บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเลือกใช้บริการโรงแรม นักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งหมด 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของโรงแรม การออกแบบอาคารและห้องพักสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (เช่น สระว่ายน้ำ บริการซักอบรีด บริการนำเที่ยว) การใช้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี การให้บริการอาหารเช้า ความสะอาดของโรงแรมและห้องพัก โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่คุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน และการให้บริการรับส่งจากสนามบิน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. ด้านราคา ประกอบด้วย ระดับราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย ราคาห้องพักมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ราคาถูกกว่าที่พักประเภทอื่น และมีการแจ้งราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. ด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงมีความสะดวก (เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ และการมีระบบรับจองห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ต) เป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารเพื่อเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวสะดวกยิ่งขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และการส่งเสริมการตลาด (เช่น ส่วนลดค่าห้องพัก กรณีพักหลายคืน หรือ เทศกาลสำคัญ) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวง่ายขึ้น

5. ด้านบุคลากร ประกอบด้วย พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานมีจิตในการให้บริการ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีทักษะในการสื่อสารภาษาอยู่ในระดับดี ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอีก

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย โรงแรมอยู่ใกล้ชายหาด โรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว และโรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมง่ายขึ้น เพราะทำให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

7. ด้านกระบวนการ ประกอบด้วย การจองห้องพักของโรงแรมจากช่องทางการจัดจำหน่ายมีความรวดเร็ว ถูกต้อง การให้บริการรูมเซอร์วิส เช่น บริการรับสั่ง – ส่งอาหาร และเครื่องดื่มถึงห้องพักมีความรวดเร็วและถูกต้อง และการให้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งถือได้ว่ากระบวนการให้บริการที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง ทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่ผู้เข้าพัก ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นอกจากนั้นยังทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรม ซึ่งประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ระดับราคาของห้องพัก ระยะเวลาการเข้าพัก จำนวนผู้พักต่อห้อง จำนวนครั้งที่เข้าพักโรงแรม แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาโรงแรม การจองห้องพักล่วงหน้า และวิธีการชำระเงินค่าที่พัก และยังทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการโรงแรม ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นต้น

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามภูมิภาค ในปี 2553 โดยวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป และภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพัทยามากที่สุด โดยมีจำนวน 2,610,934 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ดังนี้

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

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภูมิภาคยุโรปและภูมิภาคเอเชีย โดยรวมเท่ากับ 2,610,934 คน

e = คือ ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05

สามารถคำนวณหาจำนวนตัวอย่าง ได้ดังนี้

$$n = \frac{2,610,934}{1+ 2,610,934(0.05)^2}$$

$$n = 399.94$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในที่นี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคยุโรป จำนวน 225 ตัวอย่าง และภูมิภาคเอเชีย จำนวน 175 ตัวอย่าง และจากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคยุโรปมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวจาก รัสเซีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร ยุโรปตะวันออก และเนเธอร์แลนด์ และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย 5 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวจาก จีน ไต้หวัน อินเดีย เกาหลี และเวียดนาม ดังนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นที่พักแรมอยู่ในโรงแรมและตามแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ภูมิภาค	**นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี**		**กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษา (คน)**
	จำนวน (คน)	**สัดส่วน (%)**	
1. ยุโรป	1,474,390	56.47	225
2. เอเชีย	1,136,544	43.53	175
รวม	**2,610,934**	**100**	**400**

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จะทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากสถิติของกรมการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา นอกจากนี้ได้จากการค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความทางวิชาการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน และสัญชาติ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของโรงแรม การออกแบบอาคารและห้องพักสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (เช่น สระว่ายน้ำ บริการซักอบรีด บริการนำเที่ยว) การใช้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี การให้บริการอาหารเช้า ความสะอาดของโรงแรมและห้องพัก โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่คุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน และการให้บริการรับส่งจากสนามบิน เป็นต้น

- ด้านราคา ได้แก่ ระดับราคาห้องพักมีให้เลือกหลากหลาย ราคาห้องพักมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ราคาถูกกว่าที่พักประเภทอื่น และมีการแจ้งราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน เป็นต้น

- ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ การติดต่อสื่อสารกับโรงแรมโดยตรงมีความสะดวก (เช่น โทรศัพท์ เดินเข้ามาติดต่อ) และการมีระบบรับจองห้องพักผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

- ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และการส่งเสริมการตลาด (เช่น ส่วนลดค่าห้องพัก กรณีพักหลายคืน หรือ เทศกาลสำคัญ) เป็นต้น

- ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีอัธยาศัยดี พนักงานมีจิตในการให้บริการ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีทักษะในการสื่อสารภาษาอยู่ในระดับดี เป็นต้น

- ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ โรงแรมอยู่ใกล้ชายหาด โรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว และโรงแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

- ด้านกระบวนการ ได้แก่ การจองห้องพักของโรงแรมจากช่องทางการจัดจำหน่ายมีความรวดเร็ว ถูกต้อง การให้บริการรูมเซอร์วิส เช่น บริการรับสั่ง – ส่งอาหาร และเครื่องดื่มถึงห้องพักมีความรวดเร็วและถูกต้อง และการให้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี รูปแบบการเดินทาง ประเภทของการท่องเที่ยวพัทยา และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวพัทยาครั้งนี้ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ระดับราคาของห้องพัก ระยะเวลาการเข้าพัก จำนวนผู้พักต่อห้อง จำนวนครั้งที่เข้าพักโรงแรม แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาโรงแรม การจองห้องพักล่วงหน้า และวิธีการชำระเงินค่าที่พัก เป็นต้น

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการโรงแรมครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยความถี่และร้อยละ

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการโรงแรมครั้งนี้ จะให้กลุ่มตัวอย่างให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการใช้บริการโรงแรมครั้งนี้ ตามวิธี Likert scale โดยแบ่งการวัดเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของระดับคะแนน ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ย	**ความหมาย**
4.51 – 5.00	มีผล/ความพึงพอใจมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีผล/ความพึงพอใจมาก
2.51 – 3.50	มีผล/ความพึงพอใจปานกลาง
1.51 – 2.50	มีผล/ความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.50	มีผล/ความพึงพอใจน้อยที่สุด

นอกจากนั้นยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงแรม และความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย โดยใช้สถิติค่า t (t - test)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved