

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ใช้งานการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมา (2549) ที่ทำการศึกษาดังพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ ดวงกมล เจริญกุลศด (2553) ที่ทำการศึกษาดังที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ซึ่งกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยที่มี ผลต่อการท่องเที่ยว โดยวิจัยแบ่งออกเป็น วิจัยด้านค่าใช้จ่ายและงบประมาณ วิจัยด้านสิ่งดึงดูด ใจจากสถานที่ท่องเที่ยว วิจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้จึงกำหนดและประยุกต์ กรอบของวิจัย ตลอดจนการศึกษาความพึงพอใจจากงานการศึกษาของ นัฐพงศ์ คุมา (2549) และ ดวงกมล เจริญกุลศด (2553) จากกรอบแนวคิดที่แสดงข้างต้น สามารถอธิบายรายละเอียดของ น้ำพุร้อนสันกำแพงได้ดังนี้คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสวยงามของ น้ำพุร้อนสันกำแพง ซึ่งพุ่งขึ้นมาจากใต้ดินสูงขึ้นไปถึงกว่า 15 เมตร มีบ่อน้ำแร่จากธรรมชาติขนาดใหญ่ไว้บริการให้นักท่องเที่ยวได้นั่งแช่เท้าหรือถ้าจะอาบหรือแช่ทั้งตัว ก็มีบริการแยกเป็นห้องอาบ ให้ รวมทั้งความหลากหลายของธรรมชาติแวดล้อมที่สวยงามและร่มรื่น เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวมา เที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง

2. วิจัยด้านราคา ประกอบด้วย ค่าเข้าชม น้ำพุร้อนสันกำแพงมีราคาถูก เพียง 20 บาทต่อคน อีกทั้งค่าใช้จ่ายของที่พักรและบริการอื่นๆยังมีราคาเหมาะสม เช่น ค่าอาบน้ำแร่มีราคา 50 บาทต่อคน ค่านวดแผนไทยมีราคา 140 บาทต่อชั่วโมง บ้านพักมีราคา 1,000 – 1,200 บาทต่อวัน รวมถึง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปน้ำพุร้อนสันกำแพงก็มีราคาถูกเพราะอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ไม่มาก และมีรถประจำทางเข้าออกเสมอ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกระดับการใช้จ่ายที่สอดคล้องเหมาะสม กับงบประมาณและรายได้ที่มีอยู่ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางมา เที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง

3. ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนสันกำแพง ประกอบไปด้วย บริการอาบและว่ายน้ำแร่ บริการที่พักท่ามกลางธรรมชาติ มีความพร้อมในด้านการ คมนาคม ด้านระบบสื่อสารและโทรคมนาคม โดยทางน้ำพุร้อนสันกำแพงมีสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น มีห้องน้ำสะอาดบริการ อีกทั้งยังมีอาหารคอก คุแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะสร้างความอุ่นใจในชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ น้ำพุร้อนสันกำแพงยังมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง และมีรถ ประจำทางเข้าออกทุกชั่วโมง(กรณีไม่ได้ขับรถยนต์ส่วนตัวมา)

4. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนสันกำแพงและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ทั้งสื่อออนไลน์ ซึ่งทางจังหวัดได้จัดทำเว็บไซต์สำหรับให้ข้อมูลการท่องเที่ยว

5. ปัจจัยด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง ทั้งการให้บริการของพนักงาน เช่น อธิยาศัย ความรวดเร็ว ความสุภาพ และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของพนักงาน เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง หากนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ย่อมกลับมาเที่ยวซ้ำอีกและมีการพูดปากต่อปากเกี่ยวกับประสบการณ์ประทับใจที่ได้มาท่องเที่ยว โดยมีการชักชวนเพื่อนหรือญาติ ย่อมมีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพงในปี พ.ศ.2553 ซึ่งจากการสอบถามจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของน้ำพุร้อนสันกำแพง พบว่าในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพงประมาณ 200,000 คนต่อปี โดยร้อยละ 90 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือเป็นจำนวนประมาณ 180,000 คนต่อปี ดังนั้นประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 180,000 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้กำหนดจำนวนตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง ปี พ.ศ.2553

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05

สามารถคำนวณหาจำนวนตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{180,000}{1 + 180,000(0.05^2)}$$

$$n = 399.11$$

ในที่นี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจาก นักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน และนักท่องเที่ยวต่างจังหวัด 200 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยว น้ำพุร้อนสันกำแพง

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จะทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่และชาวต่างจังหวัด ปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากบทความทางวิชาการ การค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสารสนเทศออนไลน์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับน้ำพุร้อนสันกำแพง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ ความถี่ในการมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง พาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง การกลับมาเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพงในอนาคต
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวน้ำพุร้อนสันกำแพง ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ตามแนวทางการตัดสินใจ 5 ระดับของไลเคิร์ต (Likert Scale)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวหน้าพู่ร้อนสันกำแพงของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นๆ ในที่นี้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีผลต่อการมาเที่ยวหน้าพู่ร้อนสันกำแพงในระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับของอิทธิพล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของระดับคะแนน ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มีอิทธิพลในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	มีอิทธิพลในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	มีอิทธิพลในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	มีอิทธิพลในระดับน้อยที่สุด

นอกจากนั้นยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ โดยใช้สถิติ One – Way ANOVA

การศึกษายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวหน้าพู่ร้อนสันกำแพง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ และร้อยละ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหน้าพู่ร้อนสันกำแพง ซึ่งลักษณะคำถามเป็นการถามความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของการตัดสินใจ 5 ระดับ ตามแนวทางของ ไลเคอร์ท (Likert Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของระดับคะแนน ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มีความพอใจในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มีความพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	มีความพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	มีความพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	มีความพอใจในระดับน้อยที่สุด