

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การจัดการการสื่อสารในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบ ผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 กระบวนการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	แนวคิดและทฤษฎี	วิธีดำเนินการวิจัย	
			แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
1) เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารและการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมณฑลไห่หนาน	การวิจัยเชิงคุณภาพ	- การจัดการการสื่อสาร - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - ทฤษฎีการพัฒนา - การสื่อสารเพื่อ - การพัฒนา - การรับรู้ตราสินค้า - ทฤษฎีการสื่อสาร	- ผู้บริหาร - ผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ - นักท่องเที่ยว - คณะศึกษาดูงาน - ผู้สูงอายุ - นักท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ - ผู้เดินทางท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวพักผ่อนจากยุโรปและอเมริกา - ผู้ชื่นชอบมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้	- การสังเกต - การสัมภาษณ์ - การวิเคราะห์ข้อมูล - การสัมภาษณ์เชิงลึก - การระดมความคิด
2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน	การวิจัยเชิงปริมาณ	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จากผลการวิจัยขั้นตอนที่ 1	การแจกแบบสอบถาม

3.1 แนวคิดการวิจัย (Research Design)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ที่ผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน รายละเอียดดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณมุ่งเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อนำมาวิเคราะห์การใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของมณฑลไห่หนาน โดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำคัญ แบบสอบถามนี้ถูกออกแบบเพื่อสะท้อนข้อมูลทั้งในระดับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การดำเนินการจะกล่าวถึงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ทางสถิติ และการอภิปรายผล

3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของมณฑลไห่หนาน โดยมุ่งตอบสนองต่อวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย ครบคลุม และเชื่อมโยงหลายมิติ

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

Ronald A. Fisher (1925) ในหนังสือ *Statistical Methods for Research Workers* ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดยระบุว่า “หากความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 1 ใน 20 การใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ถือว่าเหมาะสม” ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและกลายเป็นมาตรฐานสากลของการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

ต่อมา Jacob Cohen (1994) ได้ชี้ให้เห็นว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 เหมาะสมกับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ เนื่องจากเป็นการสร้างสมดุลระหว่างความเสี่ยงของความผิดพลาด (Type I Error) และความเป็นไปได้ในการได้ผลลัพธ์ที่มีความหมายเชิงปฏิบัติ ขณะที่ Zhang Xiaotian (1997) ก็ยืนยันถึงความเหมาะสมของการใช้ระดับนัยสำคัญนี้ในบริบทที่ข้อมูลมีความสูง เช่น การวิจัยตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ในปี 2018 นักวิชาการ 72 คนจากหลากหลายสาขา เช่น แพทยศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และจิตวิทยา ได้ตีพิมพ์บทความ *Redefine Statistical Significance* ในวารสาร *Nature Human Behaviour* โดยเสนอให้ลดระดับนัยสำคัญจาก 0.05 เป็น 0.005 เพื่อเพิ่มความเข้มงวดในการทดสอบสมมติฐานและลดความเสี่ยงต่อผลลัพธ์ลวงบวก (False Positive)

ถึงกระนั้น การวิจัยด้านการตลาดและการท่องเที่ยวมักประสบปัญหาในด้านต้นทุน เวลา และข้อจำกัดในการเก็บตัวอย่างจำนวนมาก ทำให้การใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยังคงเป็นแนวทางที่

เหมาะสมที่สุดและสอดคล้องกับมาตรฐานของงานวิจัยในสังคมศาสตร์ (Song Rui & Xu Yingwei, 2019; Xia Zancai et al., 2021; Zhao Yanan, 2023)

ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้ **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05** ในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อให้สามารถระบุความแตกต่างหรือความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญในเชิงสถิติ อันจะช่วยลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจผิดพลาด และให้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวของมณฑลไห่หนาน

3.2.2 วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของมณฑลไห่หนาน โดยในปี พ.ศ. 2566 (ค.ศ. 2023) ตามรายงานของกรมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของมณฑลไห่หนาน มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ประมาณ 90.0062 ล้านคน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนภายในประเทศ 85 ล้านคน และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 5 ล้านคน ซึ่งนักท่องเที่ยวดังกล่าวกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ทั้ง 18 เมืองและเขตของมณฑลไห่หนาน ได้แก่ เมืองซานย่า (三亚市)、เมืองไห่โข่ว (海口市)、เมืองตานโจว (儋州市)、เมืองอู่จื่อซาน (五指山市)、เมืองเหวินชาง (文昌市)、เมืองชงไห่ (琼海市)、เมืองวานหนิง (万宁市)、เมืองตงฟาง (东方市)、อำเภออิงอัน (定安县)、อำเภอดุนชาง (屯昌县)、อำเภอเฉิงไม (澄迈县)、อำเภอหลินเกา (临高县)、เขตไปซา (白沙)、เขตชางเจียง (昌江)、เขตเล่อตง (乐东)、เขตหลิงสู่ย (陵水黎族自治县)、เขตเป่าอิง (保亭)、และเขตชงจง (琼中黎族苗族自治县)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องและมีศักยภาพเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) คณะนักเรียน/นักศึกษา
- 2) กลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมโครงการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและสุขภาพ
- 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและวันหยุด
- 4) นักท่องเที่ยวทั่วไป
- 5) นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกา
- 6) กลุ่มผู้สนใจมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ผู้วิจัยได้ใช้สูตรของ **Yamane (1967)** ภายใต้ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) 95% และค่าความคลาดเคลื่อน (Margin of Error) 0.05 โดยคำนวณดังนี้

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

เมื่อ

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม

N = ขนาดประชากร = 90,006,200 คน

$e =$ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05

ดังนั้น

$$n = 9000 / 1 + 9000(0.052)^2$$

$$n = 9000 / 1 + 9000 (0.0025)$$

$$n = 9000 / 23.50$$

$$n = 382.97$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของงานวิจัยนี้ถูกกำหนดไว้ที่ ไม่น้อยกว่า 383 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้:

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane โดยตั้งค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ผลลัพธ์ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 383 คน (ดังที่กล่าวไว้ในหัวข้อ 2.1 ย่อหน้าที่ 3 ข้างต้น)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายัง 18 เมืองและอำเภอของมณฑลไห่หนาน โดยในเขต เมืองชานย่า ทำการสุ่ม 36 ตัวอย่าง (นักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกา 16 คน และนักท่องเที่ยวชาวจีน 20 คน) ส่วนเขตอื่น ๆ ได้แก่ เมืองไห่โข่ว เมืองตานโจว เมืองอู่จื่อซาน เมืองเหวินซาง เมืองชยงไห่ เมืองว่านหนิง เมืองตงฟาง อำเภอตงอัน อำเภอตุนฉาง อำเภอเฉิงมัย อำเภอหลินเกา อำเภอไปซา อำเภอซางเจียง อำเภอเล่อตง อำเภอหลิงสุ่ย อำเภอเป่าถิง และอำเภอชยงจง ได้ทำการสุ่มเขตละ 20 ตัวอย่าง โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างต้องครอบคลุมประเภทนักท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) คณะศึกษาดูงาน (นักเรียน/นักศึกษา) (2) ผู้สูงอายุในกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการพักผ่อน (3) นักท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนหย่อนใจ (4) นักท่องเที่ยวทั่วไป และ (5) ผู้ที่สนใจมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intangible Cultural Heritage: ICH) โดยแต่ละกลุ่มต้องมีตัวอย่างอย่างน้อย 4 คน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มแบบสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่แจกแบบสอบถามด้วยตนเองในแต่ละเมืองและอำเภอ ซึ่งสถานที่เก็บข้อมูลถูกกำหนดให้เป็น พื้นที่สาธารณะชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวมักเดินทางไปเยือน

3.2.3 วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่ผ่านมา เพื่อสร้างแบบสอบถามที่สามารถสะท้อนประเด็นการวิจัยเรื่อง การใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของมณฑลไห่หนาน แบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบสอบถามปิด (Closed-Ended Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนที่หนึ่ง คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ช่วงอายุ อาชีพ ภูมิลำเนา โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

2) **ส่วนที่สอง** คำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการท่องเที่ยวในไต้หวัน เช่น ประเภทของกิจกรรมท่องเที่ยว ช่องทางการท่องเที่ยว และลักษณะเด่นของการท่องเที่ยว โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบทั้งแบบเดี่ยวและหลายคำตอบ (Single/Multiple Choice)

3) **ส่วนที่สาม** คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในไต้หวัน และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง รวมถึงประเด็นด้านการสื่อสารและการตลาดการท่องเที่ยว

4) **ส่วนที่สี่** คำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมของไต้หวัน เช่น การโฆษณาออนไลน์ ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การขายตรง การส่งเสริมการตลาด และการตลาดเชิงดิจิทัล โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบหลายคำตอบ (Multiple Choice)

5) **ส่วนที่ห้า** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกซึ่งมีผลต่อการสื่อสารและการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น บทบาทของรัฐบาล ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมสาธารณะ

3.2.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ นักวิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1) **ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)** ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา รูปแบบ ความเหมาะสมของภาษา ความครบถ้วนของประเด็น และระยะเวลาที่ใช้ในการตอบ โดยนำแบบสอบถามร่างแรกให้กลุ่มตัวอย่างทดลองตอบ และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

2) **ดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC)** ผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัยและคำถามในแบบสอบถาม เพื่อยืนยันความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษา

3) **การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test)** ทำการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คนในพื้นที่ใกล้เคียง และคำนวณค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.84 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

4) **การปรับปรุงแบบสอบถาม** ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้จริง

5) **การจัดพิมพ์และใช้งาน** จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** รวบรวมจากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความทางวิชาการ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของมณฑลไต้หวัน ครอบคลุมทั้ง 18 เมืองและอำเภอ โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยคณะนักเรียน/นักศึกษา ผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวพักผ่อน นักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ผู้สนใจมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม การเก็บข้อมูลยัง

ครอบคลุม 7 ประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการสื่อสารทางวัฒนธรรม ธุรกิจการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ผลการเก็บข้อมูลได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 376 ชุด ครอบคลุมพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

3.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับการตอบแล้ว นักวิจัยได้ดำเนินการประมวลผลข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บได้ เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นข้อมูลที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้
- 2) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วเข้าสู่กระบวนการเข้ารหัส (Coding) และบันทึกข้อมูลลงในระบบเพื่อเตรียมการวิเคราะห์
- 3) บันทึกข้อมูลที่ได้จากการเข้ารหัสลงในคอมพิวเตอร์ และใช้โปรแกรมสถิติประมวลผลข้อมูลตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

3.2.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีทางสถิติทั้งเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยว
- 2) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation) ใช้เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของมณฑลไต้หวัน
- 3) การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ใช้สถิติทดสอบ (Test Statistics) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

เพื่อให้ได้มุมมองเชิงลึกที่ครอบคลุมและสะท้อนภาพรวมจากหลากหลายมิติ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) อย่างรัดกุม โดยคัดเลือกตัวแทนจาก 18 เมืองและอำเภอของมณฑลไต้หวัน กำหนดโควตาพื้นที่ละ 1 คน รวมมีผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น 18 ท่าน การคัดเลือกนี้มุ่งเน้นความหลากหลายของประเภทผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและนิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มผู้ที่สนใจมรดก

ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยอย่างเคร่งครัด ผู้วิจัยได้ทำการปกปิดชื่อ นามสกุล ตลอดจนชื่อหน่วยงานหรือองค์กรที่ระบุตัวตนได้ โดยนำเสนอข้อมูลผ่านบทบาทหน้าที่และประสบการณ์ ซึ่งสามารถจัดแบ่งผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่หนึ่ง คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลระดับผู้จัดการ ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว จำนวน 5 ท่าน เริ่มจากผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1 ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโรงแรมหรูให้หนาน มีประสบการณ์การทำงานยาวนานถึง 23 ปี โดยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดและดำเนินการตามยุทธศาสตร์หลักขององค์กร ควบคุมแผนการดำเนินงานประจำปีให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับทิศทางการเติบโต ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2 เป็นรองกรรมการผู้จัดการของบริษัทที่เชี่ยวชาญด้านการจัดการศึกษาสูงาน มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปี รับผิดชอบงานด้านการบริหารและการพัฒนาตลาดภายนอก โดยเฉพาะการจัดการทีมการเรียนรู้นอกสถานที่สำหรับกลุ่มนักเรียน ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3 เป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ มีประสบการณ์ 8 ปี รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว วางแผนและจัดองค์กรด้านการตลาด สร้างความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ไปจนถึงการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวรายบุคคลให้เกิดความยั่งยืน ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 4 ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัทที่มุ่งเน้นด้านการส่งเสริมสุขภาพและสันทนาการ มีประสบการณ์ 9 ปี รับผิดชอบการตัดสินใจด้านการวางแผนโครงการ การลงทุนในโครงการส่งเสริมสุขภาพ และกลยุทธ์การตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5 เป็นผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์ระดับมณฑล ผู้มีประสบการณ์บริหารงาน 10 ปี รับผิดชอบการบริหารจัดการการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์ในทุกมิติ เพื่อยกระดับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มผู้วิจัยและผู้สนใจด้านมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุดจำนวน 10 ท่าน ประกอบด้วยกลุ่มนักวิชาการ นักท่องเที่ยว และผู้พำนักระยะยาวที่มีความผูกพันกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6 เป็นเจ้าหน้าที่จากสถาบันอาชีวศึกษาในพื้นที่ รับหน้าที่เป็นผู้วางแผนและดำเนินการจัดการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว เป็นมัคคุเทศก์แนะนำสถานที่ และมีความหลงใหลในการทำงานอาสาสมัครในพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7 เป็นรองศาสตราจารย์จากสถาบันเดียวกัน รับผิดชอบการสอนด้านการสื่อสารวัฒนธรรมจีนระหว่างประเทศ และมีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8 เป็นอาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว ผู้สอนรายวิชาการสื่อสารด้านปฏิบัติการท่องเที่ยว และทำงานวิจัยเจาะลึกด้านการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของจีน ในขณะเดียวกันยังมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้สูงอายุระดับปรีเฌียม ซึ่งพักอาศัยในโครงการดูแลผู้สูงวัยระดับหูลและใช้ชีวิตพักผ่อนในไห่หนานช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมีนาคมของทุกปี จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9 (อายุ 60 ปี) และผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10 (อายุ 61 ปี) ซึ่งทั้งสองท่านต่างชื่นชอบและมักจะเข้าร่วมกิจกรรมพื้นบ้านของไห่หนานอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังมีตัวแทนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนไห่หนานเป็นประจำทุกปี ได้แก่

ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11 (อายุ 35 ปี) ที่ชื่นชอบวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 12 (อายุ 37 ปี) ที่ให้ความสนใจโครงการมรดกทางวัฒนธรรมเป็นพิเศษ ส่วนในมุมมองของคนรุ่นใหม่ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13 ซึ่งเป็นนักเรียนวัย 13 ปี ที่เข้าร่วมกิจกรรมศึกษาฐานโครงการมรดกทางวัฒนธรรมของมณฑลไต้หวันเป็นประจำทุกปี ปิดท้ายกลุ่มนี้ด้วยมุมมองจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14 (อายุ 21 ปี) และผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15 (อายุ 20 ปี) ซึ่งทั้งสองท่านต่างมีความสนใจและชื่นชอบการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของไต้หวันระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มที่สาม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีประสบการณ์ตรงในการลงพื้นที่และสามารถสะท้อนมุมมองจากผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16 ประกอบอาชีพผู้ประกาศข่าว มีประสบการณ์ 5 ปี ในการลงพื้นที่ถ่ายทอดสดเพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในมณฑลไต้หวัน ทำให้มองเห็นภาพรวมของการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 17 เป็นข้าราชการที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่มณฑลไต้หวันแล้วถึง 2 ครั้ง และมีประสบการณ์ในการพำนักรูปแบบ Long-stay เป็นระยะเวลา 1 เดือนเต็ม และผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 18 เป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ ซึ่งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้เวลาพักผ่อนในมณฑลไต้หวันเป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ ซึ่งข้อมูลจากประสบการณ์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวทั้งสามท่านนี้ ช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ให้กับงานวิจัยได้อย่างรอบด้าน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3.3.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยส่วนนี้ใช้ รูปแบบการสัมภาษณ์ (Interview Model) โดยผู้วิจัยได้ออกแบบโครงสร้างคำถาม และนำคำถามดังกล่าวบูรณาการเข้าไปในรูปแบบการสัมภาษณ์ เพื่อช่วยให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถอธิบาย แสดงความคิดเห็น และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกได้อย่างละเอียด ถูกต้อง และครอบคลุมต่อประเด็นที่ต้องการศึกษา

รูปแบบการสัมภาษณ์ที่นำมาใช้คือ การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยมีลักษณะเป็น คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ซึ่งช่วยให้การตั้งคำถามมีความยืดหยุ่น และเปิดกว้าง เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือมีประสบการณ์ตรงเกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัย ทั้งนี้ วิธีการสัมภาษณ์ดังกล่าวถือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1) ติดต่อกับบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยเครือข่ายความสัมพันธ์ในท้องถิ่น ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจ้งให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบล่วงหน้าและขออนุญาตอย่างเป็นทางการก่อนดำเนินการบันทึกเสียง วิดีโอ และการจดบันทึก เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตรวจสอบและทบทวนภายหลัง
- 2) ผู้วิจัยส่งหนังสือแจ้งให้แก่ผู้ให้ข้อมูลหลัก พร้อมแนบเอกสารแนะนำงานวิจัย หนังสือชี้แจง คำร้องขอเข้าร่วม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนเข้าร่วมการสัมภาษณ์
- 3) ผู้วิจัยนัดหมายตามวันและเวลาที่กำหนด ดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการบันทึกเสียง วิดีโอ และการจดบันทึกประกอบ
- 4) จัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในการส่งเสริมการพัฒนาและการจัดการการสื่อสารศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไต้หวัน ประเทศจีน

3.3.4 การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลหลายแหล่ง (Triangulation) ในมิติของบุคคล เวลา และสถานที่ รวมถึงเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รายละเอียดดังนี้

- 1) การตรวจสอบจากหลายแหล่งข้อมูล (บุคคล เวลา สถานที่): ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล เช่น การเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวใน 18 เมือง และเขตของมณฑลไต้หวัน โดยครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มนักเรียน (ทัศนศึกษา), ผู้สูงอายุ, นักท่องเที่ยวพักผ่อน, นักท่องเที่ยวทั่วไป, นักท่องเที่ยวยุโรป-อเมริกา และผู้สนใจมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งเก็บข้อมูลจากกิจกรรมด้านธุรกิจการท่องเที่ยว 7 ประเภท ได้แก่ 1) ธุรกิจไกด์นำเที่ยว 2) ธุรกิจที่พัก 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5) ธุรกิจ

คมนาคมขนส่ง 6) ธุรกิจการสื่อสารทางวัฒนธรรม และ 7) ธุรกิจด้านการสื่อสารทั่วไป ข้อมูลจากหลายแหล่งถูกนำมาเปรียบเทียบเพื่อหาความสอดคล้องและยืนยันความถูกต้อง

2) การตรวจสอบจากวิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย: ผู้วิจัยใช้การเปรียบเทียบวิธีการเก็บข้อมูลต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก การบันทึกเสียงจากผู้ให้สัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เอกสารเพิ่มเติม เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล

3) การตรวจสอบจากกรอบทฤษฎี: ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดทางทฤษฎี ได้แก่ แนวคิดการจัดการการสื่อสาร แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดการพัฒนา มาเป็นกรอบการวิจัยเพื่อใช้ในการตีความข้อมูลจากหลายมุมมอง นอกจากนี้ยังได้เชิญคณะผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบด้วยอาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว มาช่วยตรวจสอบและให้คำแนะนำในการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1) การวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ 18 เมืองและเขตในมณฑลไห่หนาน โดยใช้ข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์การใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในการส่งเสริมการตลาดและสร้างควมมีชีวิตชีวาให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางธุรกิจและการใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เพื่อส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไห่หนาน โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 376 ชุด

3) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อตรวจสอบและสรุปแนวทางการใช้สื่อในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของมณฑลไห่หนาน ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสังเคราะห์แนวคิด รูปแบบ และวิธีการนำเสนอเพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ครอบคลุม