

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ มีรายละเอียดของขั้นตอนการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมตลาดบริการ (Marketing Mix) หรือ 7 P's ของสวนสัตว์เชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,398,613 คนต่อปี (รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2552 สวนสัตว์เชียงใหม่, 2552)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิงโดยการใช้ตารางของ Taro Yamane ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ราย (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548: 49) และทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ โควตา (Quota Sampling) ซึ่งจะแบ่งเป็น 4 กลุ่มช่วงอายุ คืออายุ 14 ปีขึ้นไปถึง 18 ปี อายุ 18 ปีขึ้นไปถึง 25 ปี อายุ 25 ปีขึ้นไปถึง 35 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป (ไทยเล็ปออนไลน์, 2553: ออนไลน์) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) สวนสัตว์เชียงใหม่ให้ความร่วมมือโดยส่งเจ้าหน้าที่สวนสัตว์มาช่วยเก็บแบบสอบถาม ทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม 2554 ถึงวันที่ 10 เมษายน 2554 วันจันทร์-วันอาทิตย์ โดยเก็บช่วงเวลา 10.00 น. ถึงเวลา 16.00 น. และมีการตรวจสอบแบบสอบถามทุกวัน

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร รายงานและบทความที่เกี่ยวข้อง แหล่งข่าวข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารธุรกิจต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self Administrated Questionnaire) โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ โดยผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนออื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่

### การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริง เป็นจำนวน 15 ชุด โดยเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาด เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลของข้อมูล เช่น การนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) t-test เพื่อหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ระดับความคาดหวังกับการรับรู้จริงเมื่อใช้บริการ เป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ หรือเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (วิมล อารยะรัตน์, 2546: 26)

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

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้

มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

และการใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยว

### การแปลผล

เกณฑ์การแปลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์ เชียงใหม่โดยใช้หลักเกณฑ์ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้จริง	พึงพอใจมาก
ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังเท่ากับการรับรู้จริง	พึงพอใจ
ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังมากกว่าการรับรู้จริง	ไม่พึงพอใจ

### สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล คือคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูล จะดำเนินการที่สวนสัตว์เชียงใหม่ เลขที่ 100 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี คือ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2553 ถึงเดือนกรกฎาคม 2554 และทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 20 มีนาคม 2554 ถึง 10 เมษายน 2554

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved