

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย” คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) ประกอบด้วย การวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย (ผู้สูงอายุวัยต้น) อายุระหว่าง 60-69 ปี จำนวน 5.6 ล้านคน ร้อยละ 8.6 ของประชากรทั้งหมดในปี 2557 จากข้อมูลการคาดประมาณประชากรของประเทศไทยปี 2553-2583 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (กระทรวงการวางแผนสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559) โดยการสุ่มตัวอย่างสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศไทย ตามภูมิภาค 5 ภูมิภาค โดยสุ่มตัวอย่างภาคละ 2 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 10 จังหวัด

เครื่องมือในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ครอบคลุมประเด็นศึกษาตลาดการท่องเที่ยวและปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คณะผู้วิจัยมีการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย
3. นิยามตัวแปรเพื่อสร้างแบบสอบถาม
4. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปร นำปรึกษาที่ปรึกษาในการทำวิจัย
5. ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของที่ปรึกษาและส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)
6. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficients) ได้ค่าความเชื่อมั่น .882
7. ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้านความเชื่อมั่นความยากง่าย และค่าอำนาจจำแนก เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามทั่วประเทศ โดยการสุ่มตัวอย่างสำนักงาน ททท. ในประเทศ ตามภูมิภาค 5 ภูมิภาค (ประกอบกับการพิจารณาสถิติตัวเลขผู้สูงอายุในแต่ละภูมิภาคและจังหวัด) โดยสุ่มตัวอย่างภาคละ 2 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 10 จังหวัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ และ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อเสนอแนะอื่น ทำการวิเคราะห์เนื้อหา หาความถี่และจัดอันดับ

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ออกเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย ครูทางด้านการตลาด ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ และตัวแทนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำนวนรวม 4 คน

กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการและวิชาชีพ ได้แก่ นักวิชาการด้านการตลาด สื่อสารทางการตลาด และการท่องเที่ยว นักวิชาชีพด้านสื่อสารทางการตลาด และนักวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน จำนวนรวม 15 คน

เครื่องมือในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ กลุ่มที่ 1

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล **กลุ่มที่ 1** เป็นการจัดเสวนา และถอดบทสรุปการเสวนาแนวทางพัฒนาปัจจัยทางการตลาดเพื่อดึงดูด และเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยมีแบบคำถามผู้ร่วมเสวนา ซึ่งได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมาประกอบเพื่อกำหนดประเด็นในการเสวนา และครอบคลุมประเด็นแนวทางพัฒนาปัจจัยทางการตลาดเพื่อดึงดูด และเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย การพัฒนาปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกายภาพ (Physical evidence) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ควรมีแนวทางอย่างไร ควรมีหน่วยงานใดเข้ามามีบทบาทและเกี่ยวข้องในการผลักดัน มีปัจจัยใดเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการต่อการพัฒนาปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุอย่างไร

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คณะผู้วิจัยมีการดำเนินการดังนี้

1. กำหนดประเด็นคำถามในการเสวนาครอบคลุมแนวทางพัฒนาปัจจัยทางการตลาดเพื่อดึงดูด และเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
2. นำแบบคำถามในการเสวนาฉบับร่างปรึกษาที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด การสื่อสารการตลาด และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
3. ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของที่ปรึกษาปรับปรุงแก้ไขก่อนให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. นำแบบคำถามที่ปรับปรุงแล้วไปดำเนินการจัดเสวนากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินการจัดเสวนา มีการดำเนินการดังนี้

1. การเชิญครูทางด้านการตลาด ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ และตัวแทนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำนวนรวม 4 คน โดยมีรูปแบบผู้ดำเนินการเสวนา 1 คน รวม 5 คน
2. การเชิญผู้เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ตลอดจนนักวิชาการด้านการตลาดและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมฟังการเสวนา ร่วมเสนอแนะความคิดเห็น
3. ทำการถอดบทสรุปเสวนาเพื่อให้ได้แนวทางพัฒนาปัจจัยทางการตลาดเพื่อดึงดูดและเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจัดเสวนาถอดบทเรียน กลุ่มที่ 1 คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อถอดบทเรียน ความเหมือน ความต่างและหาความถี่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางพัฒนาปัจจัยทางการตลาดเพื่อดึงดูด และเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

เครื่องมือในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ กลุ่มที่ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (กลุ่มที่ 2) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) โดยมีแบบสัมภาษณ์ครอบคลุมประเด็นแนวทางสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คณะผู้วิจัยมีการดำเนินการดังนี้

1. กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ครอบคลุมประเด็นแนวทางสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้แก่ วิธีการ รูปแบบ การดำเนินงานการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย ตลอดจนการใช้เครื่องมือ หรือช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถสร้างการรับรู้ และกระตุ้นการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุควรเป็นอย่างไร ตลอดจนนำบทสรุปแนวทางพัฒนาปัจจัยทางการตลาดฯ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ได้มาเป็นประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์
 2. นำแบบสัมภาษณ์ร่างปรึกษาที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด การสื่อสารการตลาด และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
 3. ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 4. นำแบบคำถามสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วไปดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- กลุ่มที่ 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล (กลุ่มที่ 2) คณะผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้

1. จัดทำบันทึกเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าพบเพื่อสัมภาษณ์ และบันทึกข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. คณะผู้วิจัยได้นัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อดำเนินสัมภาษณ์ และบันทึกข้อมูลโดยใช้เทปบันทึกเสียงด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ กลุ่มที่ 2 คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ความเหมือน ความต่างและหาความถี่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย