

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษารื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)
2. ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และแหล่งข้อมูลเอกสารประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลบุคคล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจันทบุรี ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี อุปนายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรี ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการภายในชุมชน จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือผู้มีอิทธิพลในการกำหนดนโยบาย จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการภายในชุมชน จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 8 คน ดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตาราง 2 รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 ผู้มีอิทธิพลในการกำหนดนโยบาย

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณปราณี จันทน์พรรัตน์	ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจันทบุรี
2	คุณวิชัย สุวรรณชนชัย	ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
3	คุณกนกพร ศานติวงษ์พงษ์	อุปนายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรี
4	คุณสมศักดิ์ สุพรรณวิวัฒน์	ผู้นำชุมชน
5	คุณชยุต อภิรักษ์อัครา	ผู้นำชุมชน

ตาราง 3 รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการภายในชุมชน

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณจันทร์เพ็ญ ศิริศักดิ์	ผู้ประกอบการภายในชุมชน
2	คุณบุญสุข วิริยะภิรมย์	ผู้ประกอบการภายในชุมชน
3	คุณเฉลิมศรี สรวมศิริ	ผู้ประกอบการภายในชุมชน

2. แหล่งข้อมูลเอกสาร

แหล่งข้อมูลเอกสาร ประกอบด้วย แผ่นพับการท่องเที่ยว หนังสือการท่องเที่ยว และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

(In - depth Interview)

1. ปัญหาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี
 2. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี
- ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้กระบวนการระดมสมอง (Brainstorming)
1. ปัญหาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี
 2. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผู้วิจัยจึงได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้แก่

1. การสังเกต

ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participation Observation) ผู้วิจัยจะเข้าไปในชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรีเพื่อสังเกตสภาพทั่วไป วิถีชีวิตในชุมชน การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดในชุมชน โดยไม่ให้ผู้ถูกสังเกตรู้สึกรบกวน

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interview)

เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - structured Interview) โดยมีการกำหนดหัวข้อคำถามในการสัมภาษณ์ และขั้นตอนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ด้วยคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบไว้จำนวนหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็มีคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้เสนอความคิดเห็นอย่างเต็มที่ มีอิสระในการให้ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้

3. การระดมสมอง (Brainstorming)

โดยกำหนดประเด็นและสร้างข้อคำถามที่ใช้ในการประชุมระดมสมองจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก

4. แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสาร

แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารของงานวิจัย ประกอบด้วย ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดท่องเที่ยว แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. การลงพื้นที่ของผู้วิจัย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพตัวผู้วิจัยเองถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อเก็บข้อมูลสังเกตการทำทางของผู้ให้ข้อมูลสำคัญขณะสัมภาษณ์ และหลังสัมภาษณ์ต้องวิเคราะห์ข้อมูลให้เที่ยงตรงไม่บิดเบือนไปจากความจริง ซึ่งผู้วิจัยได้มีการเตรียมความพร้อมทางด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเครื่องมือสื่อสารการตลาด ตลอดจนค้นคว้าเอกสารตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยอยู่ในบทบาทของนักวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของผู้ให้สัมภาษณ์

2. แบบบันทึกข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูลสำหรับบันทึกข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3. อุปกรณ์บันทึกเสียง

ผู้วิจัยใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำมาเป็นความรู้พื้นฐานและแนวทางในการดำเนินการวิจัย จากข้อมูล 2 แหล่งคือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interviews) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participant Observation) และการระดมสมอง (Brainstorming) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดการรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interviews) ลงพื้นที่สัมภาษณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจันทบุรี ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี อุปนายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรี ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการในชุมชน เป็นรายบุคคล ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - structured Interview) ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ ด้วยตัวเองโดยอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย พร้อมจดบันทึกและบันทึกเสียง ในการสัมภาษณ์ แล้วรวบรวมข้อมูลของแต่ละคนมาทำการสรุป

1.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participation Observation) ผู้วิจัยจะเข้าไป ในชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี เพื่อสังเกตสภาพทั่วไป วิถีชีวิต โดยไม่ต้องการให้ผู้ถูกสังเกต รู้สึกกรบกวน

1.3 การระดมสมอง (Brainstorming) สำหรับการประชุมระดมสมองนั้น ได้มีการดำเนินการ จัดให้มีประชุมร่วมกันเพื่อที่จะพิจารณาปัญหาและวิเคราะห์ SWOT ปัญหาการสื่อสารการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี และตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ผู้วิจัยค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นความรู้พื้นฐานและแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัย

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

โดยคำนึงถึงคุณภาพของข้อมูล และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและสมบูรณ์ ผู้วิจัย ทำการตรวจสอบข้อมูลเพื่อหาความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล และตรวจสอบความครบถ้วนและคุณภาพ

ของข้อมูล รวมทั้งผลสรุปของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Method) ซึ่งงานวิจัยนี้จะใช้การตรวจสอบข้อมูล 2 วิธี ดังนี้

1. การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation)

การนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกทั้งจากทุกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มาตรวจสอบความแน่นอนของคำพูดในเรื่องเดียวกันเพื่อยืนยันความเที่ยงตรงของข้อมูล

2. การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation)

การเปรียบเทียบและตรวจสอบ (Cross - check) ความแน่นอนของข้อมูล (Consistency) โดยนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ (Data Sources) มาเปรียบเทียบกันพิจารณาจากเวลา สถานที่ และแหล่งบุคคล ซึ่งต้องทำไปพร้อมกันในการเก็บข้อมูล เป็นการตรวจสอบทันทีในการลงพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลไปตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาตามกระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตีความข้อมูล (Interpretation) ตามเนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใน 2 ประเด็น คือ ปัญหา และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

2. การเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการตีความ มาเปรียบเทียบกันเพื่อสร้างความชัดเจนของข้อมูลที่ได้และเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว ถ้าพบความคิดเห็น หรือความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่คล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน ผู้วิจัยจะดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้นเข้าด้วยกัน และแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลอย่างเป็นรูปธรรม

3. การสร้างข้อสรุป (Conclusion) เป็นการคัดทอนข้อมูลให้เหลือแต่คุณลักษณะร่วม ที่มีความหมายสามารถสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลนั้นได้ อันจะเป็นการนำไปสู่ทฤษฎีหรือข้อสรุปเชิงนามธรรมที่เกิดขึ้น

4. การสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis) คือ การรวบรวมข้อมูลที่เป็นรูปธรรมซึ่งเป็นบทสรุปย่อของข้อมูลทั้งหมดจากการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละแหล่งข้อมูล และนำมาสร้างเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรมในลักษณะของบทสรุป หรือแบบแผนของกระบวนการมีส่วนร่วมในภาพรวม (Holistic) ของข้อมูลนั้น ๆ

โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การระดมสมอง และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ เนื้อหาตามกระบวนการ หาประเด็นที่คล้ายคลึงกัน และมีทิศทางเดียวกัน มาจัดกลุ่ม จากนั้นสรุปผล ในแต่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย หลังจากนั้นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี