

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างการจัดการของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัด เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้จะทำการศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

3.1.1 ศึกษาถึงโครงสร้างการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ของบ้านแม่กำปองและบ้านแม่กลางหลวง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ใหญ่บ้านรวมถึงสมาชิกในหมู่บ้านแม่กำปองและหมู่บ้านแม่กลางหลวง

3.1.2 ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของบ้านแม่กำปองและโฮมสเตย์บ้านแม่กลางหลวง โดยกำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง
- 2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์บ้านแม่กลางหลวง

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

เป็นการรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าของบ้านพัก รวมถึงสมาชิกในหมู่บ้านแม่กำปองและหมู่บ้านแม่กลางหลวง พร้อมทั้งออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่พักโฮมสเตย์บ้านแม่กำปองและโฮมสเตย์บ้านแม่กลางหลวง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม

##### 3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโครงสร้างและการดำเนินงานของธุรกิจโฮมสเตย์หมู่บ้านแม่กำปองและหมู่บ้านแม่กลางหลวง โดยรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

### 3.3 วิธีการและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรก ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโครงสร้างการจัดการของธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การจัดการชุมชน การจัดการสินค้า การจัดการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ การจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดการด้านการเงิน โดยการสัมภาษณ์ผู้ใหญ่วัยบ้านรวมถึงสมาชิกหมู่บ้านแม่กำปองและแม่กลางหลวง ในส่วนนี้จะเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 2 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโฮมสเตย์ โดยทำการเก็บแบบสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์บ้านแม่กำปองและบ้านแม่กลางหลวง ผู้ศึกษาได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ผู้ตัดสินใจในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ภูมิภาค เวลาในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และลักษณะการท่องเที่ยวในครั้งนี้ โดยข้อมูลส่วนนี้มีลักษณะเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายค่าความถี่ (Frequency) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านแม่กำปองและบ้านแม่กลางหลวง โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยว โดยใช้คำถามที่สร้างขึ้นแบบมาตราส่วนตามแบบของลิเคิท (Likert Scale) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนตามน้ำหนักของความพึงพอใจที่มีต่อโฮมสเตย์ทั้ง 2 แห่ง ความพึงพอใจแต่ละด้านแบ่งออกเป็น ส่วนย่อยได้ดังต่อไปนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สถานที่พักแรมและอาหาร โดยแบ่งย่อยออกเป็น ความสะอาดของสถานที่พักแรม ขนาดของสถานที่พักแรม ความพอเพียงของอุปกรณ์เครื่องนอน สิ่งอำนวยความสะดวก รสชาติอาหาร และความสะอาดของอาหาร

- ด้านราคา ประกอบด้วย ค่าเข้าชมกิจกรรม ค่าที่พักแรม ค่าอาหาร และค่ามัคคุเทศก์ท้องถิ่น (นำเที่ยว)

- ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย แผ่นพับ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การติดต่อทางโทรศัพท์ การติดต่อทางอินเทอร์เน็ต และความสะดวกในการเดินทาง

- ด้านการให้บริการ ประกอบด้วย เจ้าของบ้านพักและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (นำเที่ยว) โดยแบ่งย่อยออกเป็น การให้บริการ บุคลิกภาพ ทัศนคติ และมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ และมารยาทของเจ้าของบ้านและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

- ด้านภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และสภาพภูมิอากาศ

การวัดระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านนั้น จะใช้วิธีการวัดตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านแม่กำปองและบ้านแม่กลางหลวง จะนำเสนอผลการศึกษารูปของตารางค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยแบ่งเป็นช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
2.51 – 3.00	มาก
1.51 – 2.50	ปานกลาง
1.00 – 1.50	น้อย

นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโฮมสเตย์ทั้ง 2 แห่ง จะศึกษาถึงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t – test ในการทดสอบ