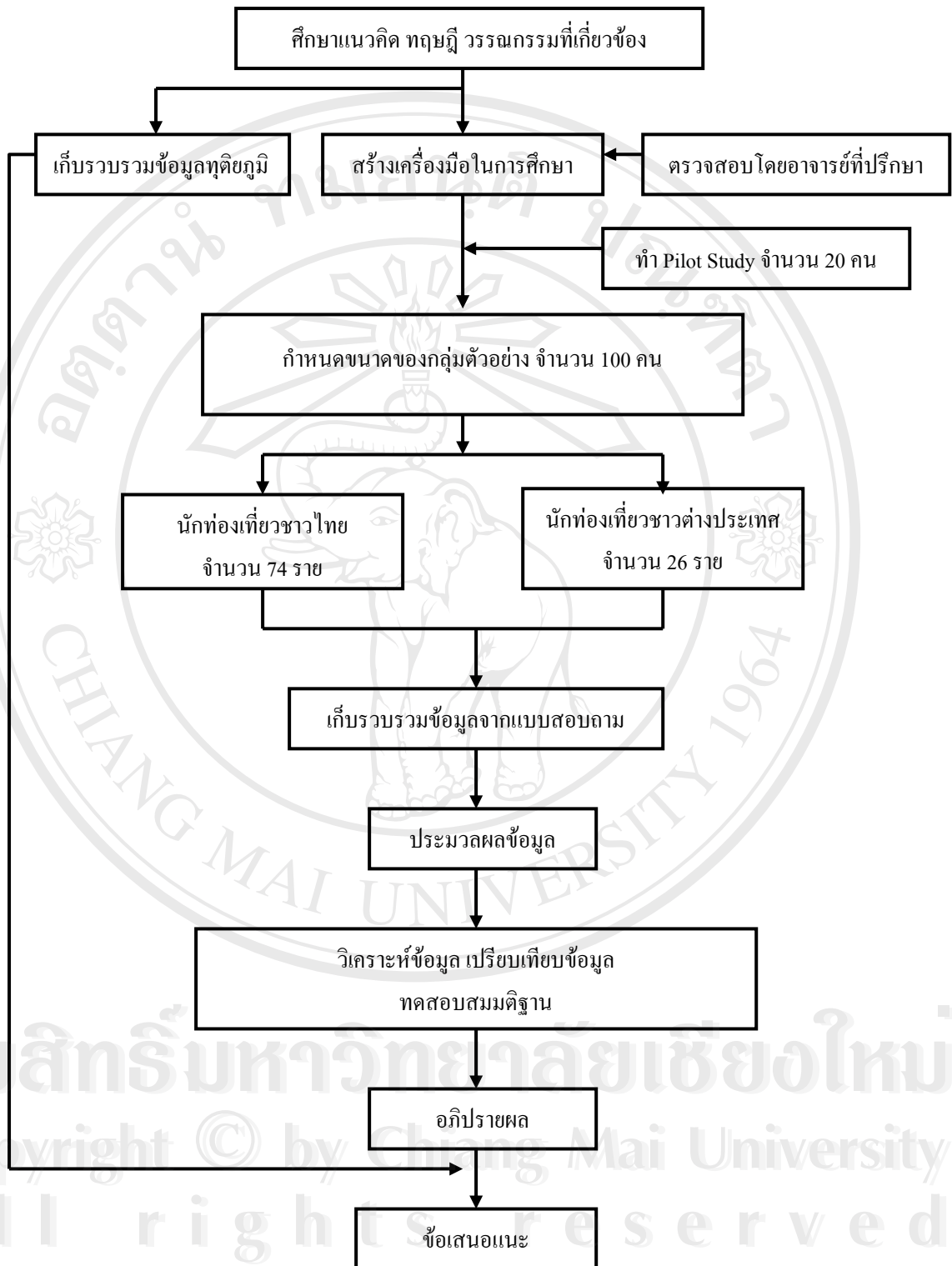
1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สำหรับการแจกแจงความถี่ของข้อมูล (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการศึกษา โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจำแนกวิธีการทดสอบได้ดังนี้

(1) การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้วิธีการทดสอบค่าที (t-test) ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และใช้วิธีการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียวด้วยค่าสถิติ One-way Analysis of Variance (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ซึ่งหากพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบพหุคูณเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Least Significant Difference : LSD

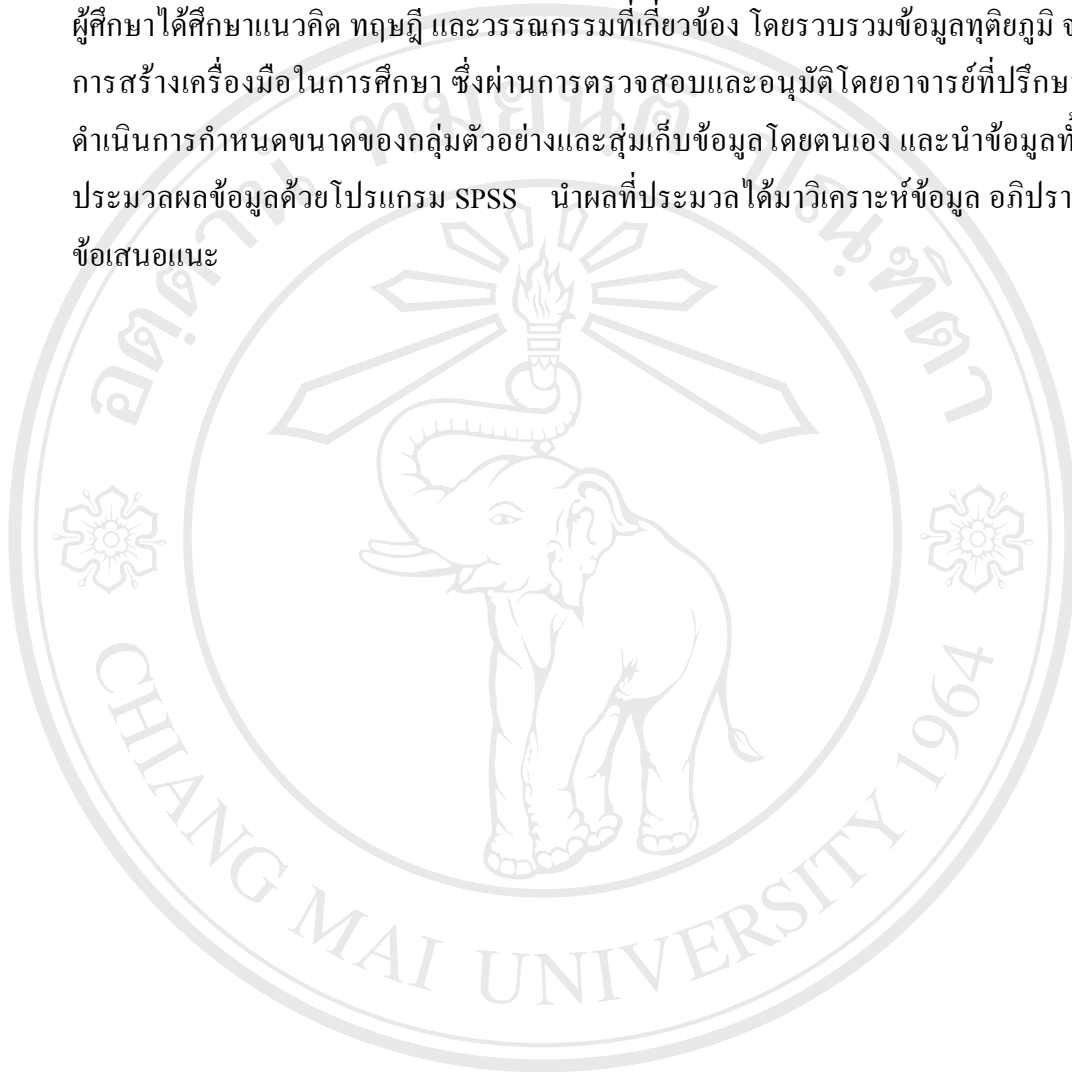
(2) การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ใช้วิธีการทดสอบค่าที (t-test) ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

จากระเบียบวิธีการศึกษาที่กล่าวมาทั้งหมดสำหรับการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” สามารถสรุปขั้นตอนการศึกษาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพ 5 สรุประเบียบวิธีการศึกษา

จากภาพ 5 เป็นแผนภาพสรุปเปรียบเทียบวิธีการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักรีสอร์ทระดับราคาสูงของนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด” ซึ่งผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากนั้นทำการสร้างเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งผ่านการตรวจสอบและอนุมัติโดยอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นดำเนินการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและสุ่มเก็บข้อมูลโดยตนเอง และนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS นำผลที่ประมวลได้มาวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved