

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบน โต๊ะอาหาร มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยความต้องการของลูกค้าและปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในกลุ่มโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร ของโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ประธานกรรมการ/เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม และผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือผู้มีหน้าที่จัดซื้อเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร ของโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จดทะเบียนเป็นสมาชิกกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 184 ราย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์) ทั้งนี้การคัดเลือกกลุ่มประชากรเฉพาะโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป เพื่อให้สอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีคำนวณจากสูตร Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้มีคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้สูตร

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

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่มเก็บ

N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 184
แห่ง		
e	=	ความคลาดเคลื่อน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05
n	=	$184/1 + [184 \times (0.05)^2]$
n	=	126.027

ในการศึกษานี้ได้ปรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 130 แห่ง โดยทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) (คุณชาติ รื่นรัมย์.2551: 145)

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากประธานกรรมการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ, ผู้จัดการทั่วไป, ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม และผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือผู้มีหน้าที่จัดซื้อเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร ของโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปในจังหวัดเชียงใหม่

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรม

ส่วนที่ 2 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรม ในอนาคต

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรม

ส่วนที่ 4 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรม ในอนาคต

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจำนวน 130 ชุด นำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย

สำหรับคำถามที่ใช้การวัดความสำคัญของปัจจัยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale (กุลทลี รื่นรมย์, 2551) ทั้ง 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

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

โดยคะแนนที่ได้นำมาแปลความหมายของระดับคะแนน โดยยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้ (กุลทลี รื่นรมย์, 2551)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่โรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 ถึงเดือนมีนาคม 2554 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือนธันวาคม 2553 ถึงเดือนมกราคม 2554