

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย

เชียงใหม่
เชียงใหม่ 50170

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการบริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มารับบริการเชียงใหม่ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเราไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ของ W.G.cochran โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05

$$n = \frac{Z^2(pq)}{e^2}$$

แทนค่า n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
e	=	ระดับความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05
Z	=	ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96
P	=	สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษาเท่ากับ 50% = 0.5
q	=	1-p

เพราะฉะนั้นได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{(0.0025)}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 4% หรือเท่ากับจำนวน 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3. วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามและทำการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด งานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ ได้แก่แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยมีรายละเอียดโครงสร้างของแบบสอบถามดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นการเก็บรวบรวมเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว ริสอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงดาวกู่ติว ริสอร์ท&สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ไว้ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	5
มาก	ให้คะแนน	4
ปานกลาง	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

การแปลความหมายของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงคะแนนการวิเคราะห์ไว้ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, ม.ป.ป.: ระบบออนไลน์)

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.51 – 5.00	มากที่สุด
4	3.51– 4.50	มาก
3	2.51– 3.50	ปานกลาง
2	1.51 – 2.50	น้อย
1	1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การทดสอบเครื่องมือ

1. ออกแบบสอบถามให้อาจารย์ผู้รู้ตรวก่อนนำไปทดสอบ
2. นำแบบสอบถามที่ได้ 20 ชุด ไปทดสอบกับพื้นที่ที่มีองค์ประกอบใกล้เคียงกันค่าที่คำนวณได้ เท่ากับ 0.893
3. ทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้สามารถแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการเชียงดาวภูติวิ รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากนักศึกษาทำการค้นคว้า วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยเชิงวารสารต่างๆ และเอกสารการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเป็นข้อมูลเพื่อใช้สนับสนุนการศึกษาให้มีความสมบูรณ์โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำราและบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้งข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เชียงดาวภูตวิว รีสอร์ท & สปา ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดย T-test, One-Way ANOVA และ Regression

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

เดือนสิงหาคม – ธันวาคม 2559