

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยแต่ละประเภทมีลักษณะ ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราดในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ และให้ได้ข้อมูลหลายส่วนครบถ้วนประกอบกัน ให้ได้ข้อมูลครบถ้วนทุกด้านแล้ว และนำมาสังเคราะห์เชิงเหตุผลอธิบายกระบวนการดังกล่าวและนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพในส่วนนี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ซึ่งรายละเอียดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการอภิปรายผลการวิเคราะห์ จะได้กล่าวในลำดับ ต่อๆ ไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในมิติต่างๆ ที่มีความหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้เลือกเก็บข้อมูลจากผู้บริหารชุมชน ผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด จำนวน 5 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) อันเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากตัวแทนชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด ที่มีบทบาทหน้าที่ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด เป็นเกณฑ์การคัดเลือก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. นายศักดิ์ชัย เอี่ยมบุญฤทธิ์
ตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว
2. นางสาวสริน วิริญโท
ตำแหน่ง รองประธานคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว
3. คุณทองศรี นรินทร
ตำแหน่ง กรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว
4. คุณมรสุม นุชโสภณ
ตำแหน่ง กรรมการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว
5. คุณจิตติกานต์ ถนอมสิน
ตำแหน่ง ประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว

เครื่องมือการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

การศึกษาส่วนนี้ เป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) โดยมีโครงสร้างแบบคำถามที่สร้างขึ้น เพื่อใช้สัมภาษณ์แบบเชิงลึกที่ได้วางแบบคำถามการสัมภาษณ์เป็นแบบแนวคำถาม (Interview Guide) เพื่อช่วยให้ผู้สัมภาษณ์สามารถซักถามได้อย่างละเอียด ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยมีโครงสร้างคำถามแบบกึ่งโครงสร้างที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่มีความชัดเจนตายตัว โดยเป็นแต่เพียงการกำหนดแนวข้อคำถามแบบเปิดกว้าง หรือเป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เป็นกระบวนการวิธีการวิจัยที่มีผลทำให้ข้อคำถามมีความยืดหยุ่น และเปิดกว้าง มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่เป็นผู้ที่มีความรู้ และความชำนาญหรือมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่กำลังดำเนินกระบวนการวิจัย โดยกระบวนการวิจัยในลักษณะเช่นนี้จะเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความรู้และความชำนาญหรือมีความเชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะได้อย่างหลากหลายในทุกแง่มุม โดยผู้สัมภาษณ์สามารถที่จะดำเนินการสัมภาษณ์ และสามารถที่จะสอบถาม ติดตาม และซักไซ้ไล่เรียงข้อมูลข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดปลีกย่อยที่สำคัญ และมีความน่าสนใจในแต่ละประเด็นของคำตอบ จากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ อันทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ และข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ ที่มีทั้งมิติของความลึก และมิติของความกว้างในเรื่องที่ดำเนินกระบวนการวิจัยนั้น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ประสานขอความร่วมมือจากบุคคลที่เป็นตัวแทนของชุมชน เพื่อขอสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด อย่างเป็นทางการ โดยแจ้งให้ทราบว่าในการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้น ผู้วิจัยจะมีการบันทึกข้อมูลโดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการขออนุญาตก่อนทำการบันทึกเสียงเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องย้อนกลับในภายหลังได้
2. ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ ที่ออกโดยคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ถึงผู้บริหารชุมชน ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด รวมทั้งหมด 5 คน ตามที่ได้คัดเลือกไว้แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเชิญเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
3. ผู้วิจัยส่งหนังสือแจ้งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมทั้งแนบเอกสารแนะนำตัวประกอบหนังสือขอความอนุเคราะห์ และแบบสัมภาษณ์ เพื่อมอบให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ศึกษาล่วงหน้าก่อนให้สัมภาษณ์
4. ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตามกำหนดวันที่และเวลาที่ได้ติดต่อประสานไว้ เพื่อทำการสัมภาษณ์ เรื่อง การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยมีการบันทึกเสียง บันทึกภาพ และการบันทึกย่อระหว่างการสัมภาษณ์
5. ดำเนินการจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่อง การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความเชื่อถือของข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไป (Methodological Triangulation) โดยเปลี่ยนแปลงที่เป็นบุคคล เวลา หรือสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูล และเป็น การตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (Data Triangulation) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการพิสูจน์การใช้ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงเวลา สถานที่ และบุคคล และพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้อาจถูกต้องหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความจริงมากที่สุด ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องโดยการเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่ง ได้แก่ ผู้รับผิดชอบการดูแลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจการตลาด

เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ประกอบด้วย ผู้บริหารชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด นำข้อมูลในประเด็นเดียวกันที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละรายมาเทียบเคียงว่ามีความคล้ายคลึงและไปในทางทิศเดียวกันหรือไม่

2. ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายๆ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย เรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ส่วนใหญ่ที่สำคัญเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การทบทวนและ วิเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด การจดบันทึก และบันทึกเสียง เพื่อยืนยันข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกและการรวบรวมจากเอกสาร

3. ตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการยืนยันข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี โดยผู้วิจัยได้บูรณาการแนวความคิด ทฤษฎีหลายๆ ชุด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว ที่เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ทำให้สามารถมองแนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้หลายมุมมอง เปรียบเสมือนการมองภาพจากแว่นหลายประเภท เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องจากคณะอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแต่ละท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่จะช่วยตรวจสอบและให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ภาคสนาม ดังนี้

1. การศึกษาจากข้อมูลเอกสาร (Document study) ผู้วิจัยเน้นการศึกษาค้นคว้า แนวคิดทฤษฎี นอกจากนี้ยังศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทาง รวมทั้งค้นคว้าข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตลอดจนศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด เป็นต้น

2. การศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลและป้อนคำถามตามที่ได้กำหนดไว้ เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดของชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จำนวน 5 คน และเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดของชุมชนบ้านน้ำเขียว โดยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการเติมข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ชื่อ นามสกุล เพศ ตำแหน่ง และระยะเวลาหรือประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

ส่วนที่ 2 เป็นรายการสัมภาษณ์ตามกรอบที่วิจัย

3. การศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลและป้อนคำถามตามแนวคำถามที่ได้กำหนดไว้ เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน และตัวแทนชาวบ้าน เพื่อตอบข้อซักถามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด

4. การศึกษาโดยวิธีการสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) คือการเข้าร่วมและสังเกตกิจกรรมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียวที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว และการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและการร่วมมือของคนในชุมชน เช่น การประชุม หน้าที่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง การศึกษาดูงาน เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อสนับสนุนการเก็บรวบรวมใน 2 วิธีแรก ซึ่งการเข้าไปร่วมสังเกตการณ์แต่ละครั้งผู้วิจัยจะมีการแจ้งไปยังประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวก่อนทุกครั้ง

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการศึกษาข้อมูลเอกสารมาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์ (Description Analytical) และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดบูรณาการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยมุ่งศึกษาหาข้อเท็จจริงเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบซึ่งเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่อยู่บนรากฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ในระหว่างเดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน 2563 โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

บ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด แล้ววิเคราะห์หาข้อสรุปผลการวิจัยด้วยวิธีทางสถิติ โดยมีรายละเอียดของการศึกษาดังนี้

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียว มี 2 ประเภท คือ 1) กลุ่มทัวร์ (Tour Group) และ 2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวแบบส่วนตัว (walk in) จำนวนทั้งสิ้น 7,581 คน (กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด, 2563)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแทนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม
	N	แทน	จำนวนหน่วยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน บ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด
	e	แทน	ระดับความคลาดเคลื่อนของการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงแทนค่าในสูตรได้ ดังนี้

เมื่อแทนค่าตามสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{7,581}{1+7,581 (0.05)^2} \\ &= \frac{7,581}{1+7,581 (0.025)} = 399.29 \end{aligned}$$

$$= 400 \text{ คน}$$

ดังนั้นในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่างของงานวิจัยนี้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (ตามที่ได้ดำเนินการแล้วในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง)

ขั้นตอนที่ 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด โดยเก็บตัวอย่างจากจากนักท่องเที่ยวที่ยินดีให้ความร่วมมือ

ขั้นตอนที่ 3 เลือกสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก (Accident Sampling) โดยผู้วิจัยได้ออกไปแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งกำหนดเป็นพื้นที่ของชุมชน ที่เป็นสถานท่องเที่ยวที่ชุมชนที่นักท่องเที่ยวนิยมมานั่งพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารเกี่ยวกับการตลาดบูรณาการของชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended)

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำเขียวจังหวัดตราด ได้แก่ การตลาดผ่านจากบุคคล การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การตลาดผ่านสื่อออนไลน์การตลาดทางตรง กิจกรรมการส่งเสริมการขาย และกิจกรรมการตลาดร่วมกับหน่วยงานอื่น เป็นคำถามแบบมาตรวัดประเมินค่า ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ ลิกέρท (Likert's Rating Scale) ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย เป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นอย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามตามแนวคิดและทฤษฎี การศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องเสร็จแล้ว นำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเป็นขั้นตอนหลังจากการสร้างเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นเพื่อความถูกต้อง ผู้วิจัยนำไปตรวจสอบเครื่องมือ (สุวิมล ติร กานันท์. 2543: 50) ตามขั้นตอน ดังนี้

1. การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้สอบถามได้นำแบบสอบถามเสนอ ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา รูปแบบของแบบสอบถาม (Format) ความเหมาะสมด้านภาษา (Wording) ความสมบูรณ์ของคำชี้แจง และความเหมาะสมของ การใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม เมื่อรับเครื่องมือกลับคืนจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำข้อแก้ไข ทั้งหมดมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นตามข้อเสนอแนะ

2. การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยในการ ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาได้ดำเนินการ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาถึงความสอดคล้อง ระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามเป็นรายชื่อ วิธีการพิจารณาแบบนี้จะเรียกว่า การหาค่า สัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) โดยมีสูตรการการ คำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร } ioc = \frac{\sum r}{n}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
 $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยการแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

+1 ข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

0 ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

-1 ข้อคำถามวัดไม่ได้ เพราะไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่าหรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่าที่ น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามหรือตัดออกไปตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ระหว่างข้อคำถามกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและผลกระทบในครั้งนี้ ได้ค่า IOC มีค่า 0.92

3. การหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ข้างเคียง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์หาค่าทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แบบครอนบัค (Cronbrach Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดว่าจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป จึงจะยอมรับว่ามีความเชื่อถือได้

4. การหาคุณภาพของเครื่องมือครั้งนี้ สามารถหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้ค่าแอลฟาสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) ในชุดคำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรี มีค่าเท่ากับ 0.84 ดังนั้น แบบสอบถามชุดนี้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ในระดับสูง

5. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วมาปรับแก้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูล

6. จัดพิมพ์เครื่องมือเป็นฉบับจริงและนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของลักษณะข้อมูล สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลลักษณะของนักท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตอบแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวจังหวัดตราด มีการแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์เหตุผล พร้อมสรุปผลงานวิจัยต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความ ตลอดจนเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด การใช้สื่อออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับการบริการทางการท่องเที่ยว โดยทำการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในพื้นที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ด้วยตนเองและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยตนเอง โดยการประสานให้คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการร่วมตอบแบบสอบถามสำหรับการวิจัย และเพื่อการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ผ่านการตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์
 2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล
 3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูล
- โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เกณฑ์การคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นมี ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การศึกษวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และใช้โปรแกรมทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ตารางแสดงค่าร้อยละ (percentage)

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของคำตอบนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อนำเสนอข้อมูลในลักษณะตารางแสดงผล และพรรณนาความตามเนื้อหาที่ได้วิเคราะห์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี