

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา เพื่อวัดการรับรู้ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อวัดการรับรู้ภาพลักษณ์ของตลาดน้ำสี่ภาค โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา จำนวน 140 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามภาษาอังกฤษ โดยประกอบด้วย 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อาชีพ ประเทศ จุดประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ตอนที่ 3 ภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาค ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสินค้าและบริการ ด้านสถานที่

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ให้ผู้ตอบกรอกได้รับการทดสอบก่อนลงสนามจริง (Pretest) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทดสอบกับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวน 30 ชุด เมื่อได้มาแล้ว จึงนำมาตรวจสอบ ทบทวนและแก้ไขก่อนนำไปใช้งานจริง

การหาค่าความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้นำไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวเมือง พัทยาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และได้หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ คอนบราทอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้สูตรดังนี้

$$R\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

เมื่อ $r\alpha$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k คือ จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum Si^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ

St^2 คือ ความแปรปรวนของแบบสอบถามทุกข้อ

นำแบบสอบถามที่ได้นำไปทดสอบใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหา ค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของ (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งได้ค่าอัลฟา เท่ากับ .8188

วิธีการเก็บรวบรวม

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 140 ชุด โดยใช้ระยะเวลา 30 วัน ผู้ศึกษาได้ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ ใช้เก็บข้อมูล ก่อนออกเก็บข้อมูลจริง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารตำรา ทางวิชาการ บทความ เว็บไซต์ของหน่วยงานและองค์กร วารสารและงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว และ การศึกษานี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้วจะนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดและมาลงรหัสและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) และการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ด้วยความถี่ และค่าร้อยละ

1.3 เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อบัณฑิตต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ท่องเที่ยว วิเคราะห์ด้วยความถี่ และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน

2.1 ใช้สถิติการคำนวณค่า t-Test เพื่อดูความแตกต่างระหว่างเพศ กับปัจจัยด้านต่าง ๆ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เท่ากับ 0.05

2.2 ใช้สถิติการคำนวณค่า F- test เพื่อดูความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศอาชีพ จุดประสงค์ ประเทศ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เท่ากับ 0.05

ผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับตลาดน้ำสีภาค มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากกว่า 12 ครั้งต่อปี	ให้คะแนน	5	คะแนน
9-12 ครั้งต่อปี	ให้คะแนน	4	คะแนน
5-8 ครั้งต่อปี	ให้คะแนน	3	คะแนน
1-4 ครั้งต่อปี	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	ให้คะแนน	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนระดับ	1.00 -1.49	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อระดับกลาง

คะแนนระดับ	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อระดับสูง
คะแนนระดับ	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีการเปิดรับสื่อระดับสูงมาก

2. ภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีเกณฑ์การให้คะแนนแยก

ลักษณะข้อความที่ใช้วัดภาพลักษณ์

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนน	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (วิเชียร เกตุสิงค์, 2541,

หน้า 192) ดังนี้

คะแนนระดับ	1.00 - 1.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์	ในระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50 - 2.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์	ในระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50 - 3.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์	ในระดับปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50 - 4.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์	ในระดับมาก
คะแนนระดับ	4.50 - 5.00	หมายถึง	ภาพลักษณ์	ในระดับมากที่สุด