

บทที่ 3

การดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling Method) ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550 :44)

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

เมื่อ	n	แทน	จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม
	Z	แทน	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ ร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)
	e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ซึ่งมีค่าสูงสุดเมื่อ $P = 0.50$ ต้องการระดับความมั่นใจร้อยละ 95 และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5

$$\begin{aligned}
 \text{โดย } P &= 0.50 \\
 Z &= \text{ณ ระดับความมั่นใจ ร้อยละ 95 ดังนั้น } Z = 1.96 \\
 e &= \text{ความคลาดเคลื่อนที่พอจะอนุโลมได้ ร้อยละ 5 ดังนั้น } e = 0.05 \\
 \text{แทนค่า } n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\
 &= 384.16
 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้มีจำนวนเท่ากับ 384.16 จึงปัดเศษเป็น 385 ตัวอย่าง และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ชุด รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

โดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันที่ยินดีให้ข้อมูล

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด คำถามมีทั้งหมด 6 ข้อ มีลักษณะคำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Questions) โดยให้เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านส่วน ประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบให้คะแนนน้ำหนัก โดยแบ่งระดับความพึงพอใจได้ 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น	5
พึงพอใจมาก	ให้คะแนนเป็น	4
พึงพอใจปานกลาง	ให้คะแนนเป็น	3
พึงพอใจน้อย	ให้คะแนนเป็น	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น	1

แสดงเกณฑ์เฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.51 – 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.51 – 4.50	พึงพอใจมาก
3.51 – 4.50	พึงพอใจปานกลาง
2.51 – 3.50	พึงพอใจน้อย
1.51 – 2.50	พึงพอใจน้อยที่สุด

3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของแบบสอบถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขและปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550:51) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักเท่ากับ 0.85 ซึ่งมากกว่า 0.70 เป็นค่าแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามชุดนี้ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบในการวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้ข้อมูลจากแหล่งที่มา 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในวัตถุประสงค์ อธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม จากนั้นรอเก็บแบบสอบถาม โดยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แบ่งเป็นวันละ 50 ชุด รวมจำนวน 8 วัน เฉพาะช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์เท่านั้น ตั้งแต่เวลา 08.00-16.00 น.

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารทางวิชาการ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลสรุปผลประกอบการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้ร้อยละ

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบแบบ t-test ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 2 ตัว และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) สำหรับทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มขึ้นไป และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least-Significant Different (LSD)