

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
 - 1.1. ขอบเขตเนื้อหา
 - 1.2. ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร
 - 1.3. ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1. การกำหนดแหล่งข้อมูล
 - 2.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา
3. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
4. ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาจะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

3.1.2 ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน แต่จากสถิติของส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ คอยอินทนนท์ ในปี 2553

จำนวน 393,634 คนต่อปี (ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2553:ออนไลน์) ซึ่งบางส่วนอาจไม่ได้มาพักแรม ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่กว่า การกำหนดขนาดตัวอย่าง จากกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่กว่า จะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่กว่า ซึ่งจะนำมาสู่ความแม่นยำในการเก็บตัวอย่างที่มากกว่าด้วย

3.1.3 ขนาดตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งหมด 393,634 คนต่อปี ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อน 5% คำนวณจากสูตรตามวิธีของ ยามานะ (Taro Yamane) (สุชาติ กิระนันท์, 2545) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากร
 e = ค่าความผิดพลาดสูงสุด ในที่นี้คือ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{393,634}{1 + 393,634 (0.05)^2}$$

$$n = 399.59 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในการศึกษาครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling) และตามสัดส่วนจำนวนห้อง ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงห้องพักทั้งหมด และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

รายชื่อสถานที่พักแรม	จำนวนห้องพัก (ห้อง)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
โรงแรมราชพฤกษ์ 2007	56	7.3	29
ไม้ล้านนา รีสอร์ท	23	3.0	12
ลิตเติลโฮม อินทนนท์ รีสอร์ท	45	5.9	24
เดอะฟอเรสต์ ล้านนา รีสอร์ท	20	2.6	10
วี เอส อินทนนท์ รีสอร์ท	54	7.1	28
อินทนนท์ ไฮแลนด์	47	6.1	24
ทัชสตาร์ รีสอร์ท	72	9.4	38
บ้านพักแม่กลางอิงคอย	18	2.4	10
บ้านสวนชายคอย	14	1.8	7
แม่กลางหลวง โฮมสเตย์	47	6.1	24
อินทนนท์ อีโค่ ฮัท	22	2.9	12
บ้านพักเขื่อนต้นตาล	30	3.9	16
บ้านน้อยนอนอุ่น	25	3.3	13
บ้านสายลมจอย	20	2.6	10
จอมทองริเวอร์ไซด์	25	3.3	13
วังสะแกงเทอเรศ	11	1.4	6
บ้านสวนภูพิมาน	24	3.1	12
ฝืนดี รีสอร์ท	36	4.7	19
สมายโฮม	42	5.5	22
บ้านพักพุลทวิ	30	3.9	16
บ้านพักบุญนิยม	25	3.3	13
บ้านพักครูสวาท	30	3.9	16
พี.พี. เฮาส์	34	4.4	18
สมอล์ฟาร์ม	15	2.0	8
รวมห้องพักทั้งหมด / จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	765	100.0	400

ที่มา: จากการสำรวจของผู้ศึกษา เมื่อวันที่ 29 - 30 มิถุนายน 2554

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การกำหนดแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ สอบถาม จากกลุ่มประชากรที่เข้าใช้บริการสถานที่พักผ่อน ในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจาก เอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอ ในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75)

<u>คะแนน</u>	<u>ระดับที่มีผล</u>
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย พร้อมกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>จัดอยู่ในระดับ</u>
4.50 – 5.00	ระดับที่มีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับที่มีผลมาก
2.50 – 3.49	ระดับที่มีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับที่มีผลน้อย
1.00 – 1.49	ระดับที่มีผลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่ที่พักแรมในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ใช้เวลา 5 เดือน โดยทำการศึกษาดังแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2554 ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. 2554