

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณมีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวและสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเชิงปริมาณของการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.1 จำนวนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง*	กลุ่มตัวอย่าง**
ชาวไทย	91,548,294	400	510
ต่างชาติ	15,841,683	400	400
รวม	107,389,977	800	910

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว, 2554

หมายเหตุ * ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มของ Taro yamane (1973, P 1088) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

** จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในภูมิภาคต่างๆ ดังนี้ ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (จังหวัดอุดรธานี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (จังหวัดอุบลราชธานี) ภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร) ภาคตะวันตก (ประจวบคีรีขันธ์: หัวหิน) และภาคใต้ (ภูเก็ต)

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ตารางที่ 3.2 จำนวนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง*	กลุ่มตัวอย่าง**
โรงแรมและภัตตาคาร ^a	253,383	327	
ร้านอาหาร/บริษัทนำเที่ยว/ ธุรกิจสปา ^b	56,953	73	
รวม	310,336	400	411

ที่มา : a) สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551

b) <http://tourism.go.th/2010/th/statistic/index.php>

หมายเหตุ * ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มของ Taro yamane (1973, P 1088) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

** จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Sampling) โดยสุ่มจากผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการธุรกิจท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ เช่นบริษัททัวร์/นำเที่ยว โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน และบริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถเป็นต้น ตามภูมิภาคต่างๆ ดังนี้ ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (จังหวัดอุดรธานี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (จังหวัดอุบลราชธานี) ภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร) ภาคตะวันตก (ประจวบคีรีขันธ์: หัวหิน) และภาคใต้ (ภูเก็ต)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแจกแบบสอบถาม ตามสถานที่สำคัญๆ ต่าง เช่น สนามบิน แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก เป็นต้น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ โดยการจัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว และกำหนดระยะเวลาขอแบบสอบถามคืน และเมื่อได้รับแบบสอบถามทั้งจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาบันทึกลงรหัส เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

3. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

งานวิจัยฉบับนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเก็บข้อมูลในสองกลุ่มคือ กลุ่มนักท่องเที่ยว (ชาวไทยและชาวต่างประเทศ) และกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว ดังนี้

1. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) และแบบปลายเปิด (The open form) โดยมีโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

- | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| ตอนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไป |
| ตอนที่ 2 | พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว |
| ตอนที่ 3 | ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว |
| ตอนที่ 4 | ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว |
| ตอนที่ 5 | ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว |

2. แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) และแบบปลายเปิด (The open form) โดยมีโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

- | | |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|
| ตอนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไป |
| ตอนที่ 2 | พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) |
| ตอนที่ 3 | ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว |
| ตอนที่ 4 | ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว |

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนกลุ่มละ 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า

แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ฉบับผู้ประกอบการ ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .973 และ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .970 และด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .959

แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ฉบับนักท่องเที่ยวชาวไทย ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .929 และ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .891

แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ฉบับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .933 และ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .883

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova - F-test) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม (t-test)

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 20 ราย ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือช่วยในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัยสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structured interview) เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว/การทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)