

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา ในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าและวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา ช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยกำหนดทำการศึกษากับกลุ่มประชากรเป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ถึง วันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2556

กลุ่มตัวอย่างและขนาดของตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา

ขนาดของตัวอย่าง กำหนดจากจำนวนประชากร 39,829 คน (วิศิษฐ์ แสงแดง, 2556 อ้างถึงใน ตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดชลบุรี, เมษายน 2556) โดยใช้วิธีการเปิดตารางจำนวนประชากร และจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2555,

หน้า 138) ได้จำนวนตัวอย่าง จำนวน 380 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงสำรองเพิ่มอีก 20 ตัวอย่าง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม เรื่อง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และประเภทของธุรกิจบริการที่เลือกใช้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยว และใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากคุณภาพการบริการ 5 ด้านหลัก สำหรับวัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยเป็นแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2555, หน้า 197)

ระดับมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้ระดับคะแนน	5
มาก	ให้ระดับคะแนน	4
ปานกลาง	ให้ระดับคะแนน	3
น้อย	ให้ระดับคะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้ระดับคะแนน	1

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยเลือกศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 ด้าน ได้แก่ บริการ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการบริการ กระบวนการในการบริการ ผลผลิตและคุณภาพ และลักษณะทางกายภาพ โดยเป็นแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2555, หน้า 197)

ระดับมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้ระดับคะแนน	5
มาก	ให้ระดับคะแนน	4
ปานกลาง	ให้ระดับคะแนน	3
น้อย	ให้ระดับคะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้ระดับคะแนน	1

ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาเขียนเพื่อเป็นกรอบกำหนดในการสร้างแบบสอบถาม
2. วิเคราะห์ข้อบ่งชี้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา มาเขียนเป็นคำถามในแบบสอบถามตามแนวคิดทฤษฎีของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990, pp. 18-20), Christopher (2003) และ Christopher and Jochen (2011, p. 44)
3. สร้างแบบสอบถามตามรายละเอียดความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขโดยสร้างแบบสอบถามเป็นภาษาไทย แปลโดยผู้ทรงคุณวุฒิเป็นภาษาอังกฤษ แล้วแปลกลับให้เป็น ภาษาไทยโดยอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MM in SMEs) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เรียกว่า Blind back translation และมีการปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถามถึง 3 ครั้ง เนื่องจากคนสแกนดิเนเวีย ไม่ค่อยเข้าใจภาษาอังกฤษมากนักจึงต้องมีการปรับปรุงแบบสอบถามให้เข้ากับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ด้านการบริหาร จำนวน 5 คน ได้แก่ 1. อาจารย์ปิยพร ธรรมชาติ 2. ว่าที่ร้อยตรี ธนภณ นิธิชาวกุล 3. อาจารย์อมรฤทธิ์ วัฒนระ 4. อาจารย์บุปผา คีละกุล และ 5. อาจารย์ชนานันท์ เดชาดิถก ได้ตรวจสอบความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และพิจารณาความเที่ยงตรง

เชิงเนื้อหา (Content validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรม (Index of item objective congruence: IOC) ก่อนการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง จากการหาค่าดัชนี พบว่า ค่า IOC ที่หาได้ ผ่านตามเกณฑ์ คือไม่น้อยกว่า .80 ทุกข้อ (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2555, หน้า 206) ยกเว้นปัจจัยความพึงพอใจ ข้อ 3.4 ตัดทิ้ง โดยรายละเอียดผลการทดสอบดังกล่าวได้แสดงไว้ในภาคผนวก ข

6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในอำเภอบางแสน ที่มาท่องเที่ยวด้านสุขภาพ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ชุด เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach, 1951 อ้างถึงใน วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2555, หน้า 207) และได้ค่า Alpha รวมทั้งฉบับเท่ากับ .97 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือที่ได้มาตรฐาน สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้

7. นำแบบสอบถามมาพิจารณา ปรับปรุง และจัดทำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์นำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามเป็นภาษาไทย แปลโดยผู้ทรงคุณวุฒิเป็นภาษาอังกฤษแล้วแปลกลับให้เป็นภาษาไทยโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิอีก 5 ท่าน ได้แก่ 1. อาจารย์ปิยพร ธรรมชาติ 2. ว่าที่ร้อยตรี ธนภณ นิธิชาวกุล 3. อาจารย์อมรฤทธิ์ วัฒนะ 4. อาจารย์บุปผา ดิลกะกุล และ 5. อาจารย์ชนานันท์ เดชาดิลก จึงได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยขอหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบภาษาอังกฤษ จากคณะกรรมการจัดการ และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ถึงผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา ซึ่งจะใช้ในการชี้แจงเพื่อขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม และเก็บแบบสอบถามโดยลงพื้นที่ด้วยตนเอง ที่เมืองพัทยา ตามสถานที่ต่าง ๆ คือ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านนวดแผนไทย สถานที่ออกกำลังกายและคลับเฮาส์ของหมู่บ้าน ที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ ได้แก่ หมู่บ้านโชคชัยวิลเลจ 5/ หมู่บ้านโชคชัย การ์เด็นโฮม 1/ หมู่บ้านโชคชัย การ์เด็นโฮม 2/ ร้านแคร่ นวดไทย/ ร้านเฮนรี่ ฟิตเนส เฮนรี่ อพาร์ทเมนต์/ Best coner Hotel/ แดง บาร์/ แจ็คกี้ บาร์/ บ้าน นอร์เวย์ พัทยา/ โรงแรม เล็ก โฮเต็ล/

โรงแรม เอเพ็กซ์ โฮเต็ล/ สยามคัม ฟินแลนด์ จอมเทียน/ ร้านอาหาร ดินคา จอมเทียน/ ร้านอาหาร GRILL CAFÉ/ โรงแรม Globetrotter/ ชายหาดจอมเทียน และชายหาดพัทยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความเรียบร้อย ความสมบูรณ์ในการตอบ และคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยว และใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

การแปลความหมายผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2555, หน้า 276)

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81- 2.60 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี ดังนี้

1.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลด้านปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และประเภทของธุรกิจบริการที่เลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2 สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

2. ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และประเภทของธุรกิจบริการที่เลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย

กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์กรณีตัวแปรของปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มี 2 ตัวเลือกใช้การวิเคราะห์ t-Test และกรณีข้อใดมีตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัว ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % โดยใช้สูตร LSD เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (วุฒิชติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 61)

3. ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา ใช้การทดสอบด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกัน โดยมี 2 ตัวแปรที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ ซึ่งอยู่ในมาตราเรียงอันดับ (Ordinal scale) ขึ้นไปทดสอบ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Product Moment Correlation Coefficient) หรือสหสัมพันธ์อย่างง่าย ซึ่งสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) มีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 ค่าลบ แสดงความสัมพันธ์ทางลบหรือทางตรงกันข้าม ค่าบวก แสดงความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกันดังนี้

$r = .50$ ถึง 1.00 หรือ $r = -.50$ ถึง -1.00 ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

$r = .30$ ถึง $.49$ หรือ $r = -.30$ ถึง $-.49$ ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

$r = .10$ ถึง $.29$ หรือ $r = -.10$ ถึง $-.29$ ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

$r = .00$ ถือว่าข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กัน