

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองพัทยาผ่านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. เครื่องมือที่ใช้ในการการศึกษาวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การตรวจสอบข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักดังต่อไปนี้

3.1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา

เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมีจำนวนที่ไม่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กำลังท่องเที่ยวอยู่ในเมืองพัทยาที่บรรลุนิติภาวะแล้ว (อายุ 20 ปีขึ้นไป) ทุกประเภทการท่องเที่ยว ทุกพฤติกรรมการท่องเที่ยว และทุกวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จำนวน 5 คน

3.1.2 กลุ่มผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

กลุ่มผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ได้แก่

(1) ภาครัฐ กลุ่มนี้เป็นผู้กำหนดนโยบาย วางแผนยุทธศาสตร์ และกำกับดูแลการท่องเที่ยวของประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รองผู้ว่าการ (ดูแลด้านตลาดในประเทศ, ต่างประเทศ, สื่อสารการตลาด, พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ฯลฯ) กรรมการท่องเที่ยว อธิบดีกรมการท่องเที่ยว รองอธิบดี องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ผู้อำนวยการ อพท. ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และเทศบาล นายก อบจ., นายกเทศมนตรี ที่ดูแลโครงการท่องเที่ยวท้องถิ่น ผู้บริหารหน่วยงานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

(2) ภาคเอกชน กลุ่มนี้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ผู้บริหารสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) นายกสมาคม สมาคมโรงแรมไทย (THA) นายกสมาคม สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไทย (TEATA) นายกสมาคม ผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวรายใหญ่ กลุ่มผู้บริหารโรงแรมเครือใหญ่ (เช่น Minor Hotels, Centara, Dusit Thani) กลุ่มผู้บริหารสายการบิน (Thai Airways, Bangkok Airways, AirAsia ฯลฯ) บริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ หอการค้าและสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฯ

(3) องค์กรความร่วมมือ/วิชาชีพ และเครือข่าย (Associations & Networks)

สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA) สมาคมการจัดงานอีเวนต์และนิทรรศการ (TEA) นายก

สมาคม สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย นายกสมาคม ชมรมผู้ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัด ประธานชมรม คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค ประธาน/ผู้แทน

ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวน 3 คน

3.1.3 กลุ่มนักวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การฟื้นฟู การท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

(1) กลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัยและสถาบันอุดมศึกษา กลุ่มนี้ทำหน้าที่สอน วิจัย และให้คำปรึกษาทางวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การฟื้นฟู การท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาท่องเที่ยว

(2) นักวิชาการในสถาบันวิจัยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา (เช่น ศูนย์วิจัยการท่องเที่ยวแห่งมหาวิทยาลัยบูรพา ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ศูนย์วิจัยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจการท่องเที่ยว

(3) นักวิชาการที่มีชื่อเสียงในวงการท่องเที่ยวไทย อาจเป็นทั้งอาจารย์ นักวิจัย และที่ปรึกษานโยบาย)

(4) นักวิชาการที่ทำงานเชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐและเอกชน นักวิจัยที่ร่วมทำโครงการกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, และ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) นักวิชาการที่ทำวิจัยด้าน การตลาดการท่องเที่ยว, การจัดการแหล่งท่องเที่ยว, และการพัฒนาเชิงนโยบาย ให้กับสมาคมการท่องเที่ยว และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(5) เครือข่ายนักวิชาการและสมาคมวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว สมาคมวิจัยการท่องเที่ยวไทย (Thai Tourism Research Association) เครือข่ายนักวิชาการการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน ชมรมนักวิชาการด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มนักวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การฟื้นฟู การท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาท่องเที่ยว จำนวน 3 คน

3.1.4 กลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

(1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operators & Travel Agencies) ทำหน้าที่จัดโปรแกรมท่องเที่ยว ขายแพ็คเกจทัวร์ และบริการด้านการเดินทาง บริษัทนำเที่ยว

(2) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก (Accommodation Providers)

(3) ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งและสายการบิน (Transport Operators) สายการบิน ผู้ประกอบการรถทัวร์และรถเช่า

(4) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการสนับสนุนการท่องเที่ยว (Tourism-Related Services) ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหารท้องถิ่น, ภัตตาคารหรู, ร้านอาหารเชิงวัฒนธรรม ธุรกิจสปาและสุขภาพ (Wellness & Spa) ธุรกิจขายของที่ระลึกและงานหัตถกรรม

(5) องค์กรและสมาคมผู้ประกอบการ (Trade Associations) สภาอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมผู้ประกอบการหลายสาขา สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ผู้ประกอบการทัวร์ขาเข้า (Inbound) สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (ADT) สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) ผู้ประกอบการทัวร์ขาออก (Outbound) สมาคมการค้าธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศไทย (TEATA) สมาคมสายการบินประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวน 3 คน

โดยผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กระบวนการสัมภาษณ์บริบทของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ความต้องการ พฤติกรรม และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีน แนวทางการฟื้นฟู ทฤษฎีการฟื้นฟูหลังวิกฤต แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทฤษฎีการจัดการแบบปรับตัว กรอบแนวคิดการฟื้นฟูวิถีชีวิต การสร้างแบรนด์สถานที่หลังวิกฤต จำนวน 24 คน ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 กระบวนการสัมภาษณ์

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา	ผู้ที่กำลังท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ทุกเพศ มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป สดใสมักมีปัญญะครบทุกประการ จำนวน 5 คน
กลุ่มผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา	เป็นผู้บริหารที่มีบทบาทเชิงกลยุทธ์ มีประสบการณ์จริง และมีความเกี่ยวข้องกับตลาดนักท่องเที่ยวจีนโดยตรง เพื่อให้ข้อมูลสะท้อนสถานการณ์ได้อย่างลึกซึ้งและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์เชิงวิชาการคณะ จำนวน 3 คน จำนวน 3 คน ดังต่อไปนี้ 1) คุณปริญญา นาคฤดี (รองผู้บริหารองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) 2) คุณอำนาจ ทัยสุข (รองนายกเมืองพัทยา) 3) คุณปริศนา งามเลิศ (รองผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพัทยา)
กลุ่มนักวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การฟื้นฟู การท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา	เป็นผู้ที่มีความรู้เชิงวิชาการและงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว ประสบการณ์ตรงในพื้นที่พัทยา และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อให้ข้อมูลมีทั้งความเป็นวิชาการและความเชื่อมโยงกับการปฏิบัติจริงขึ้นไป จำนวน 3 คน ดังต่อไปนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
	1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ ภักดิ์ธรรม (อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี) 2) คุณโชคชัย นวภูนาถ (นักวิชาการอิสระ) 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสาวนีย์วรรณประภา (อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี)
กลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา	เป็นผู้ที่มีธุรกิจท่องเที่ยวในพัทยา มีประสบการณ์ตรงกับตลาดนักท่องเที่ยวจีน และอยู่ในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกและใช้ได้ จำนวน 3 คน ดังต่อไปนี้ 1) คุณปฐมพร พรหมโชค (เจ้าของบริษัท พัทยาทัวร์) 2) คุณสุรัชย์ เหมะนันท์ (เจ้าของบริษัท เวิลด์ ออฟ เอ็นเตอร์เทนเมนท์) 3) คุณเมธิกา ล่านคร (อินเทอร์เน็ต วอเตอร์ เวิลด์ พัทยา)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการศึกษาดังนี้

3.2.1 แบบบันทึกการศึกษาข้อมูลจากเอกสารหลักฐาน ประกอบไปด้วย

ชื่อเรื่อง/ชื่อเอกสาร ระบุชื่อเอกสารหรือบทความที่ศึกษา บริบทของกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด ความต้องการ พฤติกรรม และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีน แนวทางการฟื้นฟู ทฤษฎีการฟื้นฟูหลังวิกฤต แนวคิดการพัฒนายั่งยืน ทฤษฎีการจัดการแบบปรับตัว กรอบแนวคิด การฟื้นฟูวิถีชีวิต การสร้างแบรนด์สถานที่หลังวิกฤต

ผู้แต่ง/หน่วยงาน ใครเป็นผู้เขียนหรือจัดทำ เช่น "Ministry of Education of China (2021)" ปีที่เผยแพร่ เพื่ออ้างอิงความทันสมัย

วัตถุประสงค์หรือประเด็นสำคัญของเอกสาร สรุปสั้น ๆ ว่าเอกสารนี้มีเนื้อหาหลักเกี่ยวกับอะไร

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย สรุปใจความสำคัญเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์การฟื้นฟูการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

ข้อสรุปหรือข้อเสนอแนะ (ถ้ามี) เอกสารนั้นเสนอแนวคิดหรือแนวทาง

ปฏิบัติอะไรบ้าง

3.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีโครงสร้างแบบคำถามที่สร้างขึ้นเพื่อใช้สัมภาษณ์แบบเชิงลึกที่ได้วางแผนคำถามตามวัตถุประสงค์เอาไว้แล้ว เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถซักถามได้อย่างละเอียด ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่จะศึกษา โดยแนวคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีความยืดหยุ่น และเปิดกว้าง มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาใช้สัมภาษณ์ส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่กำลังดำเนินการกระบวนการวิจัย อันจะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายมิติ และข้อเท็จจริง

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือแบบร่างนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้าน การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การฟื้นฟูการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพิจารณาความครอบคลุม ความเหมาะสม และความชัดเจนของคำถามในแบบสัมภาษณ์ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง

2) การปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือ จากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้ปรับถ้อยคำให้เหมาะสมกับการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณา การสร้างคุณค่าของแบรนด์ การฟื้นฟูการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3) การทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pre-test) เครื่องมือได้รับการทดลองใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจริง จำนวน 2 ถึง 3 ท่าน เพื่อประเมินความเข้าใจในคำถามและระยะเวลาในการสัมภาษณ์ รวมทั้งสังเกตความสับสนในการสนทนา

4) การปรับปรุงครั้งสุดท้าย ผลจากการทดสอบเบื้องต้น ทำให้ผู้วิจัยปรับปรุงลำดับคำถามให้มีความเป็นธรรมชาติยิ่งขึ้น และเพิ่มคำถามปลายเปิดเพื่อส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นอย่างลึกซึ้ง

ด้วยกระบวนการข้างต้น ผู้วิจัยมั่นใจว่าเครื่องมือที่ใช้มีความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) ครอบคลุมประเด็นการวิจัย และสามารถสะท้อนข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหลักฐาน

เป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่อาศัยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเอกสารราชการ รายงานการวิจัย หนังสือ ตำรา บทความทางวิชาการ บทความข่าว หรือรายงานสถิติต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนและอ้างอิงในการศึกษา การเก็บข้อมูลจากเอกสารหลักฐานช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทำความเข้าใจภาพรวมของประเด็นที่ศึกษา วิเคราะห์แนวโน้มหรือทิศทางของข้อมูล และตรวจสอบข้อเท็จจริงในเชิงการท่องเที่ยวเมืองพัทยาหรือบริบทการท่องเที่ยวประเทศไทยได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมความถูกต้องและน่าเชื่อถือของงานวิจัย โดยเฉพาะเมื่อใช้ร่วมกับวิธีการเก็บข้อมูลรูปแบบอื่น ทั้งนี้ การเลือกเอกสารที่จะนำมาศึกษาจำเป็นต้องพิจารณาความ

น่าเชื่อถือ ความทันสมัย และความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างรอบคอบ

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

1) ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำเพื่อขอเข้าสัมภาษณ์จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2) ผู้วิจัยประสานขอความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดของแต่ละกลุ่มเพื่อขอสัมภาษณ์และขอสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการพร้อมแจ้งผู้ให้ข้อมูลหลักให้ทราบว่าในขณะการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงสนทนา เพื่อสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ย้อนหลังได้

3) ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ที่ออกจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดตามที่ได้คัดเลือกเอาไว้ พร้อมทั้งแนบแนวคำถามและเอกสารแนะนำตัวประกอบหนังสือขอความอนุเคราะห์ เพื่อมอบให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักล่วงหน้า

4) ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่ได้นัดหมายเอาไว้แล้วเพื่อทำการสัมภาษณ์เรื่องแนวทางการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาผ่านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยมีการบันทึกเสียง บันทึกภาพ และบันทึกย่อขณะทำการสัมภาษณ์

5) ดำเนินการสรุปผลการสัมภาษณ์นำไปสู่ขั้นตอนการจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

3.4 การตรวจสอบข้อมูล

เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถสะท้อนความเป็นจริงตามสภาพบริบทของการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้นำวิธีการตรวจสอบข้อมูลตามแนวทางของ ลินคอล์น และกูบา (Lincoln & Guba, 1985) ที่เน้นความเชื่อมั่น (Trustworthiness) ในการวิจัยเชิงคุณภาพ มาใช้ ดังนี้

3.4.1 ความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Credibility)

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลกลับกับผู้ให้ข้อมูล (Member Check) โดยการนำผลสรุปหรือบทวิเคราะห์เบื้องต้นจากการสัมภาษณ์กลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ถ่ายทอดตรงกับความหมายและเจตนาของผู้ให้ข้อมูลจริง ทั้งนี้ การตรวจสอบข้อมูลร่วมกับผู้ให้ข้อมูลช่วยลดความคลาดเคลื่อนหรืออคติของผู้วิจัย และเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล

3.4.2 การตรวจสอบจากหลายแหล่งข้อมูล (Triangulation)

ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบจากหลายแหล่งข้อมูลและหลายวิธีการ เช่น การเก็บข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการเปรียบเทียบข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่หลากหลาย (เช่น ผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา ผู้เชี่ยวชาญการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร) เพื่อสร้างความสมบูรณ์และลดอคติของข้อมูล

3.4.3 ความสอดคล้องของข้อมูล (Dependability)

ผู้วิจัยได้บันทึกกระบวนการเก็บข้อมูลและขั้นตอนการวิเคราะห์ไว้อย่างละเอียด มีการเก็บรักษาข้อมูลเสียง บันทึกภาพ และบันทึกย่อ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ในทุกขั้นตอน นอกจากนี้ยังมีการทบทวนวิธีการดำเนินงานร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาหรือผู้ทรงคุณวุฒิอย่างต่อเนื่อง

3.4.4 การยืนยันได้ของข้อมูล (Confirmability)

ข้อมูลและการตีความของผู้วิจัยได้รับการตรวจสอบร่วมกับผู้วิจัยร่วม หรือคณะกรรมการวิชาการ เพื่อให้แน่ใจว่าผลการวิจัยเกิดจากข้อมูลจริง มิใช่ความคิดเห็นหรือมุมมองส่วนตัวของผู้วิจัยเพียงฝ่ายเดียว

3.4.5 การถ่ายทอดได้ (Transferability)

ผู้วิจัยจะอธิบายแนวทางการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาผ่านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้วิจัยท่านอื่นสามารถเข้าใจบริบทและนำไปปรับใช้หรือเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) โดยเน้นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการตีความ (Interpretative Analysis) ตามแนวทางของ Miles & Huberman (1994) ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

3.5.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction)

ผู้วิจัยทำการถอดเทปการสัมภาษณ์ทั้งหมดอย่างละเอียด จากนั้นทำการคัดเลือก ตัดทอน จัดกลุ่ม และสรุปสาระสำคัญของข้อมูล โดยเน้นเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย เช่น แนวคิด การสื่อสาร การประยุกต์ใช้การศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ในสาขาวิชานิเทศศิลป์ และกระบวนการหลอมรวมสื่อ การลดทอนข้อมูลช่วยให้สามารถจัดการกับข้อมูลจำนวนมากได้อย่างมีระบบ และทำให้เห็นประเด็นสำคัญได้ชัดเจนมากขึ้น

3.5.2 การจัดหมวดหมู่และการแสดงข้อมูล (Data Display)

หลังจากลดทอนข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามหัวข้อหรือประเด็นหลักที่กำหนดไว้ เช่น รูปแบบและกระบวนการสื่อสารในการประยุกต์ใช้การศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ การหลอมรวมสื่อในกระบวนการเรียนการสอนนิเทศศิลป์ ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้การศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ บทบาทของผู้สอน ผู้เรียน และผู้บริหารโดยการนำเสนอข้อมูลจะใช้รูปแบบตาราง แผนภาพ หรือแผนผังความคิด (Mind Map) เพื่อให้เข้าใจง่าย และช่วยให้ผู้วิจัยมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและแนวโน้มต่าง ๆ ได้ชัดเจน

3.5.3 การสรุปและการตีความ (Conclusion Drawing and Verification)

ผู้วิจัยสรุปสาระสำคัญจากข้อมูลที่จัดหมวดหมู่แล้ว และตีความตามบริบทของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ความต้องการ พฤติกรรม และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีน แนวทางการฟื้นฟู ทฤษฎีการฟื้นฟูหลังวิกฤต แนวคิดการพัฒนายั่งยืน ทฤษฎีการจัดการแบบปรับตัว กรอบแนวคิดการฟื้นฟูวิถีชีวิต การสร้างแบรนด์สถานที่หลังวิกฤตโดยเปรียบเทียบกับเอกสารหลักฐาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างข้อค้นพบเชิงลึก ที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของข้อสรุปด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูล (Triangulation) และการตรวจสอบร่วมกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะนี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิจัยได้อย่างรอบด้านและถูกต้อง