

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ลักษณะการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และปัญหาที่นักท่องเที่ยวไทยพบในการใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการห้องพักของ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคัดเลือกจากหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และวางตำแหน่งทางการตลาดเป็น บูติก โฮเต็ล อย่างชัดเจนซึ่งรวบรวมไว้ในคู่มือสถานที่พัก Thailand 100 Best Boutique Hotels มีทั้งหมด 7 แห่ง ทั้งนี้ผู้ใช้บริการต้องมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการคือพักอาศัยระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.2 การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและเป็นการศึกษาในระดับท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – probability Sampling) สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ใช้บริการห้องพักของ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคัดเลือก

จากหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นโรงแรมแบบบูติก ซึ่งรวบรวมไว้ในคู่มือสถานที่พัก Thailand 100 Best Boutique Hotels มีทั้งหมด 7 แห่ง โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการทั้งหมดอย่างน้อย 200 คน (Seymour Sudman, 1976: 87)

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อ จำนวนห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้ในการศึกษา และจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ลำดับที่	รายชื่อโรงแรมแบบบูติก	จำนวนห้องพัก (ห้อง)	จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (คน)
1	บ้านทေး มนต์ตรา บูติก รีสอร์ท แอนด์ สปา (Baan Deva Montra Boutique Resort and Spa)	25	25
2	โรงแรมเก้าไม้ ล้านนา รีสอร์ท (Koa Mai Lanna Resort Hotel)	40	40
3	โรงแรมกรีนทิพย์ วิลเลจ (Karinthip Village Hotel)	62	62
4	โรงแรมราชมรรคา (Rachamankha Hotel)	25	25
5	สุกัณธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา (Sukantara Cascade Resort and Spa)	8	8
6	โรงแรมแทมมาริน วิลเลจ (Tamarind Village Hotel)	45	45
7	ตริญาณรศ โคลโลเนียล เฮ้าส์ (Tri Yaan Na Ros Colonial House)	8	8
รวม		213	213

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549 : ออนไลน์

เนื่องจากจำนวนห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ทั้ง 7 แห่ง มีจำนวนรวม 213 ห้อง จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างตามจำนวนห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ในแต่ละแห่ง ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 213 คน โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริการของโรงแรมแบบบูติก แห่งนั้นๆ ในอัตราส่วนจำนวน

ห้องพักกับจำนวนตัวอย่างเท่ากับ 1 : 1 รายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 1 แสดงรายชื่อ จำนวนห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้ในการศึกษา และจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

3.3 วิธีการศึกษา

3.3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคัดเลือกจากหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และการวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นโรงแรมแบบบูติก อย่างชัดเจนซึ่งรวบรวมไว้ในคู่มือสถานที่พัก Thailand 100 Best Boutique Hotels มีทั้งหมด 7 แห่ง โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการจำนวน 213 คน โดยการศึกษาครั้งนี้ ทางโรงแรมแบบบูติกทั้ง 7 แห่ง ไม่อนุญาตให้บุคคลภายนอกเข้ามาเก็บข้อมูลแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นการรบกวนแขกผู้ให้บริการในโรงแรม แต่จะให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเก็บข้อมูล ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องทำความเข้าใจกับพนักงานที่เป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ สารสนเทศ อิเล็กทรอนิกส์ ในระบบอินเทอร์เน็ต นิตยสาร และหนังสือที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกาย และปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย สาเหตุที่เลือกใช้บริการที่พักโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูล วิธีการจองห้องพักล่วงหน้า ความถี่ในการใช้บริการ วันที่สะดวกในการเข้าพัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง วิธีการเดินทาง ราคาห้องพักที่ใช้บริการ วิธีการชำระค่าห้องพัก และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบ ในการใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัญหาของปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการที่พบในการใช้บริการ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นคำถามแบบให้ระดับความสำคัญ 5 ระดับ (Likert Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (คุณชาติ รื่นรัมย์, 2549)

3.4.1 เกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญ

มีผลในระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

3.4.2 เกณฑ์การแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 – 5.00	มีผลในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลในระดับมาก
2.50 – 3.49	มีผลในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลในระดับน้อย
1.00 – 1.49	มีผลในระดับน้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

3.5 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลได้แก่ โรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 7 แห่ง ที่รวบรวมไว้ในคู่มือสถานที่พัก Thailand 100 Best Boutique Hotels ประกอบด้วย บ้านเทวะ มนต์ตรา บูติก รีสอร์ท แอนด์ สปา โรงแรมเก้าไม้ ล้านนา รีสอร์ท โรงแรมกรีนทิพย์ วิลเลจ โรงแรมราชมรรคา สุกัณธารา รีสอร์ท แอนด์ สปา โรงแรมแทมมาริน วิลเลจ และตรีญาณรส โคโลเนียล เฮ้าส์ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น สร้างแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล จัดทำนำเสนอรายงาน ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน ตั้งแต่ เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551 ถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ช่วงที่จัดเก็บข้อมูลคือ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved