

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน ผลลัพธ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าคนไทยที่มาใช้บริการ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2552 โดยเป็นบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการห้องพักจำนวนทั้งหมด 13,173 คน (โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่, 2552: เพิ่มข้อมูลแผนกบัญชี)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

การศึกษารั้งนี้ผู้ศึกษา ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่มาใช้ บริการห้องพักของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการอ้างอิงจาก ตารางแสดงขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman (1976: 87) (กุณฑลี รื่นรมย์, 2546: 87) ที่แสดง ขนาดตัวอย่างในการวิจัยที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นรายบุคคล หากทำการศึกษาระดับท้องถิ่นกลุ่ม ตัวอย่างที่มีจำนวนไม่มากใช้จำนวน 200-500 ราย ดังนั้นการศึกษารั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง จากกลุ่มลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการจำนวน 200 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มา ใช้บริการ จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถาม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลในระบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเนื้อหา ออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิภาคที่เดินทาง มา และการเข้าในโรงแรมกรีนเลค รีสอร์ท เชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรม กรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้าน การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale (กฤษณีลี รื่นรัมย์, 2549: 145) แบ่งความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ การให้คะแนนดังนี้

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

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากเกณฑ์การหาค่าเฉลี่ยโดยวิธีการอันตรภาคชั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21-5.00	มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	มีความพึงพอใจในระดับมาก
2.61-3.40	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.81-2.60	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00-1.80	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท เชียงใหม่ และ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2553 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved