

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณตามสูตรของ Yamane (อ้างถึงในสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550 : 155 - 156) ดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของตัวอย่างประชากร

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จาก
ตัวอย่างประชากร เท่าที่จะยอมรับได้ กำหนดเป็น .05

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ในปี 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 1,459,463 คน (ที่มา : สวนสัตว์เชียงใหม่, 2553)

สามารถแทนสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,459,463}{1+1,459,463 \times (0.05)^2} \\ &= 399.8904 \\ &\approx 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

และในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 และกำหนดความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 400 คน และมีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยกำหนดให้สวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นสถานที่แจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามซึ่งสร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิดทางทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) แบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous Question) และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อกรดตัดสินใจเข้ามาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ มีจำนวน 7 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับเหตุผลของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารก่อนการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมี 2 คำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เข้าใช้บริการในการสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Response Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับจำนวนผู้ร่วมเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 เป็นคำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ต่อคน ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Response Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านคุณภาพการบริการ รวมทั้งหมด 39 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มีการกำหนดค่าคะแนน แต่ละระดับดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
4	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
3	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
2	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การหาค่าคะแนนเฉลี่ยในการแปลผล ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาค่าความกว้างของ
ชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553 : 29)

$$\begin{aligned} \text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทาง
การตลาดดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด
4.21-5.00	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ ของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response
Question) แบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous Question) และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก
(Multiple choices question) มีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ในอนาคต
ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมี 2 คำตอบให้เลือก
(Dichotomous Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับวันที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่
ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก
(Multiple Choices Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวสวนสัตว์
เชียงใหม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมีหลาย
คำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal
Scale)



ข้อที่ 4 ในการท่องเที่ยวครั้งต่อไปจะให้ความสำคัญกับเรื่องใดมากที่สุด ลักษณะคำถามเป็นแบบ ปลายปิด (Close-ended Response Question) คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการมาเที่ยว สวนสัตว์เชียงใหม่ ลักษณะคำถาม เป็นคำถามปลายเปิด โดยจัดเป็นกลุ่มแล้วหาความถี่ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าถึงวิธีการเขียนแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภท เนื้อหา รูปแบบ การใช้คำพูดของแต่ละแบบสอบถามจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีหลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร ที่ศึกษาเพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คำถามอ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย ชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน
4. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค (α – Cronbach Coefficient) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.887 และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในการวิจัย
5. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งใหญ่ๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้
 - 1.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.2 ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

1.3 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้ผู้ตอบ แบบสอบถามเข้าใจในวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและข้อมูลจากเว็บไซต์ ตำรา ทฤษฎี สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3.5 การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การจัดการข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. ทำการประมวลผลข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทาง สังคมศาสตร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for Social Science) โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Level or Significance)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยว (ข้อ 1-2 และ 5-6) และส่วนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยว (ข้อ 3-4) ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านคุณภาพบริการ

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยว (ข้อ

3-4) ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านคุณภาพบริการ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1 สถิติค่า Pearson's Chi – Square ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงกลุ่ม 2 ตัวแปรใช้เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความต้องการ ทักษะ และ การรับรู้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการสวนสัตว์เชียงใหม่

2.2 สถิติค่า One-Sample T-Test ใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับ 1 กลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ทดสอบ สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านคุณภาพบริการ