

บทที่ 3



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา
นักท่องเที่ยวชาวจีน มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษา
พฤติกรรมมาราท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้ 2Ws 1H จากการศึกษา
บทความและวรรณกรรมและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As และปัจจัยทางการตลาด 8Ps ซึ่ง
เก็บรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวจีนด้วยการเก็บแบบสอบถามแบบบังเอิญ
(Accidental Sampling) เพื่อตอบแบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
เท่านั้น จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ.2559 พบว่า ในแต่ละเดือน
มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาในประเทศไทยดังนี้ เดือน มกราคม จำนวน 814,593 คน เดือน
กุมภาพันธ์ จำนวน 958,204 คน เดือนมีนาคม จำนวน 856,676 คน เดือนเมษายน จำนวน 816,028 คน

เดือนพฤษภาคม จำนวน 738,570 คน เดือนมิถุนายน จำนวน 715,413 คน เดือนกรกฎาคม จำนวน 865,355 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) แต่ทั้งนี้ไม่มีสถิติที่ระบุจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างชัดเจนผู้วิจัยจึงได้คำนวณกลุ่มตัวอย่างในหัวข้อต่อไป

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Infinite Population) จึงใช้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ คอชเรน (Cochran, 1977 : 76) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95% โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% สัดส่วนของประชากรที่จะทำการสุ่ม 0.5 คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้สูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{d^2}$$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม โดยกำหนด 50% (0.5)

Z = ความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96 (ผิดพลาด 5%)

d = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

$$\text{แทนสูตร } n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

ฉะนั้นได้กลุ่มตัวอย่าง = 384

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้เท่ากับ 384 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดงานวิจัยชิ้นนี้จะเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล แหล่งข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิประกอบกัน โดยรวบรวมจาก 2 แหล่ง คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้นำแบบสอบถาม ที่ปรับมาจากแบบสอบถามของ กฤษกร บัณฑิตจักร (2552) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเข้าชมส่วนจัดแสดงแพนด้าในประเทศไทย ณ สวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และกฤษณะ เชาสุรักษ์ชน (2552) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างชาติที่มีต่อวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานครและศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรรยา (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตำหนักสายสุทธานภดล ในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และแสงเดือน รตินทร (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและน้ำฝน จันทร์นวล (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนและศศิธร เจदानนท์ (2558) ศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาปรับใช้ในด้านข้อมูลพื้นฐาน ด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวและด้านข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด แจกไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่(2Ws1H) ได้แก่ ทำไมนักท่องเที่ยวจึงเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ จากแหล่งใดบ้าง นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ด้วยวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด ช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวจีนมีความชอบหรือความประทับใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแบบสอบถามให้เลือกคำตอบแบบหลายคำตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As ซึ่งประกอบไปด้วย
 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
 ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activities)

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

1. สภาพความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
2. ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ความสะดวกในการเดินทาง (Access)

1. ความหลากหลายของการคมนาคม
2. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย
3. ความปลอดภัยในการเดินทาง
4. ด้านการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว มีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์

บอกทางชัดเจน

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

1. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย
2. สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน
3. ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด /

คุณภาพอาหาร

4. การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์ การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ
5. การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด / สวยงาม,การตกแต่งด้าน ภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ,การดูแลความปลอดภัย, การให้ข้อมูล-ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)

ที่พัก (Accommodation)

1. ความหลากหลายของที่พัก
2. ความสะอาดของที่พัก
3. ที่พักมีราคาที่เหมาะสม
4. สามารถเข้าถึงที่พักได้ง่าย
5. มีการแจ้งถึงข้อมูลข่าวสารที่พักหลากหลายช่องทาง

กิจกรรม (Activities)

1. กิจกรรมการท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์และมีจุดเด่นเฉพาะตัว
2. ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด

เชียงใหม่

3. มีการร่วมมือของรัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ประกอบไปด้วย 1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Elements) ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ (Price and Other User Cost) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไซเบอร์สเปซ และเวลา (Place, Cyberspace and Time) ด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้การศึกษาลูกค้า (Promotion and Education) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality) และด้านหลักฐานที่เป็นกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Elements)

1. มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว
2. มีสถานที่ท่องเที่ยวมากเพียงพอต่อความต้องการ
3. คุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวได้มาตรฐาน
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีการออกแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ ที่โดดเด่น
5. ความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยว
6. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ (Price and Other User Cost)

1. ราคาและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ

จังหวัดอื่น

2. การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม
3. ความเหมาะสมของราคาที่พัก
4. ความเหมาะสมของราคาค่าเข้าชมสถานที่
5. ร้านขายของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไซเบอร์สเปซและเวลา (Place, Cyberspace and Time)

1. มีช่องทางสอบถามรายละเอียดแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างสะดวก
2. สามารถสั่งซื้อรายการนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ได้ตลอดเวลา
3. มีความหลากหลายของสารสนเทศในการสืบค้าข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัด

เชียงใหม่

4. มีข้อมูลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ หลากหลายภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

5. การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ทำได้ง่าย

6. ความสะดวกในการเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังสถานที่หนึ่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า (Promotion and Education)

1. มีการประชาสัมพันธ์/โปรโมทการท่องเที่ยวในสื่ออินเทอร์เน็ต

2. มีการประชาสัมพันธ์/โปรโมทการท่องเที่ยวในหนังสือนิตยสารท่องเที่ยว/หนังสือ

ธุรกิจออนไลน์

3. มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวจากทางรัฐบาล

4. มีการประชาสัมพันธ์/โปรโมทการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว

ด้านบุคลากร (People)

1. แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่มี เจ้าหน้าที่คอยแนะนำตลอด

2. แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่สามารถสนทนาได้หลายภาษา

มีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สามารถสนทนาภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ได้หลายภาษา

3. เจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีการบริการด้วยใจ

4. เจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอริยาศัยไมตรีดี

5. เจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวบุคลิกภาพดี

ด้านกระบวนการ (Process)

1. มีกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดี

2. มีกระบวนการที่ดีในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

3. มีการแจ้งข่าวสารข้อมูล ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวที่ดี

ด้านผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality)

1. ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

2. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปตามที่ได้รับข้อมูลมา

3. สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณภาพ

ด้านหลักฐานที่เป็นกายภาพ (Physical Evidence)

1. สถานที่ท่องเที่ยวมีหลักฐานที่เป็นกายภาพชัดเจน

2. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวตามที่ได้รับทราบผ่านข้อมูลข่าวสาร

3. ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ต่างๆมีการจดทะเบียนแสดงให้เห็น

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของคำถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิจัยเสนอแนะ

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด เพื่อนำผลมาตรวจสอบและทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5As และปัจจัยด้านการตลาด 8Ps

4.1 ผลวิเคราะห์ด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As พบว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 นับว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแต่ละด้าน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ผลวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามในแต่ละด้านขององค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 As มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง จึงนับได้ว่าแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

4.2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps พบว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 นับว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแต่ละด้าน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ผลวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาดมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง จึงนับได้ว่าแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

5. นำแบบสอบถามฉบับที่มีค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไปจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยเลือกเก็บข้อมูลในช่วงฤดูท่องเที่ยว (High Season) ของจังหวัดเชียงใหม่ คือช่วงระหว่าง เดือน ตุลาคม ถึงเดือน ธันวาคม โดยใช้แบบสอบถามที่เก็บเป็นแบบภาษาจีน ผู้วิจัยมีเจตจำนงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผ่านทางช่องทางดังกล่าว

หลังจากนำผลมาตรวจสอบและทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As และปัจจัยด้านการตลาด 8Ps

1.1 ผลวิเคราะห์ด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 นับว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแต่ละด้าน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ผลวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามในแต่ละด้านขององค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 As มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง จึงนับได้ว่าแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

1.2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาด 8Ps พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 นับว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแต่ละด้าน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ผลวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาดมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง จึงนับได้ว่าแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ แล้วนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์สถิติสำเร็จรูป โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาราท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้ 2Ws1H ได้แก่ 1) What 2) Why และ 3) How วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 As ซึ่งประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) ที่พัก (Accommodation) และ 5) กิจกรรม (Activities) ศึกษาจากการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของ

การประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 : 77) และมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

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

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผล ซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยมาก

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว 8Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Elements) ด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ (Price and Other User Cost) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไซเบอร์สเปซและเวลา (Place, Cyberspace and Time) ด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า (Promotion and Education) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality) และด้านหลักฐานที่เป็นกายภาพ (Physical Evidence) ศึกษาจากการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 : 77) และมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

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

โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผล ซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากการศึกษาวิจัยดำเนินการวิจัยทำให้ทราบถึงขั้นตอนในการวิจัยที่จะกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ได้เพื่อที่จะสามารถนำผลการเก็บรวบรวมทั้งหมดมาสรุปผลการวิจัย

