



แบบสอบถามการวิจัย

—

คำถามที่ใช้ในแบบสอบถามมีสองลักษณะ คือ





คำถามปลายเปิด (Open Ended)

- เป็นคำถามที่ต้องการคำตอบที่เป็นความคิดและเป็นคำพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์เอง เช่น “ท่านอยากให้เรามีบริการใดเพิ่มเติม?”

ซึ่งส่งผลดีในการช่วยให้ได้รับข้อมูลเชิงลึก แต่ก็ยากต่อการวิเคราะห์ผล



คำถามปลายปิด (Closed Ended)

- เป็นคำถามที่มีตัวเลือกที่กำหนดไว้แล้ว ผู้ถูกสัมภาษณ์เพียงเลือกคำตอบที่เห็นว่าสอดคล้องกับความคิดมากที่สุด เช่น “ท่านรู้จักบริการของเราจากสื่อใด?” คำตอบให้เลือก
 - 1. สื่อสิ่งพิมพ์
 - 2. บุคคล
 - 3. โทรทัศน์
 - 4. วิทยู
 - 5. อินเทอร์เน็ต
 - 6. สื่อกลางแจ้ง



การวัดทัศนคติแบบ Likert Scale

- เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะเป็นวิธีที่ง่ายในการเตรียมคำถาม และ แปลความหมายจากคำตอบ รวมทั้งง่ายต่อผู้ถูกสัมภาษณ์ในการตอบ ข้อดีของวิธีนี้ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อภาพรวมของบริการ หรือ ความคิดเห็นที่มีต่อคุณสมบัติแต่ละส่วนของบริการ การวัดทัศนคติแบบนี้มีองค์ประกอบคือ คำถามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับระดับความเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยมีจำนวนตัวเลือกที่เท่าๆกันอยู่ทั้งสองด้านของคำตอบที่เป็นกลาง ซึ่งคำตอบทั้งสองด้านนั้นได้แก่ “เห็นด้วย” หรือ “ไม่เห็นด้วย” และคำตอบที่เป็นกลาง คือ “ไม่มีความเห็น” ดังตัวอย่างคำถามและคำตอบต่อไปนี้

"กรุณาเลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุดกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ ประโยคต่อไปนี้"

	ระดับความคิดเห็น				
ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น	ไม่เห็นด้วย
แหล่งมรดกโลก	อย่างยิ่ง			ด้วย	อย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านจุดยืนผลิตภัณฑ์ และด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีประวัติศาสตร์ที่ ทรงคุณค่า					
2. มีลักษณะ โครงสร้างที่สะท้อน ถึงอดีต					



การวัดทัศนคติแบบ Semantic Differential Scale

- มีลักษณะคล้ายกับ **Likert Scale** ต่างกันตรงที่การวัดทัศนคติแบบนี้มีการกำหนดคำตอบเอาไว้สองลักษณะซึ่งต่างกันคนละขั้ว ด้านหนึ่งแสดงออกทางบวก ขณะที่อีกด้านแสดงออกด้านลบ เช่น ประหยัด/แพง ชอบ/ไม่ชอบ ดี/ไม่ดี น่าเชื่อถือ/ไม่น่าเชื่อถือ เป็นต้น โดยจัดวางอยู่ซ้ายสุดและขวาสุด ระหว่างกลางคำตอบทั้งสองด้านมีช่องว่างเป็นจำนวนคู่สำหรับให้เลือกตอบ เช่น ห้าช่อง หรือ เจ็ดช่อง เป็นต้น ผู้ถูกสัมภาษณ์จะต้องเลือกตอบในช่องว่างที่กำหนดให้ที่อยู่ระหว่างคำตอบทั้งสองขั้ว
- “ในอนาคตท่านจะท่องเที่ยวจังหวัดระนองมากขึ้นอย่างไร”
- ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น :..... :.....:::: ท่องเที่ยวลดลง
- 5 4 3 2 1



การจัดลำดับ (Rank-Order Scale)

- ผู้ถูกสัมภาษณ์ต้องตอบคำถามโดยการจัดลำดับความชอบที่มีต่อบริการ ด้วยหลักเกณฑ์บางประการ อาทิ ความคุ้มค่า ความถี่ คุณภาพ ความสะดวกรวดเร็ว เป็นต้น ลักษณะการจัดลำดับตามชอบ เช่น การจัดลำดับวิธีการจองห้องพักที่ชื่นชอบจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด เป็นต้น หรือ ลักษณะการจัดลำดับด้วยความถี่ในการใช้



-
- กรุณาจัดลำดับวิธีที่ท่านใช้จองห้องพักกับโรงแรมในแหล่งมรดกโลก โดยการเขียนลำดับที่ **1** หมายถึง “วิธีที่ชอบมากที่สุด” จนถึง ลำดับที่ **4** หมายถึง “วิธีที่ชอบน้อยที่สุด” หน้าข้อความต่อไปนี้
 - จองทางโทรศัพท์ จองทางอินเทอร์เน็ต
 - จองด้วยตนเองที่โรงแรม จองทางไปรษณีย์