

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาว สแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามคือ นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา

2. แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส และประเภทของธุรกิจบริการที่เลือกใช้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียง 1 ข้อ

1. เพศ

☐

1. ชาย

☐

2. หญิง

2. สัญชาติ

☐

1. เดนมาร์ก

☐

2. ฟินแลนด์

☐

3. นอร์เวย์

☐

4. สวีเดน

3. ระดับการศึกษา

☐

1. มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า

☐

2. อนุปริญญา / เทียบเท่า

☐

3. ปริญญาตรี

☐

4. ปริญญาโท

☐

5. สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพปัจจุบัน

- ☐ 1. ไม่ได้ทำงาน / เกษียณ
 ☐ 2. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย
☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน
 ☐ 4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ 5. อื่นๆ (ระบุ)

5. ระดับรายได้ต่อเดือน

- ☐ 1. น้อยกว่า 100,000 บาท
 ☐ 2. 100,001 – 200,000 บาท
☐ 3. 200,001 – 300,000 บาท
 ☐ 4. 300,001 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

- ☐ 1. โสด
 ☐ 2. สมรส
☐ 3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

7. ประเภทของธุรกิจบริการที่เลือกใช้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. การนวด อบ ประคบสมุนไพร
☐ 2. การบริการสวนคนบำบัด (AromaTherapy) และวารีบำบัด (Water Therapy)
☐ 3. การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน
☐ 4. การฝึกกายบริหาร หรือ ทำกายูคัตตนา
☐ 5. การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา
☐ 6. การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
☐ 7. การตรวจร่างกาย / การรักษาโรคต่าง ๆ
☐ 8. การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน
☐ 9. การผ่าตัดเสริมความงาม
☐ 10. การผ่าตัดแปลงเพศ
☐ 11. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. ท่านมีการวางแผนมาท่องเที่ยวที่พืทยานานเท่าใด

- ☐ 1. 1 – 2 สัปดาห์
 ☐ 2. 3 – 4 สัปดาห์
☐ 3. 1 – 2 เดือน
 ☐ 4. 3 – 4 เดือน
☐ 5. มากกว่า 4 เดือน

9. ท่านคิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่พืทยานานหรือไม่และเมื่อใด

- ☐ 1. ไม่กลับมาแน่นอน
 ☐ 2. กลับมาภายใน.....เดือน
☐ 3. ไม่แน่ใจ

ตอนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer

Generation B ที่มาท่องเที่ยว และใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ☐ ให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด ซึ่ง แต่ละข้อมีความหมายดังนี้

ระดับมากที่สุด ให้ระดับคะแนน 5

ระดับมาก ให้ระดับคะแนน 4

ระดับปานกลาง ให้ระดับคะแนน 3

ระดับน้อย ให้ระดับคะแนน 2

ระดับน้อยที่สุด ให้ระดับคะแนน 1

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	ระดับคุณภาพ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ					
1.1 สถานที่สวยงาม ทันสมัย					
1.2 ความสะอาดของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์					
1.3 ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้					
1.4 บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ในด้านที่ให้บริการ					
1.5 ชื่อเสียง ตราสัญลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ได้รับความนิยม หรือเป็นที่รู้จัก					
1.6 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หรือการเดินทางมาใช้บริการ					
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้					
2.1 พนักงานมีความสามารถในการให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ ยอมรับได้					
2.2 ให้บริการตรงกับที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยว					
2.3 การให้บริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ					

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	ระดับคุณภาพ				
	5	4	3	2	1
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
3.1 ผู้ให้บริการมีความพร้อม และความเต็มใจที่ให้บริการ ด้านการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ					
3.2 สามารถให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทันเวลาที่					
3.3 มีความสะดวก ในการใช้บริการ					
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ					
4.1 มีความมั่นใจได้ว่า ผู้ให้บริการมีใบประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพการให้บริการเฉพาะด้าน					
4.2 ผู้ให้บริการ สามารถสื่อสารการให้บริการ ได้ อย่างชัดเจน					
4.3 ผู้ให้บริการมีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ					
5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ					
5.1 ได้รับการดูแลลูกค้าด้วยความเอื้ออาทร เอาใจใส่ในการให้บริการเป็นอย่างดี					
5.2 ได้รับการบริการตามความต้องการอย่างครบถ้วน					
5.3 สามารถร้องขอการใช้บริการตามความประสงค์นอกเหนือจากข้อกำหนดที่ให้บริการ					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยว

ชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องว่าง ☐ ให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด ซึ่งแต่ละข้อมีความหมายดังนี้

ระดับมากที่สุด	ให้ระดับคะแนน 5
ระดับมาก	ให้ระดับคะแนน 4
ระดับปานกลาง	ให้ระดับคะแนน 3
ระดับน้อย	ให้ระดับคะแนน 2
ระดับน้อยที่สุด	ให้ระดับคะแนน 1

ปัจจัยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านบริการ					
1.1 การให้บริการมีคุณภาพเชื่อถือได้					
1.2 ชื่อตราสัญลักษณ์ของธุรกิจให้บริการเป็นที่รู้จัก					
1.3 การให้บริการมีความหลากหลายให้เลือกใช้					
1.4 การบริการมีเครื่องหมายรองรับมาตรฐานการ ให้บริการ					
1.5 บริการที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ด้านราคา					
2.1 ระดับราคามีให้เลือกหลากหลายตรงตามความ ต้องการที่พึงใจจะเลือกซื้อหรือใช้บริการ					
2.2 มีการจัดโปรแกรมในการลดราคาค่าสินค้า หรือ บริการ					
2.3 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ					
2.4 ราคาถูกกว่าที่อื่นๆ					
2.5 มีวิธีชำระค่าบริการให้เลือก เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือผ่อนชำระ รายงวด					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 มีการให้บริการให้เลือกซื้อหรือใช้บริการหลาย แห่ง					
3.2 สถานที่จำหน่าย หรือให้บริการสามารถเดินทาง ไปมาได้สะดวกสบาย					
3.3 มีบริการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ชัดเจน เข้าถึงลูกค้า ได้ง่าย					
4.2 มีพนักงานต้อนรับให้คำแนะนำก่อนใช้บริการ					
4.3 มีโปรแกรมสมนาคุณ หรือกิจกรรมอื่นๆ เช่น การลดราคา หรือของแถม เพื่อดึงดูดใจให้ใช้บริการ					
4.4 มีการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการให้บริการต่างๆ					
5. ด้านบุคลากรในการบริการ					
5.1 บุคลากรที่ให้บริการมีคุณสมบัติเหมาะสมกับ งานบริการ					
5.2 บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถและมี ทักษะความชำนาญในการทำงาน					
5.3 มีความประทับใจบุคลากรที่ให้บริการ และจะ กลับมาใช้บริการซ้ำ					
5.4 บุคลากรมีเพียงพอต่อการให้บริการ					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดใน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
6. กระบวนการในการบริการ					
6.1 ขั้นตอนการให้บริการของผู้ให้บริการเหมาะสม					
6.2 เครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการมีความทันสมัย สะอาด					
6.3 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อที่จะให้บริการดี ๆ กับ ลูกค้าไว้อย่างเพียงพอ					
6.4 กระบวนการให้บริการกระชับไม่ยุ่งยาก รวดเร็วมี มาตรฐาน					
6.5 การให้บริการทั่วถึงลูกค้าไม่ต้องเสียเวลา ในการรอคอยนาน					
7. ด้านผลผลิตและคุณภาพ					
7.1 จัดเจ้าหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่ใช้ บริการ					
7.2 จัดเครื่องมือ หรือระบบเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวก กับลูกค้าที่ใช้บริการ					
7.3 การบริหารจัดการดี เป็นระบบมีประสิทธิภาพ					
7.4 การบริการมีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ต้องการ					
8. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Packaging)					
8.1 เครื่องแต่งกาย หรือชุดยูนิฟอร์มของพนักงานสวยงาม เหมาะสมกับสภาพการให้บริการ					
8.2 สถานที่ให้บริการ ความชัดเจน โปร่งใสในการให้บริการ ที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า					
8.3 สภาพแวดล้อม การให้บริการในภาพรวมตรงตามที่ โฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือแนะนำ					
8.4 การตกแต่ง ภาพรวมการให้บริการตรงตามที่คาดหวังไว้					
8.5 ที่จอดรถ ห้องน้ำ ภาพรวมการให้บริการมีเอกลักษณ์ เป็นของตนเอง โดยให้บริการได้เหนือกว่าที่อื่นๆ					

ขอขอบคุณในความมือ

Questionnaire

Subject on Marketing Mix Satisfaction for Health Tourism of the Scandinavian Tourists in Baby Boomer Generation B group in Pattaya City

Explanation

1. This questionnaire Respondents is Scandinavian tourists in Baby Boomer Generation B group on their travels. And use of health services in Pattaya City.
2. This questionnaire has 3 sections

Part 1. A questionnaire about the general information of the respondents, including gender, nationality, education, occupation, income level, marital status, and type of business that's been used for Health Tourism.

Part 2. A questionnaire about the quality of service with a group of tourists from Scandinavia, the Baby Boomer Generation B and the health services in Pattaya City.

Part 3. A questionnaire about Marketing Mix Satisfaction for Health Tourism of Scandinavian tourists in Baby Boomer Generation B group in Pattaya City.

Questionnaire was to comment on satisfaction in Health tourism of Scandinavian Baby Boomer Generation B groups in Pattaya City would like your co-respondents in all the questions truthfully.

So that the research results can be utilized in the study. Please enter your information in the questionnaire will be treated as confidential. Which will present the findings in an overview only.

The authors would like to thank you very much for your cooperation in this research.

Part 1 Factor for respondents.

Please mark ✓ in the ☐ that is best describe of your opinion (can only tick one choice)

1. Gender

☐ 1. Male☐ 2. Female

2. Nationality

☐ 1. Danish☐ 2. Finnish☐ 3. Norwegian☐ 4. Swedish

3. Education Level

☐ 1. High School / Equivalent☐ 2. Diploma / Equivalent☐ 3. Bachelor☐ 4. Master's☐ 5. Higher Degree

4. Occupation

☐ 1. Unemployed / Retirement☐ 2. Owner / Trade☐ 3. Employees private company☐ 4. Official / Employees☐ 5. Other specified.....

5. Income level per month

☐ 1. Less than 100,000 Baht☐ 2. 100,001 – 200,000 Baht☐ 3. 200,001 – 300,000 Baht☐ 4. 300,001 or more

6. Marital Status

☐ 1. Single☐ 2. Married☐ 3. Divorce / widowed / separated

Part 1

7. Select the type of service that the Health Tourism (More than 1 reply)

- ☐ 1. Massage steam herbal
- ☐ 2. Aroma Therapy and Water Therapy
- ☐ 3. Mineral baths or hot springs
- ☐ 4. Training exercises or postures hermit contortionist
- ☐ 5. The Buddhist meditation practice
- ☐ 6. Healthy food and drinks
- ☐ 7. Physical examination or treatment of various diseases
- ☐ 8. Dentistry and dental treatment
- ☐ 9. The cosmetic surgery
- ☐ 10. Sex reassignment surgery
- ☐ 11. Other specified.....

8. How long are you planning travel to Pattaya?

- ☐ 1. 1-2 weeks
- ☐ 2. 3-4 weeks
- ☐ 3. 1-2 months
- ☐ 4. 3-4 months
- ☐ 5. More than 4 months

9. Do you have a plan to return to Pattaya again? If yes, when?

- ☐ 1. Definitely not coming back
- ☐ 2. Back within.....months
- ☐ 3. Uncertain

Part 2 Service quality factors with a group of tourists from Scandinavia, the Baby Boomer Generation B and the health services in Pattaya City.

Please mark ✓ in the ☐ that is best describe of your opinion which each have the following meanings

Highest level	To level 5
High level	To level 4
Medium level	To level 3
Low level	To level 2
Minimum level	To level 1

Service quality factors	Satisfaction Levels				
	5	4	3	2	1
1. Tangibles					
1.1 Place a beautiful modern					
1.2 Cleanliness of the facility and equipment					
1.3 Modernization of the equipment					
1.4 Service personnel with knowledge of the service					
1.5 Reputation or brand, a popular symbol are well known					
1.6 The ease of communication and travel to the service					
2. Reliability					
2.1 Employees have the ability to provide a reliable acceptable					
2.2 Advertising services provided to the tourists					
2.3 Service is accurate, appropriate and consistent at all times of the service					

Part 2

Service quality factors	Satisfaction Levels				
	5	4	3	2	1
3. Responsiveness					
3.1 Providers are ready and willingness to serve the health tourism					
3.2 Able to meet the needs of the time					
3.3 Have the convenience us of the service					
4. Assurance					
4.1 As assured providers have certificate of professional services in specific areas					
4.2 Service providers able to communicate clearly					
4.3 The providers have a good manners in the service					
5. Empathy					
5.1 Customer receive well care with generosity as well					
5.2 Users has been serving the needs of individual service					
5.3 Request to serve the purpose beyond the terms of service					

Part 3 On Marketing Mix Satisfaction factors for Health Tourism of Scandinavian

Tourists in Baby Boomer Generation B group in Pattaya City.

Please mark ✓ in the ☐ that is best describe of your opinion which each have the following meanings

Highest level To level 5

High level To level 4

Medium level To level 3

Low level To level 2

Minimum level To level 1

Satisfaction factor in Health Tourism	Satisfaction Levels				
	5	4	3	2	1
1. Services					
1.1 Providing reliable quality					
1.2 Brand name of the business service is known					
1.3 There are a variety of services to choose from					
1.4 Service with a compatible service standards					
1.5 The service meets your needs					
2. Price					
2.1 A variety of price points to meet the requirements of the intended to a product or service					
2.2 Have program to reduce the price of goods or services					
2.3 Prices are reasonable for the quality of service					
2.4 Price is cheaper than the other compared with the quality of service					
2.5 How to choose a payment such as cash, credit card or payment in installments					

Part 3

Satisfaction factors in Health Tourism	Satisfaction Levels				
	5	4	3	2	1
3. Place or distribution					
3.1 Many of the stores are open					
3.2 Available or services can be a comfort					
3.3 Business services detailed presentation of the business to sell products and make payments via the Internet					
4. Promotion					
4.1 Clearly advertising to reach customers easily					
4.2 Staff recommended before using					
4.3 Reward programs or other activities such as a price reduction or get incentives to encourage the use of services					
4.4 The facilitation of information about various providers					
5. People or employees					
5.1 Qualified service personnel for service					
5.2 Service personnel with knowledge and skills in the workplace					
5.3 People are impressed by the service and return to repeat					
5.4 Personnel are adequately available					

Part 3

Satisfaction factors in Health Tourism	Satisfaction Levels				
	5	4	3	2	1
6. Process of service					
6.1 The service provider's right					
6.2 Modern equipment available					
6.3 The facilities in order to provide better service to customers adequately					
6.4 The process services quick easy compact standards					
6.5 Thorough customer service, do not waste time in waiting time					
7. Productivity and quality of service					
7.1 Employees to facilitate customer service					
7.2 The tools or technology to facilitate customer service					
7.3 Management is very effective					
7.4 Service quality standards as required					
8. Physical or packaging					
8.1 Costume or uniform of the staff are fit to serve					
8.2 The property is clear transparency in service reliability to customers					
8.3 Environment to meet the overall advertising or advice					
8.4 Overall the service is furnished exactly as expected					
8.5 Parking is provided with an overview of the services has its own unique over the other					

Thank you for your cooperation

ภาคผนวก ข

การหาค่าความถูกต้องเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

รายชื่อผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1

อาจารย์ปิยพร ธรรมชาติ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2

ว่าที่ร้อยตรีธณภณ นิธิชาวกุล

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3

อาจารย์อมรฤทธิ์ วัฒนะ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4

อาจารย์บุปผา ติตะกุล และ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5

อาจารย์ชนานันท์ เดชาดิลก

ตารางที่ 94 การหาค่าความถูกต้องเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

ข้อ	คณะกรรมการ (คนที่)					IOC	ข้อ	คณะกรรมการ (คนที่)					IOC
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1.1	1	1	1	1	1	1.00	8.1	1	1	1	1	1	1.00
1.2	1	1	1	1	1	1.00	8.2	1	1	1	1	1	1.00
1.3	1	1	0	1	1	.80	8.3	1	1	0	1	1	.80
1.4	1	1	1	1	1	1.00	8.4	1	1	0	1	1	.80
2.1	1	1	1	1	1	1.00	9.1	1	1	1	1	1	1.00
2.2	1	1	0	1	1	.80	9.2	1	1	1	1	1	1.00
2.3	1	1	1	1	1	1.00	9.3	1	1	1	1	1	1.00
2.4	1	1	1	1	1	1.00	9.4	1	1	1	1	1	1.00
2.5	1	1	1	1	1	1.00	9.5	1	1	1	1	1	1.00
3.1	1	1	0	1	1	.80	10.1	1	1	1	0	1	.80
3.2	1	1	1	1	1	1.00	10.2	1	1	1	1	1	1.00
4.1	1	1	1	1	1	1.00	10.3	1	1	1	1	1	1.00
4.2	1	1	0	1	1	.80	10.4	1	1	1	1	1	1.00
4.3	1	1	1	1	1	1.00	11.1	1	1	1	1	1	1.00
4.4	1	1	1	1	1	1.00	11.2	1	1	1	1	1	1.00
5.1	1	1	1	1	1	1.00	11.3	1	1	1	1	1	1.00
5.2	1	1	1	1	1	1.00	11.4	1	1	1	1	1	1.00
5.3	1	1	1	1	1	1.00	12.1	1	1	1	1	1	1.00
5.4	1	1	1	1	1	1.00	12.2	1	1	1	1	1	1.00
5.5	1	1	1	1	1	1.00	12.3	1	1	1	1	1	1.00
6.1	1	1	1	1	1	1.00	12.4	1	1	1	1	1	1.00
6.2	1	1	1	1	1	1.00	13.1	1	1	1	1	1	1.00
6.3	1	1	1	1	1	1.00	13.2	1	1	1	1	1	1.00
6.4	1	1	0	1	1	.80	13.3	1	1	1	1	1	1.00
7.1	1	1	1	1	1	1.00	13.4	1	1	1	1	1	1.00
7.2	1	1	0	1	1	.80	13.5	1	1	1	1	1	1.00
7.3	1	1	1	1	1	1.00	13.6	1	1	0	1	1	.80
7.4	1	1	1	1	1	1.00	13.7	1	1	1	1	1	1.00

ตารางที่ 94 (ต่อ)

ข้อ	คณะกรรมการ (คนที่)					IOC	ข้อ	คณะกรรมการ (คนที่)					IOC
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
14.1	1	1	1	1	1	1.00	15.3	1	1	0	1	1	.80
14.2	1	1	1	1	1	1.00	16.1	1	1	1	1	1	1.00
14.3	1	1	1	1	1	1.00	16.2	1	1	1	1	1	1.00
14.4	1	1	1	1	1	1.00	16.3	1	1	1	1	1	1.00
15.1	1	1	1	1	1	1.00	16.4	1	1	0	1	1	.80
15.2	1	1	1	1	1	1.00							

หมายเหตุ ค่า IOC ที่หาได้ ผ่านตามเกณฑ์ทุกข้อ คือมีค่าตั้งแต่ .80 ขึ้นไป

ตารางที่ 95 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เรื่อง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา

ข้อที่	ค่า (r)	ข้อที่	ค่า (r)	ข้อที่	ค่า (r)
b1.1	.64	c1.1	.31	c5.1	.75
b1.2	.28	c1.2	.33	c5.2	.63
b1.3	.44	c1.3	.42	c5.3	.63
b1.4	.64	c1.4	.69	c5.4	.32
b1.5	.72	c1.5	.58	c5.5	.745
b1.6	.65	c1.1-1.5	.82	c5.1-5.5	.77
b1.1-1.6	.82	c2.1	.83	c6.1	.40
b2.1	.42	c2.2	.61	c6.2	.77
b2.2	.72	c2.3	.81	c6.3	.77
b2.3	.72	c2.4	.36	c6.4	.75
b2.1-2.3	.41	c2.5	.48	c6.1-6.4	.65
b3.1	.42	c2.1-2.5	.80	c7.1	.65
b3.2	.72	c3.1	.67	c7.2	.84
b3.3	.41	c3.2	.68	c7.3	.77
b3.1-3.3	.86	c3.3	.42	c7.4	.65
b4.1	.69			c7.1-7.4	.88
b4.2	.58	c3.1-3.4	.76	c8.1	.73
b4.3	.50	c4.1	.66	c8.2	.20
b4.1-4.3	.74	c4.2	.36	c8.3	.42
b5.1	.26	c4.3	.75	c8.4	.75
b5.2	.83	c4.4	.31	c8.5	.41
b5.3	.42	c4.1-4.4	.83	c8.1-8.4	.61
b5.1-5.3	.79	-	-	c.total	.96
b. total	.90	-	-	-	-

จากตารางที่ 95 มีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมทั้งฉบับ (Alpha) เท่ากับ .95 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ดังนี้

บ หมายถึง คุณภาพการให้บริการ กับนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ที่มาท่องเที่ยว และใช้บริการด้านสุขภาพ ในเมืองพัทยา โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .26 - .83 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ รวมเท่ากับ .90

ค หมายถึง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .24 - .84 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ รวมเท่ากับ .91

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b1.1	24.0444	3.407	.823	.810
b1.2	23.6444	4.107	.332	.876
b1.3	24.0444	3.907	.463	.860
b1.4	24.0444	3.407	.823	.810
b1.5	23.8444	3.121	.756	.818
b1.6	23.5778	3.956	.368	.875
b.1total	23.8667	3.552	1.000	.801

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.594	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b2.1	12.0889	1.246	.089	.688
b2.2	12.2222	.582	.701	.180
b2.3	12.2222	.582	.701	.180
b.2total	12.1333	1.267	.097	.677

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b3.1	12.22222	.979	.046	.764
b3.2	12.35556	.468	.521	.479
b3.3	12.22222	.788	.356	.586
b.3total	12.26667	.638	1.000	.246

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b4.1	12.2222	2.820	.577	.880
b4.2	12.7556	2.261	.732	.828
b4.3	12.4222	3.515	.712	.844
b.4total	12.4667	2.695	1.000	.716

5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.476	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b5.1	8.1333	.552	.200	.517
b5.2	8.2667	.352	.225	.595
b5.3	8.1333	.410	.550	8.04E-014

C1 ด้านบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c1.1	20.4667	4.192	.399	.656
c1.2	20.9333	4.250	.184	.734
c1.3	20.7333	4.678	.313	.682
c1.4	20.4667	3.021	.669	.544
c1.5	21.0000	3.440	.370	.685
c1total	20.7333	3.781	.952	.551

C2 ด้านราคา

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c2.1	18.6800	5.090	.746	.747
c2.2	18.8800	4.742	.544	.792
c2.3	18.6800	4.776	.689	.751
c2.4	19.2133	5.237	.522	.790
c2.5	19.0133	5.414	.368	.832
c2total	18.9333	5.781	.914	.764

C3 ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c3.1	11.6444	1.753	.808	.679
c3.2	10.9111	3.452	.396	.855
c3.3	11.4444	2.534	.510	.830
c3total	11.3333	2.381	1.000	.624

C4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c4 1	15.0667	1.995	.601	.592
c4 2	15.5333	1.552	.337	.675
c4 3	15.2000	1.064	.701	.433
c4 4	15.0000	2.464	-.090	.774
c4 total	15.2000	1.600	1.000	.437

C5 ด้านบุคลากรในการบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c51	12.1333	.695	.745	.	.616
c52	12.3333	.810	.630	.	.688
c53	12.3333	.810	.630	.	.688
c54	12.2000	1.029	.320	.	.833

C6 ด้านกระบวนการในการบริการ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c61	15.8667	1.981	.223	.396	.667
c62	15.9333	1.210	.397	.767	.640
c63	16.0000	1.286	.688	.766	.454
c64	15.9333	1.638	.443	.749	.589
c65	16.0000	1.571	.373	.684	.614

C7 ด้านผลผลิตและคุณภาพ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c7.1	16.2333	5.138	.521	.938
c7.2	16.5000	3.607	.784	.904
c7.3	16.3667	3.767	.907	.865
c7.4	16.5000	4.393	.781	.894
c7total	16.4000	4.114	1.000	.855

C8 ด้านลักษณะทางกายภาพ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c8.1	20.6933	2.576	.597	.743
c8.2	20.6933	2.691	.522	.765
c8.3	20.7600	3.544	.224	.814
c8.4	20.8933	2.336	.822	.676
c8.5	20.6933	3.434	.235	.818
c8total	20.7333	2.638	.937	.677

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์

ที่ ศธ ๖๖๐๓.๓/ ๖๔๕๕



คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

เรียน ว่าที่ร้อยตรีธรรณ นิธิขาวกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ด้วย นางสาวสุชาดา คำชนะ รหัสประจำตัว ๕๕๔๒๑๔๖๓ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและ
การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระหว่างการทำงานนิพนธ์ เรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยมี
รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชิต สุนทรสมัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
ซึ่งคณะฯ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ
เพื่อการวิจัย

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้
และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๕๔

โทรสาร ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๕๔

ที่ ศธ ๖๖๐๓.๑/ ๖๕๕๖



คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

เรียน อาจารย์อมรฤทธิ์ วัฒนะ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ด้วย นางสาวสุชาดา คำชนะ รหัสประจำตัว ๕๕๕๒๑๔๖๓ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในช่วงการทำงานนิพนธ์ เรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ซึ่งคณะฯ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัย

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พชนี นนทศักดิ์)
คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๕๔

โทรสาร ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๕๔

ที่ ศธ ๖๖๐๓.๑/ ๖๔๔๔



คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

เรียน อาจารย์ปิยะพร ธรรมชาติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ด้วย นางสาวสุชาดา คำชนะ รหัสประจำตัว ๕๕๕๒๑๔๖๓ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระหว่างการทำงานนิพนธ์ เรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ซึ่งคณะฯ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัย

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)
คณบดีคณะการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๔๔

โทรสาร ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๔๔

ที่ ศธ ๖๖๐๓.๑/ ๖๖๐๓.๑



คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

เรียน อาจารย์ชนานันท์ เดชาติลก

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ด้วย นางสาวสุชาดา คำชนะ รหัสประจำตัว ๕๕๙๒๑๔๖๓ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและ
การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระหว่างการทำงานนิพนธ์ เรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยมี
รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
ซึ่งคณะฯ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ
เพื่อการวิจัย

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้
และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. ๐ ๓๘๑๐ ๒๕๕๙

โทรสาร ๐ ๓๘๑๐ ๒๕๕๙

ที่ ศธ ๖๖๐๓๑/ ๖๖๖๖๖



คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

เรียน อาจารย์บุปผา ตีละกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ด้วย นางสาวสุชาดา คำชนะ รหัสประจำตัว ๕๕๕๒๑๔๖๓ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและ
การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระหว่างการทำงานนิพนธ์ เรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย กลุ่ม Baby Boomer Generation B ในเมืองพัทยา โดยมี
รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
ซึ่งคณะฯ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ
เพื่อการวิจัย

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้
และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)
คณบดีคณะการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๕๕

โทรสาร ๐ ๓๘๑๐ ๒๔๕๕