บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกโรงแรมในอำเภอเมืองลำปางในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 100 ห้องและมีอัตราค่าที่พัก 100-900 บาท ในอำเภอเมืองลำปางที่ลงทะเบียนกับสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชาวไทยผู้ใช้บริการโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักต่ำกว่า 100 ห้องและมีอัตราค่าที่พัก 100-900 บาท ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง จำนวน 12 แห่ง โดยไม่รวมผู้บริโภคที่เป็นข้าราชการ และพนักงานบริษัทที่มีการทำสัญญาพิเศษกับโรงแรมเรื่องการเข้าพัก จังหวัดลำปางมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดลำปาง เฉลี่ยจำนวน 193,906 คนต่อปี โดยคิดจากอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 85 มีจำนวนห้องทั้งหมด 625 ห้อง (สุธี ชัยธีรสุเวช, 2554: สัมภาษณ์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลในท้องถิ่น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยการเปิดตาราง (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณฑลี รื่นรมย์, 2551) โดยวิธีการเลือกตัวอย่างตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักไม่ถึงจำนวน 100 ห้องในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง จำนวน 12 แห่ง ที่มาจากการตัดสินใจด้วยตัวเอง และเลือกโดยแบ่งสัดส่วนตัวอย่างตามจำนวนห้องพักของแต่ละโรงแรมดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางแสดงจำนวนตัวอย่าง

รายชื่อโรงแรม	จำนวนห้องพัก	จำนวนตัวอย่าง
โรงแรมร่มศรีทอง	31	15
โรงแรมเขลางค์นคร	75	36
โรงแรมลำปางโฮเต็ล	52	25
โรงแรมอรุณศักดิ์	23	11
โรงแรมทิพย์อินท์	8	4
โรงแรมคิมซิตี้	72	35
โรงแรมรีเจนท์ ลอด์จลำปาง	76	36
โรงแรมคิม	40	19
โรงแรมศรีสง่า	33	16
โรงแรมสากล	60	29
โรงแรมสยาม	84	40
โรงแรมเอเชียลำปาง	71	34
รวม	**625**	**300**

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากประชากรกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตประชากร จำนวน 300 ราย เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่เข้าพักในโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 100 ห้องและมีอัตราค่าที่พัก 100-900 บาท จากระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ณ โรงแรมจำนวน 12 แห่ง ได้แก่ โรงแรมร่มศรีทอง โรงแรมเขลางค์นคร โรงแรมลำปางโฮเต็ล โรงแรมอรุณศักดิ์ โรงแรมทิพย์อินท์ โรงแรมคิมซิตี้ โรงแรมรีเจนท์ ลอด์จลำปางโรงแรมคิม โรงแรมศรีสง่า โรงแรมสากล โรงแรมสยาม และโรงแรมเอเชียลำปาง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ภูมิลำเนา วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก วิธีการเดินทาง โรงแรมที่เคยเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก รู้จักโรงแรมจากแหล่งใด ความถี่ในการเข้าพัก การจองห้องพัก และ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกโรงแรมในอำเภอเมืองลำปาง โดยใช้ Rating Scale 5 ระดับ จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การบริการ กิจกรรมต่างๆที่จัดไว้เพื่อเสนอให้กับลูกค้า ความปลอดภัย สถานที่ตั้ง

2. ด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ การแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบก่อนการชำระเงิน การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน ค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

3. ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ญาติ เพื่อนแนะนำ การรับจองห้องพักทางโทรศัพท์ รับจองผ่านอินเตอร์เน็ท

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การขายโดยพนักงานขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

5. ด้านบุคลากร ได้แก่ ความรู้ความสามารถของพนักงาน ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพและการแต่งกาย

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ความเข้าใจและให้บริการที่ถูกต้อง กระบวนการให้บริการด้านความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของผู้เข้าพัก กระบวนการสำรองที่พัก กระบวนการให้บริการภายในห้องพัก

7. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่ ระบบรักษาความปลอดภัย การตกแต่งภายนอก และภายในโรงแรม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ต้องการให้มีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมด้านต่างๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ทั้งนี้ การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยจะใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(Rating Scale) (Cooper and Schindler, 2007: อ้างใน เอกชัย อภิศักดิ์กุล และจตุพร เลิศล้ำ, 2550) และมีเกณฑ์การแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญ ปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การแปลผลและค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale)

ระดับความสำคัญ	เกณฑ์การให้คะแนน (ค่าเฉลี่ย)
สำคัญมากที่สุดมากที่สุด	4.50 – 5.00
สำคัญ	3.50 – 4.49
ปานกลาง	2.50 – 3.49
สำคัญน้อย	1.50 – 2.49
สำคัญน้อยที่สุด	1.00 – 1.49

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ โรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดลำปางที่มีจำนวนห้องพักต่ำกว่า 100 ห้องและมีอัตราค่าที่พัก 100-900 บาท จำนวน 12 แห่ง

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 11 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved