

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

1.1 **ขอบเขตเนื้อหา**ในการศึกษารั้วนี้ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการออกแบบเว็บไซต์เชิงโต้ตอบเพื่อสร้างความเป็นมิตรกับผู้ใช้และศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลการท่องเที่ยงที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการออกแบบเว็บไซต์เชิงโต้ตอบเพื่อสร้างความเป็นมิตรกับผู้ใช้ โดยแบ่งเนื้อหาที่ทำการศึกษาออกเป็นเนื้อหาด้าน ภาพลักษณ์ที่เหมาะสมต่อเว็บไซต์การท่องเที่ยงเชิงใหม่ (Interface Design) และการออกแบบระบบการใช้งาน ระบบนำทาง โครงสร้างลำดับขั้นการเชื่อมโยงข้อมูลที่เหมาะสมต่อการใช้งานของกลุ่มนักท่องเที่ยว (Information Architecture)

ขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านข้อมูลการท่องเที่ยง ที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งเนื้อหาที่ทำการศึกษาออกเป็น 2 รูปแบบ คือ เนื้อหาในด้านปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญที่สร้างความน่าเชื่อถือ และเนื้อหาในด้านปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยแบ่งประเภทการท่องเที่ยวออกเป็น 10 ประเภท ได้แก่ ท่องเที่ยวทั่วไป, ซื้อสินค้าและของที่ระลึก, กิจกรรมเชิงผจญภัย, กิจกรรมทางน้ำ, ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, กิจกรรมเชิงสุขภาพ, กิจกรรมด้านกีฬา, กิจกรรมนันทนาการ, กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม, อื่นๆ (ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปฏิบัติธรรม) โดยแต่ละประเภทจะดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อเป็นแหล่งเนื้อหาในการออกแบบเว็บไซต์ ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมและให้ความสนใจ ประกอบไปด้วย อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ดอยปุย, สวนสัตว์เชียงใหม่, ดอยอ่างขาง, อุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง, อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์, ปางช้าง แม่สา, ถ้ำเชียงดาว, อุทยานแห่งชาติออบหลวง, ดอยผาหลวง ผ้ำห่มปก, บ่อสร้าง-สันกำแพง, หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาเหมืองกุง, ไนท์บาซาร์, ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ เป็นต้น³³

33

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ [ระบบออนไลน์], เข้าถึงจาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

(15 พฤศจิกายน 2551).

1.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยประมาณจำนวน 300 รายโดยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ ในกรณีที่ไม่มีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Indefinite Population) โดยกำหนดค่าความผิดพลาดได้ +10 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 90 โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling)

$$\text{จากสูตรการคำนวณ}$$

$$n = \left| \frac{Z \times s}{E} \right|^2 = \left| \frac{1.96 \times 90}{10} \right|^2 = 311.1696 \text{ คน}$$

n = ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ต้องการ

s = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

E = การวิจัยที่ผิดพลาดที่ยอมรับได้

1.3 กลุ่มเป้าหมายในการทดสอบ

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะดำเนินการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารบริษัท, กลุ่มพนักงานออฟฟิศ ที่มีช่วงอายุ 20 – 40 ปี, กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน โดยพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้นคว้าต้องเป็นบุคคลที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว และใช้วิธีการหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลัก โดยมีภูมิลำเนาทั้งที่อยู่ต่างท้องถิ่นที่ไม่ใช่จังหวัดเชียงใหม่และผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 300 ราย แบ่งออกเป็น

ผู้บริหาร บริษัท จำนวน 10% จากจำนวนทั้งหมด

กลุ่มพนักงานออฟฟิศ ที่มีช่วงอายุ 20 – 40 ปี จำนวน 45% จากจำนวนทั้งหมด

กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 45% จากจำนวนทั้งหมด

เหตุผลที่เลือกกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวในการทดสอบ

จากข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและนิยมเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่แบ่งตามอาชีพปี 2549 พบว่า อันดับ 1. กลุ่มพนักงานบริษัท มีมากถึง 23.99 % อันดับ 2. กลุ่มนักเรียน นักศึกษา จำนวน 22.47 % อันดับ 3. กลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 20.62 % ดังนั้นการสอบถามข้อมูลไปยังกลุ่มบุคคลเหล่านี้ทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงในการพัฒนาและสร้างความน่าเชื่อถือมากที่สุด

2. วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องการออกแบบเว็บไซต์เชิงโต้ตอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้ด้วยตนเอง มีขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นและสร้างแบบสอบถาม
2. เรียบเรียงและวิเคราะห์ข้อมูล
3. ดำเนินการออกแบบ
4. ทดสอบแบบจำลอง
5. วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

2.1 สํารวจรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ** ใช้การทำแบบสอบถามผ่านทางอีเมลล์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างท้องถิ่น โดยการคัดกรองเฉพาะบุคคลที่มีพฤติกรรมที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว และนิยมใช้วิธีการหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลัก เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบระบบ ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลก่อนการออกแบบ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการด้านการออกแบบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หรือเลือกใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สอบถามโดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการสร้างสื่อเชิงโต้ตอบในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นมิตรต่อผู้ใช้

2) **ข้อมูลทฤษฎี** โดยแบ่งรูปแบบการศึกษาออกเป็น 7 ประเด็น ประกอบด้วย การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือ (E-commerce) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing) ศึกษาแนวคิดเรื่องการจัดการรูปแบบการให้บริการบนอินเทอร์เน็ตของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบให้เป็นมิตรต่อผู้ใช้ ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับออกแบบระบบข้อมูล (Information Design) และศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์ให้ติดอันดับ ใน Search Engine (SEO หรือ Search Engine Optimization) โดยค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว, คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, คัมภีร์ Web Design, Be Graphic คู่มือทางกราฟิกดีไซน์เนอร์ เป็นต้น และศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่งานวิจัยเรื่องการออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศแบบจำลองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับผู้บริโภค กรณีศึกษา : ร้านชวนหลงเซรามิก, งานวิจัยเรื่องความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เป็นต้น

2.2 เรียบเรียงและวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทฤษฎีมาจัดหมวดหมู่และทำการวิเคราะห์ เพื่อหาข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้ในการออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบโดยแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบระบบการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงใหม่ด้วยตนเอง

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ตัวอย่างการดำเนินการสร้างเว็บไซต์เชิงโต้ตอบ (Interactive Design) ในกลุ่มธุรกิจเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จในการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้กรณีศึกษาผ่านเว็บไซต์ amazon.com

2.3 ดำเนินการออกแบบ

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนต่อไปเป็นการออกแบบโดยนำข้อมูลมาสร้างให้เกิดเป็นภาพและระบบอินเทอร์แอกทีฟ โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.3.1 การออกแบบโครงร่างหน้าสื่อเชิงโต้ตอบและระบบการใช้งานที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้

- 1) ออกแบบแผนผังการสื่อสารภายใน (Site Map)
- 2) ออกแบบระบบนำทาง (Navigation System)
- 3) ออกแบบระบบการใช้งาน (Designing Functionality)
- 4) ออกแบบโครงร่างหน้าตา (Wire Frame)
- 5) ออกแบบหน้าจอ (Visual Element) แสดงข้อมูลภาพและส่วนประยุคต์ใช้งาน

2.3.2 ดำเนินการเชื่อมโยงระบบ Navigation Tool ในแต่ละหน้าเว็บเพจเข้าด้วยกัน

2.3.2 ดำเนินการ Upload สื่อ interactive ขึ้นเว็บไซต์เพื่อทดสอบระบบ

2.4 ทดสอบแบบจำลอง ใช้วิธีการทดสอบ 2 วิธี คือ

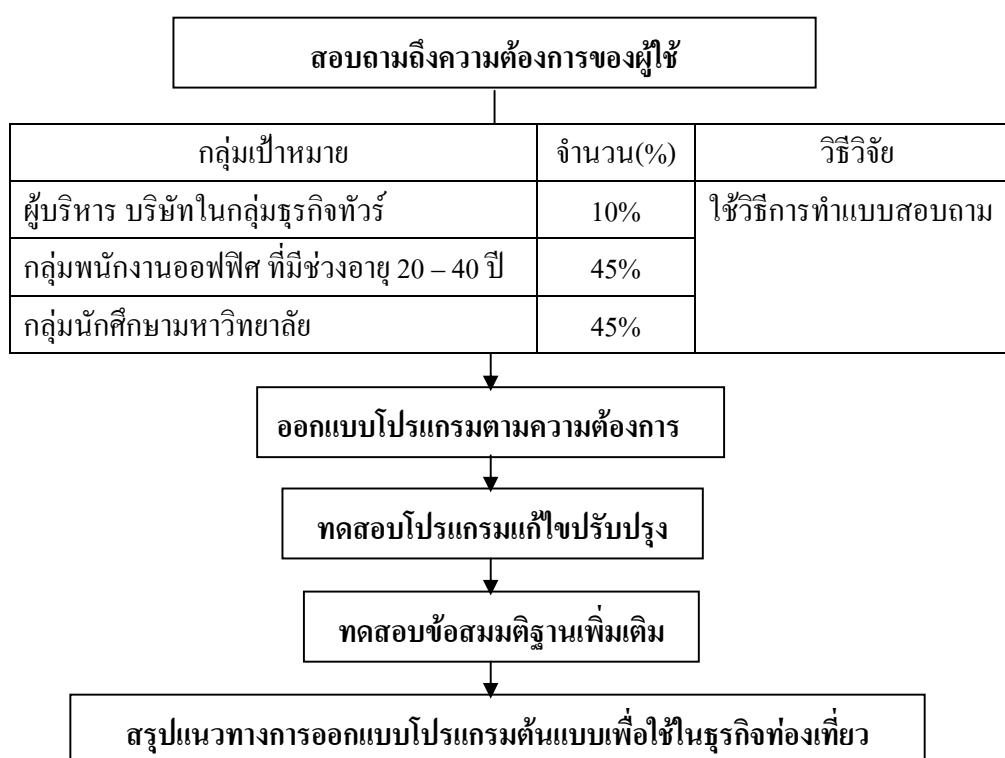
- ใช้การสัมภาษณ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อทราบข้อมูลเชิงลึก ทิศนคติและความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบเว็บไซต์ในภาพรวม
- โดยการสุ่มการทำแบบสอบถามผ่านทางอีเมลไปยังกลุ่มเป้าหมายเดิมที่ได้ทำการทดสอบในขั้นตอนก่อนการออกแบบ

2.4.1 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลการทำวิจัยก่อนการออกแบบและการทำวิจัยเพื่อทดสอบแบบจำลอง ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการหาข้อมูลในจังหวัดเชียงใหม่โดยสอบถามไปยังสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเชียงใหม่และบริษัทหรือหน่วยงานภาครัฐบาลที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และในการเก็บข้อมูลที่จังหวัดกรุงเทพฯสอบถามไปยังบริษัทเอกชน ประกอบด้วย บริษัท Advance Agro co.,Ltd., บริษัท Siam Cement Groups co.,Ltd, บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นต้น และสถานศึกษามหาวิทยาลัยประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

2. การเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จะดำเนินการเก็บข้อมูลในจังหวัด เชียงใหม่ โดยใช้การสัมภาษณ์เพื่อทราบถึงความต้องการในการออกแบบเว็บไซต์และเนื้อหาข้อมูล โดยใช้การสอบถามไปยังกลุ่มผู้บริหารบริษัทหรือกลุ่มผู้ใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเชียงใหม่

2.4.2 สรุปภาพรวมขั้นตอนการวิจัย



โดยแบ่งรูปแบบขั้นตอนการทำวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ขั้นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้ จะใช้การทำแบบสอบถามผ่านทางอีเมลล์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างท้องถิ่นเพื่อรวบรวมข้อมูลความต้องการและพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อการออกแบบระบบ

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นของการทดสอบโปรแกรม จะเป็นการเก็บข้อมูลด้านการออกแบบว่ามีความเหมาะสมต่อการใช้งานของระบบและตรงกับรูปแบบที่ผู้ใช้ต้องการหรือไม่ ในขั้นตอนนี้จะใช้วิธีการให้กลุ่มเป้าหมายทดลองใช้โปรแกรมก่อน แล้วจึงทำการสัมภาษณ์และทำแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลด้านความพึงพอใจ ปัญหาที่พบในการทดลองระบบ

2.5 วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

ในขั้นตอนการวิจัยก่อนการออกแบบจะทำการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้ จะทำการสรุปข้อมูลในส่วนของประเด็นในด้าน พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้, ภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้คุ้นเคยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ลักษณะความต้องการในการออกแบบเว็บไซต์เบื้องต้น, รูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและไม่ซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

และในขั้นตอนการทดสอบโปรแกรม จะทำการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมของระบบการทำงานเว็บไซต์ และความพึงพอใจต่อระบบการทำงานในแต่ละส่วน

วิธีการประเมินผลจะนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ตามหลักสถิติ โดยได้ประยุกต์เกณฑ์การวัดผลทางสถิติที่มีการกำหนดคะแนนเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

เกณฑ์อ้างอิง

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 แสดงระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 แสดงระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 แสดงระดับความพึงพอใจ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 แสดงระดับความพึงพอใจ พอใช้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 แสดงระดับความพึงพอใจ ควรปรับปรุง

เกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับมีดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด 5 คะแนน

พึงพอใจมาก 4 คะแนน

พึงพอใจปานกลาง 3 คะแนน

พึงพอใจ พอใช้ 2 คะแนน

ควรปรับปรุง 1 คะแนน

3.ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาภายในระยะเวลา 4 เดือน

ขั้นตอนการดำเนินการ	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น																
สร้างแบบสอบถาม																
สอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล																
ดำเนินการออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบ																
ทดสอบแบบจำลอง																
วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา																

