

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการกลุ่มตัวอย่าง

ในงานการวิจัยในครั้งนี้กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิทั้งที่เข้าพักอาศัยและไม่ได้เข้าพักอาศัยในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติ ซึ่งทราบจำนวนประชากรจากข้อมูลรายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติทั้ง 4 แห่งในจังหวัดชัยภูมิ โดยใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2547 เป็นปีอ้างอิงดังนี้

1. อุทยานแห่งชาติตาคลีจำนวน	306,819 คน
2. อุทยานแห่งชาติป่าหินงามจำนวน	315,805 คน
3. อุทยานแห่งชาติไทรทองจำนวน	488,556 คน
4. อุทยานแห่งชาติภูแลนคาจำนวน	21,456 คน

รวมจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติทั้ง 4 แห่งประจำปี พ.ศ. 2547 1,132,636 คนที่มา : รายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากการจดสถิติด้านตรวจของอุทยานแห่งชาติทั้ง 4 แห่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตร (Taro Yamane, 1973 อ้างถึงในบุทรพงษ์ กัยวรรณ, 2543) โดยใช้สูตรดังนี้

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

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ศึกษา(จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ)

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

ระดับความเชื่อมั่น 95 % หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{1,132,636}{1 + 1,132,636 (0.05)^2}$$

$$n = 399 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยเท่ากับ 399 ตัวอย่างและผู้ทำการวิจัยได้ทำการสำรองไว้อีก 6 ตัวอย่าง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 405 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) คำนวณหาจากจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละกลุ่ม โดยใช้สัดส่วนระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งในปี พ.ศ. 2547 กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติในปี พ.ศ. 2547 ทั้งหมด

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่ง} * 405}{\text{จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติทั้งหมด}}$$

ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการเก็บแบบสอบถามในแต่ละอุทยานแห่งชาติแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการเก็บแบบสอบถามในแต่ละอุทยานแห่งชาติ

อุทยานแห่งชาติ	จำนวน (คน)	สัดส่วน	จำนวนที่เก็บแบบสอบถาม
1. อุทยานแห่งชาติตาคลี	306,819	0.2709	110
2. อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม	315,805	0.2788	113
3. อุทยานแห่งชาติไทรทอง	488,556	0.4313	175
4. อุทยานแห่งชาติภูแลนคา	21,456	0.0189	8
รวม	1,132,636	1	405

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเองเพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคิดและพฤติกรรม การตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวน 6 ข้อ โดยเป็นการวัดระดับข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และการวัดระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) (กฤษณทิพย์ รื่นรัมย์, 2545) ประกอบด้วย

- แบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ ในข้อที่ศึกษาในเรื่องเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม
- แบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ ในข้อที่ศึกษาในเรื่องรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม
- แบบสอบถามปลายเปิด (Open Form) จำนวน 1 ข้อ ในข้อที่ศึกษาในเรื่องอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) จำนวน 6 ข้อ

- แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แล้วใช้การประเมินผลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การประเมินผลโดยแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับชั้น โดยการหาช่วง ความกว้างของอัตราภาคชั้นดังนี้ (เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546 อ้างจากบุญชม ศรีสะอาด, 2543)

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจำนวน 5 ข้อ

- แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

แล้วใช้การประเมินผลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การประเมินผลโดยแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับชั้น โดยการหาช่วง ความกว้างของอัตราภาคชั้นดังนี้ (เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546 อ้างจากบุญชม ศรีสะอาด, 2543)

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่พัก โดยแบ่งออกเป็นด้านต่างๆดังนี้ ด้านที่พักและบริการจำนวน 6 ข้อ ด้านราคาจำนวน 3 ข้อ ด้านการจัดจำหน่ายจำนวน 5 ข้อ และด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 4 ข้อ

- แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ความต้องการมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ความต้องการมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ความต้องการปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ความต้องการน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ความต้องการน้อยที่สุด

แล้วใช้การประเมินผลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การประเมินผลโดยแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับชั้น โดยการหาช่วง ความกว้างของอัตราภาคชั้นดังนี้ (เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546 อ้างจากบุญชม ศรีสะอาด, 2543)

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความต้องการมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความต้องการมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความต้องการปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความต้องการน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความต้องการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวน 4 ข้อ โดยแบ่งลักษณะของคำถามเป็น 2 ลักษณะคือ

- แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) จำนวน 1 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับพฤติกรรมในการเข้าพักบ่อยมาก (มากกว่า 7 ครั้ง / ปี)
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับพฤติกรรมในการเข้าพักบ่อย (5 – 6 ครั้ง / ปี)
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับพฤติกรรมในการเข้าพักปานกลาง (3 – 4 ครั้ง / ปี)
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับพฤติกรรมในการเข้าพักนาน ๆ ครั้ง (1- 2 ครั้ง / ปี)
ระดับ 1	หมายถึง	ไม่มีพฤติกรรมในการเข้าพักในระยะเวลา 1 ปี

- แบบสอบถามเป็นการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) จำนวน 3 ข้อ เพื่อสอบถามถึงระดับของจำนวนคนที่เข้าพักในกลุ่มเดียวกัน จำนวนคืนที่เข้าพักและค่าใช้จ่ายในการเข้าพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับพฤติกรรมในการเข้าพักในระดับต่าง ๆ (ระดับ 2- 5)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือ ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ

จังหวัดชัยภูมิ” รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างรายการคำถามในแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม และปรับปรุงให้มีความชัดเจนขึ้นทั้ง 5 ส่วน และนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Pre – test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง

5. นำผลที่ได้จากการทดสอบแบบสอบถามในเบื้องต้น (Pre – test) มาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการแนะนำ และแก้ไขให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ก่อนที่จะนำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษา (ดูการปรับปรุงแบบสอบถาม พร้อมทั้งเหตุผลในการแก้ไข หลังจากทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างได้ที่ภาคผนวก ข)

6. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยแบ่งได้ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากตำราทางด้านการตลาดและด้านอื่น ๆ จากแหล่งค้นคว้าต่าง ๆ ได้แก่ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือขออนุญาตเข้าไปเก็บแบบสอบถามในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

2. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลถึงผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

3. เตรียมเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และอธิบายรายละเอียดและขั้นตอนต่างๆของงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลให้ผู้ช่วยวิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้อง แปลงข้อมูล และเข้ารหัส ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) และหาค่าสถิติต่างๆโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ค่าสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรที่ทำการศึกษา ซึ่งตั้งระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % โดยสถิติที่นำมาใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Sample T - test

2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวน 1ตัวประกอบ (One – Way Analysis of Variance) และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้สูตรตามวิธีของ LSD (Least Significant Difference)

2.3 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ 2ตัวขึ้นไป การวิเคราะห์แบบ Multivariate Analysis ได้แก่ Multiple Regression Factor Analysis และ Discriminant Analysis

2.4 ทดสอบความน่าเชื่อถือโดยใช้การวิเคราะห์ Reliability

การทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพสมรส เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ทดสอบสมมติฐานโดยการใช้ t – test (ใช้ทดสอบสมมติฐานเฉพาะประชากรศาสตร์ด้านเพศ) ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) (ใช้ทดสอบ

สมมติฐานเฉพาะประชากรศาสตร์ด้านอายุ) ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient) (ใช้ทดสอบสมมติฐานเฉพาะประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้และระดับการศึกษา) ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) (ใช้ทดสอบสมมติฐานเฉพาะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพและสถานภาพ) ในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

ข้อที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ข้อที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ข้อที่ 4 ทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ข้อที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภครายใหม่ในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis)