

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในปัจจัยด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล รวมทั้งการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลตามมาตรฐานด้านต่างๆ เช่น มาตรฐานด้านสถานที่ มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานด้านการบริการ มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ และปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือช่วงเดือนมีนาคมถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และอธิบายความหมายของข้อมูลพร้อมสรุปผลการศึกษาโดยมีระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาตามขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
  - 3.1.1 ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างการวิจัย
  - 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
  - 3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 ประชากรในการศึกษา

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล (ที่อยู่ในบัญชีรายชื่อ ตารางที่ 2.2)

#### 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล

2) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (บุญชม ศรีสะอาด, 2538, น. 38)

สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

e แทน สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = .05

แทนค่า

$$n = \frac{(0.5)(1-.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

3) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มามีเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล 10 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนต่อไปนี้

3.1) เลือกเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล 10 แห่ง

3.2) แบ่งจำนวนตัวอย่างเท่าๆ กัน โดยผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามแจกให้สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล 10 แห่ง จำนวนแห่งละ 40 ชุด เท่าๆ กัน

3.3) การแจกแบบสอบถาม แจกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Selection)

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนงานวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาด การรับรู้มาตรฐานของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะดังนี้

แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบเติมข้อความ (Fill in the Blank) โดยอยู่ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และในส่วนของข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล รวมถึงการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยทบทวนจากคู่มือมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ของกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2559)

แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบอย่างอิสระในเรื่องของภูมิปัญญา และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสถานประกอบการสปาในประเทศไทย

แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ให้คะแนนของข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาด การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการ

สปลาเพื่อสุขภาพระดับสากล และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสถานประกอบการสปลา เพื่อสุขภาพระดับสากล โดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัครวิน แสงพิบูล, 2556, น. 181) ดังต่อไปนี้

#### ค่าคะแนนของปัจจัยด้านการตลาด

ค่าคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	= มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
4	= มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
3	= มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
1	= มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

#### ค่าคะแนนของการรับรู้คุณภาพ

ค่าคะแนน	ระดับการรับรู้คุณภาพ
5	= มีการรับรู้อยู่ในระดับดีมาก
4	= มีการรับรู้อยู่ในระดับดี
3	= มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีการรับรู้อยู่ในระดับแย่มาก
1	= มีการรับรู้อยู่ในระดับแย่มากที่สุด

#### ค่าคะแนนของความพึงพอใจ

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535, น. 23 - 24) มีวิธีคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะประชากรศาสตร์)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาเพื่อ

สุขภาพระดับสากล ประกอบด้วย 4Ps

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ

สุขภาพระดับสากลทั้ง 4 ด้าน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้

บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบเพื่อสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล รวมถึงการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยใช้เกณฑ์จากคู่มือมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ของกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2559)

3. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หามาปรับปรุงแก้ไขและเสน้อาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หามาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre – test) จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรศึกษา แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาข้อบกพร่องก่อนนำไปใช้จริง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำ

กว่า 0.7 ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.968

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาผลสรุปต่อไป

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือในนามมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม ถึงผู้ประกอบการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล จำนวน 10 แห่ง เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานประกอบการในช่วงเดือนมีนาคม ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560

2. ผู้วิจัยประสานงานโดยตรงกับผู้ประกอบการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล เพื่อแจ้งความประสงค์และนัดหมายวันเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลให้รับทราบ

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Selection) เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

4. ผู้วิจัยจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องเพื่อนำไปวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไป

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความสมบูรณ์ของคำตอบแต่ละฉบับพร้อมทั้งลงรหัสของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูลเพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้

โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติแล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอในเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และตารางแสดงความสัมพันธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมุติฐานการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยข้อมูลที่ได้จะเป็นดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาด ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. แบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่าเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีผลต่อการเลือกการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัศวินแสงพิบูล, 2556, น. 181) ในการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด โดยในการวัดระดับมีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

#### ค่าคะแนนของปัจจัยด้านการตลาด

ค่าคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	= มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
4	= มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
3	= มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
1	= มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

3. แบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่าเกี่ยวข้องกับความรู้มาตรฐานของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัครวิน แสงพิกุล, 2556, น. 181) ในการวัดระดับ การรับรู้ โดยในการวัดระดับมีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

#### ค่าคะแนนของการรับรู้

ค่าคะแนน	ระดับการรับรู้คุณภาพ
5	= มีการรับรู้อยู่ในระดับดีมาก
4	= มีการรับรู้อยู่ในระดับดี
3	= มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีการรับรู้อยู่ในระดับแย่มาก
1	= มีการรับรู้อยู่ในระดับแย่มากที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีการรับรู้ดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีการรับรู้ดี
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีการรับรู้ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีการรับรู้แย่มาก
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีการรับรู้แย่มากที่สุด

4. แบบสอบถามที่ใช้แบบประเมินค่าเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล เป็นการวัดความพึงพอใจเชิงประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยยึดประสพการณ์เป็นหลัก ซึ่งนักวิชาการระดับชาติอ้างเหตุผลว่า การวัดสถานการณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การใช้ประสพการณ์ทั้งหมดในรูปแบบของสภาวะทางอารมณ์ในการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงมีความเหมาะสมมากกว่า (Rajaratnam, S.D. & Nair, V., 2015) ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัครวิน แสงพิกุล, 2556, น. 181) ในการวัดระดับความพึงพอใจ โดยในการวัดระดับมีเกณฑ์ของระดับให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ ดังนี้

### ค่าคะแนนของความพึงพอใจ

ค่าคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
3	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1	= มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยความสำคัญเป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

#### 3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพื่อใช้สรุปหรือบรรยายให้เห็นคุณลักษณะของตัวแปรที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาไม่สามารถนำไปอ้างอิงหรือใช้กับกลุ่มอื่นๆ ได้ โดยอาจเป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปตารางการแจกแจงความถี่ กราฟ รูปภาพต่างๆ หรืออาจเสนอค่าวัดคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น (อศวิน แสงพิกุล, 2556, น. 218) ซึ่งในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถาม 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ประกอบด้วย 4Ps

### 3.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษา เพื่อนำไปสรุปเกี่ยวกับประชากร โดยการทดสอบสมมติฐานว่า การเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรอิสระหรือไม่ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556, น. 223) โดยในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยวิธีดังต่อไปนี้

1. การทดสอบสมมติฐานของผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย เมื่อสุ่มตัวอย่างจากแต่ละประชากรเป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples T-test) ซึ่งเป็นการทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยได้แก่ เพศ

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือแบบมีปัจจัยเดียว (F-test หรือ One-Way ANOVA) ซึ่งเป็นการจำแนกข้อมูลด้วยตัวแปร หรือปัจจัยเพียงปัจจัยเดียว หรือเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของระดับต่างๆ ได้แก่ อายุ ภูมิภาค การศึกษา รายได้

3. การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ การหาปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีข้อสมมติฐาน (assumption) ดังนี้

3.1 ค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model errors are independent) โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

3.1.1 การตรวจสอบ  $dw < dL$ ,  $\alpha$  แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางบวก

3.1.2 การตรวจสอบ  $dw > dU$ ,  $\alpha$  แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์ทางบวก

3.1.3 การตรวจสอบ  $4 - dw < dL$ ,  $\alpha$  แสดงว่า มีความสัมพันธ์ทางลบ

3.1.4 การตรวจสอบ  $4 - dw > dU$ ,  $\alpha$  แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์ทางลบ

3.2 ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

3.3 ค่าความคาดเคลื่อนต้องแจกแจงแบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed)

3.4 ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์ (The mean of the errors is zero)

3.5 ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีความแปรปรวนคงที่ (Errors have a constant variance)