

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ และประสิทธิผลการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษากลยุทธ์ และกระบวนการในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการใช้กลยุทธ์ทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริหาร พนักงาน และนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participative Observation) และ ไม่มีส่วนร่วม (Non-participative Observation) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
3. แหล่งข้อมูลในการศึกษา
4. ขั้นตอนในการทำวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
7. การตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องมือ
8. การวิเคราะห์และวิธีการในการนำเสนอ

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้บริหาร รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” เกี่ยวกับกลยุทธ์ กระบวนการในการทำตลาดเชิงประสบการณ์ รวมทั้งปัญหาและวิธีการแก้ไข และสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ หรือนักท่องเที่ยว รวมถึงการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และ ไม่มีส่วนร่วม

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยผู้วิจัยได้จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ คือ

1. การศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ หรือกระบวนการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ ปัญหา และวิธีการแก้ไข ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งหมด 6 คน โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งมีหน้าที่หรือมีบทบาทในการวางแผนงาน หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ ดังต่อไปนี้

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) คุณสุกัญญา วิวัฒนพาณิชย์ | ผู้จัดการทั่วไป |
| 2) คุณวัชรระ พุ่มขจร | หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม |
| 3) คุณจุฑา สุภรางค์รัตน์ | ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด |
| 4) คุณรุ่งฤดี แผลงฤทธิ์ | เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการตลาด |
| 5) คุณวุฒิภูมิ จูเกษม | หัวหน้าแผนกห้องอาหาร |
| 6) คุณจุฑามาส สุขสวัสดิ์ | พนักงานฝ่ายต้อนรับและกิจกรรม |

2. การศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลคือ ทัศนคติพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการของเขาเขี้ยวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง คือลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการขณะนั้น จำนวน 10 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เพศหญิง 7 คน ได้แก่

- 1) คุณสุพิชชา พักอยู่ที่กรุงเทพฯ มาเที่ยวกับเพื่อน
- 2) คุณเนตรนิภา พักอยู่ที่กรุงเทพฯ มาเที่ยวกับครอบครัว (สามีและลูก 2 คนอายุระหว่าง 3-6 ขวบ)
- 3) คุณกรรองจิต พักอยู่ที่กรุงเทพฯ มาเที่ยวกับครอบครัว (สามีและลูก 2 คนอายุระหว่าง 6-8 ขวบ)
- 4) คุณวีรอร พักอยู่ที่กรุงเทพฯ มาเที่ยวกับเพื่อน
- 5) คุณฝน พักอยู่ที่กรุงเทพฯ มาเที่ยวกับเพื่อน
- 6) คุณวัลภา พักอยู่ที่กรุงเทพฯ มาเที่ยวกับครอบครัว (พ่อกับแม่ อายุระหว่าง 60-70 ปี)
- 7) คุณแนน เพศหญิง มากับคนรัก

เพศชาย 3 คน ได้แก่

- 1) คุณณพพงศ์ ลมุนพันธ์ มาเที่ยวกับครอบครัว (ภรรยาและลูก 1 คนอายุระหว่าง 5-6 ขวบ)

- 2) คุณครูสี ชาวญี่ปุ่น มาเกี่ยวกับคนรัก
- 3) คุณตัน มาเกี่ยวกับคนรัก

แหล่งข้อมูลในการศึกษา

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

1. ผู้บริหาร และบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการวางแผนกลยุทธ์ หรือกระบวนการในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาด์แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

2. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการของ “เขาเขียวเอสตาด์แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” จำนวน 10 คน

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารและสื่อต่าง ๆ

1. ศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาจากบทความ หรือข่าวสารที่ตีพิมพ์ในแผ่นพับของ “เขาเขียวเอสตาด์แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” และนิตยสาร ได้แก่

- 1) นิตยสารผู้จัดการรายเดือน ประจำเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2551
- 2) นิตยสารเที่ยวรอบโลก เดือน ประจำเดือนมกราคม ปี 2551
- 3) นิตยสารเฮลท์แอนด์คิวซีน ประจำเดือนกันยายน ปี 2552
3. ศึกษาจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
- 1) เว็บไซต์ www.estateresort.com
- 2) เว็บไซต์ www.hotelguidethailand.com
- 3) เว็บไซต์ www.manager.co.th/Travel
- 4) เว็บไซต์ www.gotomanager.com
- 5) เว็บไซต์ www.meetinginthailand.com

ขั้นตอนในการทำวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารต่าง ๆ นิตยสารและเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัย
2. ติดต่อประสานงานและขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์จาก “เขาเขียวเอสตาด์

แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” โดยทำหนังสือผ่านคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยบูรพา ไปยัง “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าไปเก็บข้อมูล

3. ออกแบบเครื่องมือการวิจัยคือแนวคำถามหรือแบบสัมภาษณ์ โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยสร้างจากกรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งแนวคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิดที่ไม่ชี้นำคำตอบ โดยผู้วิจัยจะนำแนวคำถาม หรือแบบ สัมภาษณ์ดังกล่าวไปขอรับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแนวคำถาม และครอบคลุมของประเด็นเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

4. ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ รวมทั้งนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

5. นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมาสรุปประเด็นที่สำคัญ และวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเชิงประสบการณ์ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งวิเคราะห์การใช้สื่อและความเหมาะสมของเนื้อหาสารของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การรวบรวมจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยทำการสัมภาษณ์ ตามแนวคำถาม ซึ่งได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าแล้ว พร้อมทั้งมีการบันทึกเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์ และหลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเสียงและบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน

2. การรวบรวมจากเอกสารต่างๆทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูล ดังกล่าวมาใช้ในการประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความชัดเจน และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยการทดลองพัก และ ใช้บริการของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ด้วยตนเอง

4. การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อสังเกตสภาพแวดล้อมบรรยากาศการตกแต่งสถานที่ การให้บริการของพนักงาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลทั้งจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วมมาใช้ในการประกอบการวิเคราะห์ ในงานวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องใน การทำการตลาดเชิงประสบการณ์หรือการบริหารประสบการณ์ลูกค้า ซึ่งมีแนวคำถามในการ สัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.1 ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียว เอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

คำถาม

1. กลุ่มเป้าหมายหลักในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” เป็นคนกลุ่มใด (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ (Life Style)

2. “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ต้องการให้ นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ ความรู้สึกที่ดี และมีความประทับใจอะไรต่อ เขาเขียวเอสตาเต้

3. ในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ใช้แนวทางใดในการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

3.1 แนวทางการสร้างประสบการณ์จากองค์ประกอบ 5 ประการของ Schmitt (2003)

3.2 แนวทางการสร้างประสบการณ์จากลักษณะทางกายภาพ และความรู้สึก ของลูกค้า จากแนวคิดของ Shaw and Ivens (2002)

4. “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” มีการออกแบบ จุดติดต่อประสบการณ์ลูกค้า (Customer Touch/ Touch Points) ไว้อย่างไร

5. “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ใช้สื่อหรือ กิจกรรมใดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวบ้าง

6. “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” มีวิธีการสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่งในด้านนวัตกรรมของสินค้าและการบริการอย่างไร

7. ในการดำเนินการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” ประสบปัญหาและอุปสรรคหรือไม่ หากมี มีวิธีการแก้ไข อย่างไร

8. พนักงานผู้ให้บริการ มีการรับรู้ และมีส่วนในการสร้างแนวทางการทำการ ตลาดเชิงประสบการณ์ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” อย่างไร

2. แบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการในขณะนั้น ซึ่งมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

2.1 ประเด็นที่เกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์จากความคาดหวังในด้านลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical Expectations) และความคาดหวังจากความรู้สึกของลูกค้า (Emotional Expectation) โดยผู้วิจัยได้นำแบ่งการวิเคราะห์ประสบการณ์ของลูกค้าเป็น 3 ช่วงเวลาหรือขณะของการติดต่อ (Moment of Contact) ตามขั้นตอนของกระบวนการบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Schmitt, 2003) ดังต่อไปนี้

