

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษา วิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี ” ในครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษา ความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) มีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ซึ่งจะอธิบายถึงการกำหนดประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ สามารถจำแนกรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1,285,453 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Discussion) คณะผู้วิจัยใช้วิธีการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 คน และตัวแทนชาวบ้านในชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี 5 คน

3.1.2 แผนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยได้กำหนดแผนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี ในที่นี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของประชากรที่ศึกษา เพื่อเป็นคำถามคัดกรองสำหรับคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมในการ ให้ข้อมูล โดยจะเริ่มต้นจากการสอบถามตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่เจาะจง แล้วจึงคัดกรองตัวอย่างตามกระบวนการ ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดตามเงื่อนไข ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี
 2. กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย
 3. กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเห็น สัมผัส และรู้จักผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี
- ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนด โดยขนาดของตัวอย่างได้มาจากการกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาโรยามาเน่ (Taroyamane) กำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ .05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนหน่วยตัวอย่าง
 N แทน ขนาดประชากรเท่ากับ 1,285,453 คน
 e แทน ความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

การคำนวณ

$$n = \frac{1285453}{1 + 1285453(.05)^2}$$

$$n = 394.82$$

$$n \sim 400$$

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

คณะผู้วิจัยได้กำหนดแผนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี ในที่นี่ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 คน และตัวแทนชาวบ้านในชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี 6 คน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อ ศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าชุมชนท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดยคณะผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555 : หน้า 119, นิศศา ศิลปเสรษฐ, 2560 : หน้า 364-367) โดยแบ่งประเด็นข้อคำถามในแต่ละมิติ และใช้มาตราวัด ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดยใช้ Likert's Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ โดยกำหนดให้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5	คะแนน
เห็นด้วย = 4	คะแนน
เฉยๆ = 3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย = 2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1	คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดย คณะผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามตามแนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 25 41 : หน้า 124-151)

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

คณะผู้วิจัยใช้ วิธีการประชุมกลุ่มย่อย โดยกำหนดขอบข่ายเนื้อหาในการร่วมพูดคุยระดมความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ ภายใต้แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2555 : หน้า 53-66)

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555 : หน้า 119, นิศศา ศิลปเสรษฐ, 2560 : หน้า 364-367) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (William et al. 2013 : pp. 237-241)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร บทความ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์พฤติกรรมใหม่ เพื่อให้ได้ตัวแปรที่จะศึกษา และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

2. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถาม และสร้างแบบสัมภาษณ์

3. นำแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ฉบับร่างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ โดยมีรายชื่อนาม ดังนี้

- 1) อาจารย์ ดร. กุลวดี ละม้ายจีน
- 2) อาจารย์ ดร. ยงยุทธ แก้วอุดม
- 3) อาจารย์ ดร. นิศารัตน์ แสงแข

เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความตามวัตถุประสงค์การวิจัย และเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข คณะผู้วิจัยนำคะแนนที่วิเคราะห์ประสิทธิภาพแบบสอบถาม จำนวน 23 ข้อ โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยกำหนดเป็นคะแนน +1 หรือ 0 หรือ -1 ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (กาญจนา วัฒนา, 2544 : หน้า 116) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคน

กำหนดเกณฑ์พิจารณารายการประเมิน จากเกณฑ์การพิจารณา

+1 หมายถึง แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

-1 หมายถึง แน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

โดยค่าดัชนี ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการวิจัย (IOC) ที่เหมาะสม ควรมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (วัลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2559: 22) ซึ่งผลการพิจารณาแบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย (IOC) ในภาพรวมเฉลี่ย เท่ากับ 0.91 แสดงว่า แบบสอบถาม ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี มีคุณภาพดีมาก

4. ปรับปรุงแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามข้อแนะนำ เพื่อให้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์ก่อนการนำไปทดสอบความเชื่อมั่น

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient)

$$\text{สูตร } \alpha_K = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ	α_K	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อในแบบทดสอบ
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนรายข้อของแบบทดสอบ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของแบบทดสอบ

ในการทดสอบความเชื่อมั่น(Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทำการทดสอบกับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำ ข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาลงรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของ แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้กับประชากรที่ทำการวิจัย ซึ่งค่าความเชื่อมั่น ที่มีค่า 0.70 ขึ้นไป เป็นค่าความเชื่อมั่นที่เหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี เท่ากับ 0.94

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยจากกระบวนการสุ่มตัวอย่างข้างต้น จำนวน 400 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เช่น หนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และเอกสารวิชาการ เพื่อให้เนื้อหาที่ศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ตามหลักทางสถิติ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2548 : หน้า 20-65) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี โดยหลังจากรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จึงได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ และทำการวิเคราะห์ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้ว

นำเสนอในรูปตาราง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดค่าเฉลี่ยระดับคะแนน เป็น 5 ระดับ โดยคำนวณ แล้วนำมาจัดช่วงคะแนน ดังนี้

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

โดยระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ตามขนาดของช่วงระดับคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.	21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.	41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.	61 - 3.40 หมายถึง เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.	81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.08 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปตาราง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอในรูปตาราง

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการประชุมกลุ่มย่อย โดยกำหนดขอบข่ายเนื้อหาในการร่วมพูดคุยระดมความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ ภายใต้แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลจาก ผู้นำชุมชน 1 คน และตัวแทนชาวบ้านในชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี 6 คน จากนั้นสรุปเป็นประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชน กลุ่มลูกค้าหลัก การนำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ตารางที่ 3.1 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์ การวิจัย	วิธีวิจัย	ประชากร	กลุ่ม ตัวอย่าง	การสุ่มกลุ่ม ตัวอย่าง	เครื่องมือ ในการวิจัย	การวิเคราะห์ ข้อมูล
วัตถุประสงค์ ข้อ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยวในการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นของชุมชน บ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี	การวิจัย เชิง ปริมาณ	นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มา ท่องเที่ยวใน ชุมชนบ้าน บางกะจะ จังหวัดจันทบุรี	400 คน	แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)	แบบสอบถาม	สถิติเชิง พรรณนา (Descriptive Statistics)
วัตถุประสงค์ ข้อ 2 เพื่อศึกษาความ ต้องการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อ การท่องเที่ยวของ ชุมชนบ้าน บางกะจะ จังหวัด จันทบุรี	การวิจัย เชิง คุณภาพ	ผู้มีส่วน เกี่ยวข้องใน การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน และ ตัวแทน ชาวบ้าน	6 คน	แบบเจาะจง (Purposive Sampling)	แบบสัมภาษณ์ กลุ่ม	สังเคราะห์ข้อมูล จากการระดม ความคิดเห็นใน การประชุมกลุ่ม ย่อย
วัตถุประสงค์ ข้อ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบางกะจะ จังหวัดจันทบุรี	สังเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2					

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี