

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของชาวต่างชาติที่สนใจบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของการบริการศัลยกรรมตกแต่งของประเทศไทย รวมทั้งศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทยในกลุ่มชาวต่างชาติ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีดำเนินงานวิจัย อันประกอบด้วย ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ไว้ดังนี้

ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้ประชากรทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ

1. ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ชาวต่างชาติที่สนใจบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย
2. ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แพทย์ที่ทำศัลยกรรมตกแต่ง ผู้ที่มีความรู้ หรือเกี่ยวข้องกับวงการศัลยกรรมตกแต่ง

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณไว้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

เนื่องจากไม่มีสถิติของชาวต่างชาติที่สนใจบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำสถิติการใช้บริการด้านสุขภาพตามโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมาใช้คำนวณในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแทน ทั้งนี้เพราะการใช้บริการศัลยกรรมตกแต่งนับเป็นหนึ่งในกิจกรรมซึ่งอยู่ในขอบเขตของการใช้บริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ

จากการเปิดเผยสถิติการใช้บริการด้านสุขภาพของชาวต่างชาติในประเทศไทยโดยสำนักประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พบว่าในปี 2550 มีชาวต่างชาติเดินทางมาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนไทยจำนวน 1.37 ล้านคน (หรือ 1,370,000 คน) โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ

ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนั้นจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณโดยให้ตอบแบบสอบถาม

ด้านเทคนิคการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้สำหรับเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม คือ การสุ่มที่ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-Probability Sampling) โดยใช้แบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งกำหนดสัดส่วนในการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามตามทวีป โดยใช้สถิติการให้บริการด้านสุขภาพ (จากกรมส่งเสริมการส่งออก) ในการคำนวณหาสัดส่วน ซึ่งผู้วิจัยได้จัดเป็นกลุ่มทวีปได้ดังนี้

ชาวต่างชาติในทวีปเอเชียที่มาใช้บริการด้านสุขภาพ มีจำนวน 441,952 คน

ชาวต่างชาติในทวีปยุโรปที่มาใช้บริการด้านสุขภาพ มีจำนวน 216,170 คน

ชาวต่างชาติในทวีปอเมริกาที่มาใช้บริการด้านสุขภาพ มีจำนวน 150,416 คน

ชาวต่างชาติในทวีปออสเตรเลียที่มาใช้บริการด้านสุขภาพ มีจำนวน 40,161 คน

สรุปรวมชาวต่างชาติที่มาใช้บริการด้านสุขภาพในประเทศไทย เป็นจำนวน 848,699 คน

โดยทั้งนี้ เมื่อนำมาเทียบสัดส่วนเพื่อกำหนดโควตาในการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 คน จะได้ดังนี้

แจกแบบสอบถามให้ชาวต่างชาติ ทวีปเอเชีย จำนวน 208 คน

แจกแบบสอบถามให้ชาวต่างชาติ ทวีปยุโรป จำนวน 102 คน

แจกแบบสอบถามให้ชาวต่างชาติ ทวีปอเมริกา จำนวน 71 คน

แจกแบบสอบถามให้ชาวต่างชาติ ทวีปออสเตรเลีย จำนวน 19 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

สำหรับในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดเลือกสัมภาษณ์แพทย์ที่ทำการศัลยกรรมตกแต่ง ผู้ที่มีความรู้ หรือเกี่ยวข้องในวงการศัลยกรรมตกแต่ง โดยมีเนื้อหาคำถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์บุคคลต่อไปนี้

1. ศาสตราจารย์ นายแพทย์ จริญญา มหาทุมะรัตน์ นายกสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยแห่งประเทศไทย

2. รองศาสตราจารย์นายแพทย์อภิรักษ์ ช่างสูวณิช นายกสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย

3. พล.ต.ต.น.พ. อรรถพันธ์ พรหมนารถรัตน์ นายกสมาคมศัลยกรรมและเวชศาสตร์เพื่อการเสริมสวยประเทศไทย

4. นายแพทย์เอื้อชาติ กาญจนพิทักษ์ นายกสมาคมโรงพยาบาลเอกชน

5. คุณบุญศรี พรหมดวง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดศูนย์ความงาม โรงพยาบาลยันฮี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยให้ชาวต่างชาติที่สนใจบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทยเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งในส่วนของแบบสอบถามมีทั้งคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด แบ่งเนื้อหาเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล (คำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เพศ มี 2 ตัวเลือก คือ เพศหญิง เพศชาย

อายุ มี 8 ตัวเลือก ได้แก่ อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี อายุ 50-59 ปี อายุ 60-69 ปี อายุ 70-79 ปี และอายุมากกว่า 79 ปี โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุตามรูปแบบสถิติผู้รับบริการศัลยกรรมพลาสติกชาวต่างชาติของโรงพยาบาลปิยะเวท

ภูมิลำเนา มี 5 ตัวเลือก โดยใช้ระบบการแบ่งทวีปแบบ 5 ทวีป ได้แก่ ทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ทวีปออสเตรเลีย/โอเชียเนีย และทวีปแอฟริกา แต่เนื่องจากสถิติการใช้บริการทางการแพทย์ไม่พบว่ามีชาวทวีปแอฟริกามาใช้บริการในประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดโควตาในการเก็บข้อมูลจากชาวต่างชาติทั้ง 4 ทวีป ยกเว้นทวีปแอฟริกา

อาชีพ มี 6 ตัวเลือก ได้แก่ 1. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. ธุรกิจส่วนตัว 4. แม่บ้าน/พ่อบ้าน 5. นักเรียน/นักศึกษา 6. อื่น ๆ

สถานภาพ มี 4 ตัวเลือก ได้แก่ โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งเว้นช่องว่างให้ตอบ ซึ่งจะทำการจัดกลุ่มเมื่อนำไปประมวลผล

ส่วนที่ 2: สัมภาษณ์ลักษณะของการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย (คำถามปลายเปิด) มี 2 คำถามหลัก

คำถามข้อแรกเป็นการสำรวจการรับรู้ในเรื่องของความเชี่ยวชาญในการทำศัลยกรรมตกแต่งของประเทศไทย

คำถามข้อที่สองเป็นการสำรวจทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้านหลัก ๆ ตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีคำถามทั้งหมด 34 ข้อ ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) มีคำถาม 5 ข้อ
2. ด้านราคา มีคำถาม 5 ข้อ
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย มีคำถาม 5 ข้อ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีคำถาม 5 ข้อ
5. ด้านบุคลากร มีคำถาม 5 ข้อ
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีคำถาม 4 ข้อ
7. ด้านกระบวนการ มีคำถาม 5 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามในข้อที่ 2 เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ท โดยใช้สเกล 6 ระดับ ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 6 คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
ค่อนข้างเห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนการตีความค่าคะแนนจากการวัด ใช้ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากการวัดมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยมีเกณฑ์ในการตีความหมายคะแนนจากการวัดไว้ดังนี้ (รังสรรค์ โฉมยา, 2551)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	แสดงว่า	มีคุณลักษณะในตัวแปรต่ำมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	แสดงว่า	มีคุณลักษณะในตัวแปรต่ำ
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	แสดงว่า	มีคุณลักษณะในตัวค่อนข้างต่ำ
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	แสดงว่า	มีคุณลักษณะในตัวค่อนข้างสูง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.49	แสดงว่า	มีคุณลักษณะในตัวแปรสูง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 5.50 – 6.00	แสดงว่า	มีคุณลักษณะในตัวแปรสูงมาก

ส่วนที่ 3: แสดงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย (คำถามปลายเปิด)

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยให้แพทย์ที่ทำการศัลยกรรมตกแต่ง ผู้ที่มีความรู้ หรือเกี่ยวข้องในวงการศัลยกรรมตกแต่งเป็นผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นคำถามในเชิงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยออกแบบและแจกให้ชาวต่างชาติที่สนใจบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย รวมทั้งจากการสัมภาษณ์แพทย์ที่ทำการศัลยกรรมตกแต่ง ผู้ที่มีความรู้ หรือเกี่ยวข้องในวงการศัลยกรรมตกแต่ง

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารตำราวิชาการ ผลงานวิจัย และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาในบทที่ 2 อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การบริการทางการแพทย์/การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ แนวคิดเกี่ยวกับศัลยกรรมและศัลยกรรมตกแต่ง แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ส่วนประสมทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด ภาพลักษณ์กับการส่งเสริมการตลาด และการวิเคราะห์ SWOT เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ตามประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 (ข้อมูลส่วนบุคคล) และตอนที่ 2 (สำรวจภาพลักษณ์ของการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย) ใช้วิธีการประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Sciences : spss) โดยใช้สถิติทั้ง 2 แบบ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ Independent T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 (แสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ) ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แพทย์ที่ทำศัลยกรรมตกแต่ง ผู้ที่มีความรู้ หรือเกี่ยวข้องในวงการศัลยกรรมตกแต่ง ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนขั้นตอนสุดท้าย คือ การนำผลการวิจัยจากแบบสอบถามที่ผ่านการประมวลผลแล้ว และคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์มาอภิปรายผล พร้อมกับเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการตลาดการบริการศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทยในกลุ่มชาวต่างชาติ