ประสบการณ์ก่อนมาใช้บริการที่ “เขาเขียว เอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

คำถาม

1. นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่พักและการบริการของ “เขาเขียว เอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” อย่างไร
2. นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” จากการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารนั้นๆ อย่างไร
3. นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอย่างไรต่อสถานที่ ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”
4. นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอย่างไรในการบริการต่าง ๆ ของพนักงานที่ให้

บริการ

ประสบการณ์ระหว่างใช้บริการที่ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

คำถาม

1. นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกอย่างไรต่อสถานที่ และบรรยากาศของ “เขาเขียว เอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”
 2. นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกอย่างไรต่อการให้บริการของพนักงาน “เขาเขียว เอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”
- ประสบการณ์หลังการใช้บริการ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

คำถาม

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือการบริการจากสื่อต่าง ๆ ของ “เขาเขียวเอสตาเต้

แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

2. เมื่อเข้าใช้บริการแล้วมีความพึงพอใจหรือไม่ อย่างไรต่ออัตราค่าห้องพักที่พัก บรรยากาศโดยรอบ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ใน “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

3. หลังจากใช้บริการ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี” นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกร้อยอย่างไร

3. เครื่องบันทึกเสียงเพื่อใช้ในการบันทึกคำสัมภาษณ์ และนำมาถอดเทปเพื่อบันทึกการสัมภาษณ์ให้ชัดเจนในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. แบบบันทึกเพื่อใช้ในการวิจัยแบบมีส่วนร่วมโดยการจดบันทึกสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถนำมาเป็นข้อมูลหรือหลักฐานในการวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไปได้ เช่น ด้านสถานที่ และด้านการบริการของพนักงานของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

การตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ก่อนที่ผู้วิจัยจะนำเครื่องมือไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้การสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแนวคำถามหรือแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว ไปขอรับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อนนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแนวคำถาม ความครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา และภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์เสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยพิจารณาปรับปรุง และแก้ไขให้เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง และเมื่อพบว่าคำถามใดไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยก็จะตัดคำถามนั้นออก นอกจากนี้อาจเพิ่มคำถามบางคำถามขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และสามารถใช้ได้รวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และวิธีการนำเสนอ

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมมาทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้ด้วยวิธีการ ตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จะตรวจสอบข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมว่าข้อมูลที่ได้อาจเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยได้มีความถูกต้องเชื่อถือได้

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) จะเป็นการตรวจสอบผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกันว่า ได้ข้อค้นพบที่เหมือนกัน หรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งถ้าผู้วิจัยหรือผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่า ข้อค้นพบที่ได้มาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยได้มีความถูกต้อง

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ผู้วิจัยจะตรวจสอบ ทฤษฎีหรือแนวคิด ซึ่งได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด แนวคิดการบริหาร ประสิทธิภาพลูกค้า และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้อาจพบว่ามีข้อค้นพบที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยได้มีความถูกต้อง

ดังนั้น หากข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องและสอดคล้องกับวิธีการตรวจสอบข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยก็จะนำข้อมูลที่ได้นำเสนอรายงานการวิจัยต่อไป

สำหรับการนำเสนอรายงานการวิจัยนั้น ผู้วิจัยจะนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Description) และเรียบเรียงข้อมูลต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ซึ่งต้องครอบคลุมประเด็นที่สำคัญของการวิจัย ต่าง ๆ ดังนี้

1. กระบวนการในการทำการตลาดเชิงประสิทธิภาพของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

2. ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการบริหารประสิทธิภาพลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่และบรรยากาศ รวมทั้งการให้บริการของพนักงานของ “เขาเขียวเอสตาเต้ แคมป์ปิ้ง รีสอร์ท แอนด์ซาฟารี จ.ชลบุรี”

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัย