

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีมีวิธีการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ในปี 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 600,000 คน (กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555 : Online)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ในปี 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 600,000 คนระหว่างวันเสาร์และวันอาทิตย์ ในระหว่างเดือนมิถุนายน และธันวาคม โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1970 อ้างถึงใน ยุทธไกรวรรณ, 2550 : 157) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling Technique) จนครบจำนวนขนาดตัวอย่าง 400 คน

การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{600,000}{1 + 600,000(0.05)^2}$$

$$n = 399.73$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งออก 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดการให้ค่าคะแนน ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549 : 104 – 105)

- | | | |
|---------|---------|------------------------------|
| คะแนน 5 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| คะแนน 4 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นมาก |
| คะแนน 3 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| คะแนน 2 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นน้อย |
| คะแนน 1 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ ประกอบด้วย ด้านลักษณะของตราสินค้าด้านคุณสมบัติของตราสินค้าด้านคุณค่าตราสินค้าและด้านประโยชน์ของตราสินค้า เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดการให้ค่าคะแนน ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549 : 104 – 105)

คะแนน 5	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน 3	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจะดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ศึกษาเอกสารทฤษฎีหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แล้วนำมาประมวลเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัยและการสร้างเครื่องมือเพื่อให้ครบถ้วนครอบคลุมตามวัตถุประสงค์
- กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา
- สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง และให้คำแนะนำเพิ่มเติมปรับปรุงแก้ไขให้ตรงกับเนื้อหาตลอดจนภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม
- นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาภาษาที่ใช้
 - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวนา อังกนันทน์ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
 - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฉัฐประภา นุ่มเมือง อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
 - นางสาวนงนิตย์ เต็งมณีวรรณ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเพชรบุรี

5. นำแบบสอบถามไปหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) รายข้อ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชายทะเลชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาและภาษา นำไปหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.945

6.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.922

6.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.917

7. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมด ผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยให้คะแนนระดับการมีส่วนร่วม เป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2549 : 75)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ ประกอบด้วย ด้านลักษณะของตราสินค้าด้านคุณสมบัติของตราสินค้าด้าน

คุณค่าตราสินค้าและด้านประโยชน์ของตราสินค้าโดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยให้คะแนนระดับการมีส่วนร่วม เป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2549 : 75)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

4. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ โดยใช้การทดสอบค่าที ($t - test$) และระหว่างกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) กัลยา วาณิชย์บัญชา (2546 : 311 - 312) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า +1 ถึง -1 โดยมีเกณฑ์กว้างๆ ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า 0.81 - 1 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า 0.61 - 0.80 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับ

ค่อนข้างสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า 0.41 - 0.60 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า 0.21 - 0.40 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับ

ค่อนข้างต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าต่ำกว่า 0.20 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า = 0 ถือว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

6. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ข้อเสนอแนะแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี