

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงปริมาณ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ โดยพื้นที่ศึกษา จะทำการสำรวจเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เข้าพักโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

- 3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มี 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ได้จากแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่ใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ประกอบด้วย

- ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี
- ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องตลอดจนสถิติต่างๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและ ทฤษฎี รวมทั้งการสร้างเครื่องมือ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ งานวิจัย จุลสาร วารสาร และเอกสารต่างๆจากหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หอสมุดคณะมนุษยศาสตร์ หอสมุดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือ เขต 1 หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ หอสมุดมหาวิทยาลัยพายัพ หอสมุดมหาวิทยาลัย ราชภัฏราชนครินทร์ หอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ,หอสมุด แห่งชาติ อินเทอร์เน็ต (Internet) และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เข้าพักค้างคืนโรงแรม เครื่องข่ายในจังหวัดเชียงใหม่อย่างน้อย 1 คืน รวมจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยการคำนวณตามสูตรของ Yamane คือ $n = N/1+N_e^2$ (การวิจัยทางธุรกิจ, 2545: 82)

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

โดยใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้(e) = 0.05

ตามสูตรข้างต้น จึงคำนวณหาจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวอังกฤษทั้งหมดในปี 2546 จำนวน 140,045 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547: 94) ได้ ดังนี้

$$n = \frac{140,045}{1+140,045(0.05)^2}$$

$$n = 398.86$$

จากการคำนวณตามสูตร คำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398.86 ดังนั้นจึงใช้จำนวนกลุ่ม ตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกต่อการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการเก็บข้อมูลจากเครือโรงแรม ที่เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2547 (Northern Office Hotels

Directory 2003-2004, Thai Hotels Association) จำนวน 13 แห่ง ประกอบด้วยโรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมนานาชาติ (International Chain Hotels) จำนวน 3 โรงแรม และโรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมไทย (Local Chain Hotels) อีก 10 โรงแรม โดยทำการกระจายไปตามสัดส่วนของจำนวนห้องพักของโรงแรม คูตาราง 3.1 และ ตาราง 3.2

ตาราง 3.1 โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมนานาชาติ (International Chain Hotels)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	จำนวนห้องพัก	จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
1	Four Seasons Chiang Mai Resort	80	30
2	Sheraton Chiang Mai Hotel	526	40
3	Novotel Chiang Mai	159	30
	รวม	765	100

ตาราง 3.2 โรงแรมที่อยู่ในเครือโรงแรมไทย (Local Chain Hotels)

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	จำนวนห้องพัก	จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
1	Amari rincom Hotel	158	30
2	Angkhang Nature Resort	74	30
3	The Imperial Mae Ping Hotel	371	30
4	The Imperial Chiang Mai Resort Spa & Sport Club	48	30
5	Eurasia Chiang Mai Hotel & Suite	65	30
6	Royal Princess Chiang Mai Hotel	198	30
7	BP Chiang Mai Hotel	134	30
8	The Empress Hotel	375	30
9	The Park Hotel	176	30
10	Downtown Inn	76	30
	รวม	1,685	300

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) จำนวน 400 ชุด

แบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหา 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ลักษณะคำถามเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเครือข่าย(Chain Hotels) ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) โดยให้ผู้ตอบประเมินข้อความที่ถามออกมาเป็นระดับมากน้อย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

5	หมายถึง	มีอิทธิพลมากที่สุด
4	หมายถึง	มีอิทธิพลมาก
3	หมายถึง	มีอิทธิพลปานกลาง
2	หมายถึง	มีอิทธิพลน้อย
1	หมายถึง	มีอิทธิพลน้อยที่สุด

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอความร่วมมือจากโรงแรมให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเป็นผู้ช่วยนักวิจัยในการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักจริงในโรงแรม
2. ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Pretest) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้าพักโรงแรมเครือข่าย จำนวน 2 โรงแรม คือ เซอราดันเชียงใหม่ จำนวน 5 ชุด และโรงแรมอมารี รินคำ จำนวน 5 ชุด รวมเป็น 10 ชุด เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS)
3. ผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมกับผู้ช่วยนักวิจัยที่เป็นพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรม ที่ได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล เทคนิค และวิธีการ

เก็บรวบรวมข้อมูล ให้สามารถอธิบายแก่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ และจะใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เข้าพักในโรงแรม

4. ผู้เก็บรวบรวมข้อมูลจะทำตัวเป็นกลางเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้ความคิดของตนเองให้ได้มากที่สุด

3.5 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจะทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลทุกชุด โดยทำการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา โดยทำการตรวจสอบข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทันทีหลังจากที่มีการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้นลง หลังจากนั้นก็จะจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ เพื่อความสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) ก่อนที่จะป้อนข้อมูลประมวลผลในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS)

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้จะใช้สถิติเชิงพรรณนาในการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ โดยอาศัยวิธีการคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS) โดยวิธีการ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ทั้ง 6 ด้าน ของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้วิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอด้วยรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และหาความแตกต่างของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การหาความสัมพันธ์ (Cross tabulations) กับปัจจัยส่วนบุคคลและการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test) เพื่อหานัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อช่วยหาความสัมพันธ์ดังกล่าว แล้วนำเสนอด้วยรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

ในการศึกษานี้ได้ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แล้ววิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และแปลความหมายโดยกำหนดเกณฑ์ระดับความคิดเห็นตามแนวของเบสท์ (Best, 1970: 85) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ความหมาย
1.00 - 1.50	น้อยที่สุด
1.51 - 2.50	น้อย
2.51 - 3.50	ปานกลาง
3.51 - 4.50	มาก
4.51 - 5.00	มากที่สุด

หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลด้วยวิธีการทางสถิติดังกล่าวข้างต้นแล้ว นำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาสรุป และอภิปรายผลต่อไป