

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง“การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย (Development of Marketing Strategy for Shopping Tour Market Place)”เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวจับจ่าย และระดับความคิดเห็นพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายในเขต กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าที่เข้ามาซื้อหาจับจ่ายสินค้าและใช้บริการในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรไม่ทราบจำนวนที่แท้จริง จึงคำนวณขนาดของตัวอย่างโดยใช้วิธีการในกรณีที่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าที่เข้ามาซื้อหาจับจ่ายสินค้าและใช้บริการในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายในกรุงเทพมหานคร 8 แห่ง อันได้แก่ ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดวังหลัง ตลาดนครไท เอเซียทีเคเดอะริเวอร์ฟรอนท์ (Asiatique the Riverfront) ตลาดนัดสะพานพุทธ ตลาดนัดรัชโยธิน ตลาดน้ำคลองลัดมะยมตลิ่งชัน และตลาดทุ่งเพิ่มหลังการบินไทย รวมจำนวน 453 ราย กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549) (กัลยา วานิชย์ ปัญญา,2554) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ (Sample Size)

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

Q คือ สัดส่วนของประชากรที่ไม่ได้สนใจศึกษา เท่ากับ (1-P) 0.5

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) $Z = 1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 5%

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 5 %

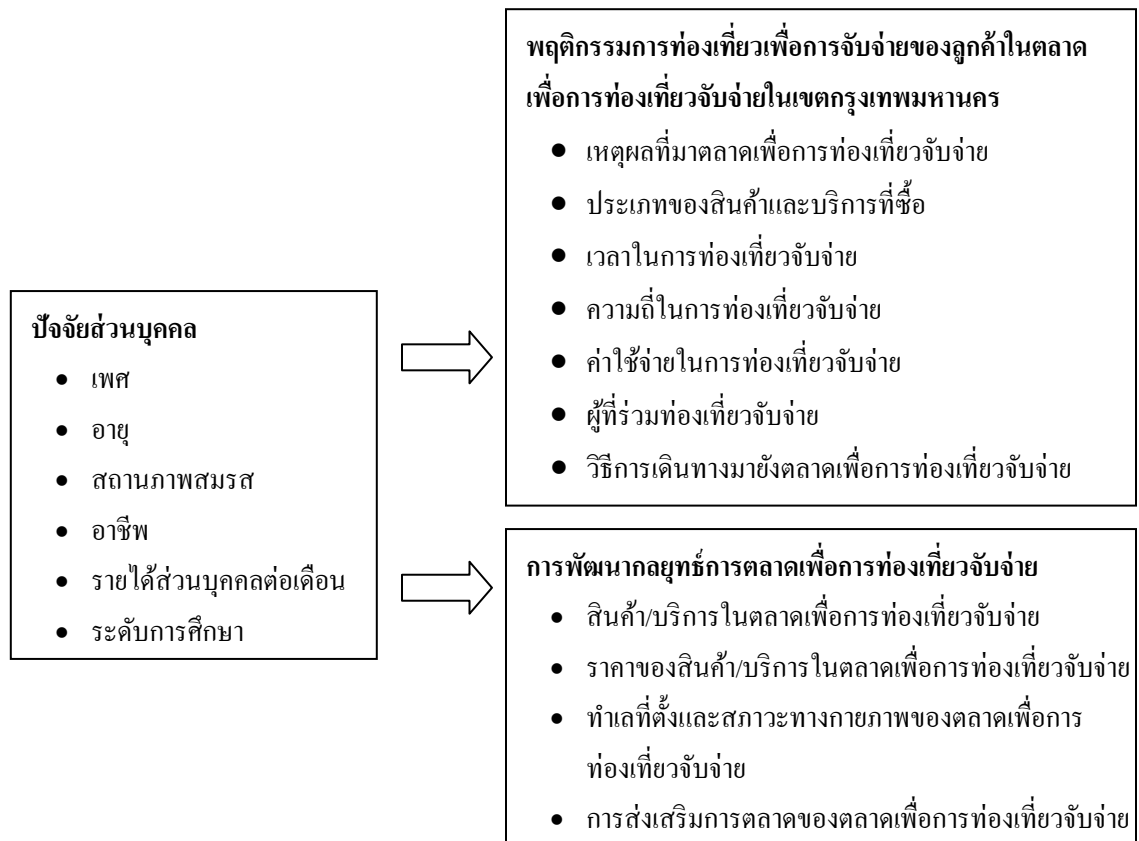
$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.5)(0.5)(1.96)^2}{0.052} = 385$$

ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่ผู้ทำวิจัยได้ปรับตัวอย่างเพิ่มขึ้นเพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบหรือกรอกแบบสอบถามไม่ถูกต้อง จึงได้แบบสอบถามตลาดละ 55 ราย 6 แห่ง ยกเว้นตลาดเอเชียทีกได้ 66 ราย ตลาดนัดสวนจตุจักรได้ 57 ราย รวมทั้งหมดเป็น 453 ราย

3.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิดต่างๆเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยจัดแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และระดับการศึกษา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีหลายตัวเลือก (Multiple-Choice Questions) เป็นคำถามที่ประกอบด้วย ข้อความและมีคำตอบหลาย ๆ คำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 6 ข้อ เป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และข้อมูลระดับเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายของลูกค้าในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีหลายตัวเลือก (Multiple-Choice Questions) เป็นคำถามที่ประกอบด้วย ข้อความและมีคำตอบหลาย ๆ คำตอบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 7 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความถี่ในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการมาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายเป็นข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ สินค้า/บริการในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย ราคาของสินค้า/บริการในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย ท่าเลที่ตั้งและสภาวะทางกายภาพของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย และการส่งเสริมการตลาดของตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย

และใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามระดับคะแนนที่ให้เป็นอย่างนี้

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

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละชั้น ใช้สูตรความกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงระหว่างชั้น (Interval)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{(5-1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลผล ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดย ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	การแปลผล
4.21- 5.00	ต้องการมากที่สุด
3.41- 4.20	ต้องการมาก
2.61- 3.40	ต้องการปานกลาง
1.81- 2.60	ต้องการน้อย
1.00 -1.80	ต้องการน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิผล และนำไปใช้ในการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น จึงต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และการหาค่า ความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability)

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)

1.1 ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเบื้องต้นโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ ในเรื่องที่ทำวิจัย 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างแบบสอบถาม ตลอดจนขอคำแนะนำและความคิดเห็นในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการแนะนำแก้ไขและดำเนินการตามหัวข้อ 1.2 ต่อไป

1.2 การวัดความตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธี IOC ใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องแล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือนิยาม (IOC: Item Objective Congruence Index) การหาค่าความสอดคล้องแบบ IOC เพื่อพิจารณาด้านภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญมี 3 ประเด็นคือเหมาะสม ไม่เหมาะสมและไม่แน่ใจโดยพิจารณาข้อคำถามนั้นๆว่าได้ตรงหรือสอดคล้องหรือไม่ ถ้าเห็นด้วยให้ค่า = 1 ไม่เห็นด้วยให้ค่า = -1 และไม่แน่ใจให้ค่า = 0 ผู้เชี่ยวชาญจะพิจารณาตามความเป็นไปได้ของรายละเอียดของคำถามคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามนั้นใช้ได้ตามเนื้อหาที่ระบุไว้ในรายละเอียด และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย งานวิจัยฉบับนี้ได้ค่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเท่ากับ 0.82 แปลผลว่าใช้ได้

การหาค่าความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability)

งานวิจัยชิ้นนี้ได้มีการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นจำนวน 21 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ด้วยวิธีของ Cronbach Method และนำข้อบกพร่องมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นก่อนที่จะดำเนินการเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.74 แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามฉบับนี้ มีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว เก็บรวบรวมข้อมูลโดยทีมงานที่ผ่านการฝึกอบรมเลือกสัมภาษณ์ลูกค้าที่ซื้อหาและใช้บริการที่ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายด้วยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ในตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่ายแห่งละ 55 ราย 6 แห่ง ยกเว้นตลาดเอเชียทีกได้ 66 ราย ตลาดนัดสวนจตุจักรได้ 57 ราย รวมทั้งหมดเป็น 453 ราย ทำการศึกษาในช่วงปี พ.ศ.2557

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม อธิบายกลุ่มตัวอย่างให้เข้าใจวัตถุประสงค์ และวิธีการตอบแบบสอบถาม จากนั้นรื้อเก็บแบบสอบถามทันที

ส่วนข้อมูลทุติยภูมิทำการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่ค้นคว้ามาก่อนจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความ วารสาร หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 453 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการสำรวจ ความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูล
2. การลงรหัสข้อมูล (Coding) นำข้อมูลของแบบสอบถามทั้งหมดมาแปรเป็นสัญลักษณ์ตัวเลขแทนค่าตัวแปรต่าง ๆ ทำการลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. การบันทึกข้อมูล นำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อกำหนดค่าทางสถิติและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One way ANOVA และการวิเคราะห์แบบ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นพัฒนาสภาวะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและประเภทแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบความแตกต่างก็จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป