

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องที่เป็นสมาชิกเครือข่ายแกนนำและคณะกรรมการตลาดซึ่งผู้วิจัยกำหนดเป็นประชากรของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการมุ่งศึกษาในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสาร บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้นำที่กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และศึกษาปัญหา อุปสรรคในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการก่อตั้งตลาดชุมชนบ้านตะปอนซึ่งผู้วิจัยจำแนกเป็นออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้นำในการจัดตั้งตลาดชุมชนตะปอน วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ส่วนกลุ่มที่สองเป็นกลุ่มคณะกรรมการตลาดชุมชนตะปอน กลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอน และสมาชิกชุมชนภายนอกตำบลตะปอน

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มผู้นำในการจัดทำตลาดชุมชนตะปอน จำนวน 5 คน และกลุ่มคณะกรรมการตลาดชุมชนตะปอน จำนวน 7 คน และหน่วยงานภายนอกที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุน ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สำหรับกลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอน และสมาชิกชุมชนภายนอกตำบลตะปอนใช้วิธีกำหนดโควต้า (Quota Sampling) จากสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอนชุมชนละ 1 คน จากจำนวนทั้งหมด 6 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านตะปอนใหญ่ หมู่ที่ 1 บ้านตะปอนใหญ่ หมู่ที่ 2 บ้านตะปอนน้อย หมู่ที่ 3 บ้านหนองเสม็ด หมู่ที่ 4 บ้านหนองเสม็ด หมู่ที่ 5 บ้านไร่วรรณ หมู่ที่ 6 จากจำนวนสมาชิกชุมชนภายในตำบลตะปอนรวม 12 คน และสมาชิกชุมชนภายนอกตำบลตะปอน จำนวน 1 คน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกใช้ในการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง	ตัวอย่าง
กลุ่มผู้นำในการจัดทำตลาดชุมชนตะปอน	5	พระครูสาราภินันท์ เจ้าอาวาสวัดตะปอนใหญ่และเจ้าคณะตำบลตะปอน
		นางพรเพ็ญ กิจพิบูลย์ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดตะปอนใหญ่
		นายกาญจน์ กรณีย์ ประธานวัฒนธรรมอำเภอชลุม
		นายนิรุต บำรุงสรวง กำนันตำบลตะปอน
		นางสมบัติ ประทุม ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2 ตำบลตะปอน
กลุ่มคณะกรรมการตลาดชุมชนตะปอน	7	ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน
		ผู้นำหมู่บ้านตะปอนใหญ่ หมู่ที่ 1
		ผู้นำหมู่บ้านตะปอนใหญ่ หมู่ที่ 2
		ผู้นำหมู่บ้านตะปอนน้อย หมู่ที่ 3
		ผู้นำบ้านหนองเสม็ด หมู่ที่ 4
		ผู้นำบ้านหนองเสม็ด หมู่ที่ 5
กลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอน	7	ตัวแทนสมาชิกภายในชุมชนมีทั้งหมด 6 หมู่บ้านและตัวแทนสมาชิกชุมชนภายนอกชุมชนบ้านตะปอน 1 คน
หน่วยงานภายนอกที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุน	2	วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี
		สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลงานวิจัย ประกอบด้วย กล้องถ่ายรูป เครื่องบันทึกเสียง แบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยกำหนดไว้ล่วงหน้าซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายเปิด (Open – Ended Questions) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสามารถบอกเล่า อภิปรายและวิพากษ์ได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่กำหนดไว้ นอกจากนี้เป็นเครื่องมือที่มีความยืดหยุ่นหรือสามารถเพิ่มเติมรายละเอียดได้ตลอดระยะเวลาของการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการศึกษา คือ แนวคำถามในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ไม่มีโครงสร้าง ที่มุ่งต้องการสอบถามรายละเอียดตามวัตถุประสงค์ โดยใช้คำถามในการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเป็นหลัก ประกอบกับคำถามแบบปลายปิด ซึ่งผู้ศึกษาจะแบ่งคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่มโดยใช้ประเด็นคำถามเดียวกันซึ่งมีขอบเขตของของคำถาม ดังนี้

ประเด็นคำถาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

ชุดคำถามที่ 1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน

1. ประวัติการริเริ่มตลาดชุมชนตะปอนเกิดขึ้นได้อย่างไร และเพราะเหตุใด
2. วัตถุประสงค์การก่อตั้งตลาดชุมชนตะปอน
3. คณะกรรมการ สมาชิก รูปแบบการจัดตั้ง มีลักษณะใดเพราะเหตุใด
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีภาครัฐ ภาคเอกชนร่วมด้วยหรือไม่ อย่างไร
5. บทบาทหน้าที่ของตลาดชุมชนตะปอนมีลักษณะอย่างไรบ้าง
6. บทบาทหน้าที่ของสมาชิกในการจัดการตลาดและชุมชนที่เกี่ยวข้องมีลักษณะอย่างไร
7. วิธีการสื่อสารของคณะกรรมการ มีลักษณะอย่างไรและส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการสื่อสารประเภทใด
8. กิจกรรมของตลาดชุมชนตะปอนมีอะไรบ้าง

9. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารของการจัดการตลาดชุมชนตะปอน มีเรื่องอะไรบ้างและเพราะสาเหตุใดจึงเกิดขึ้น

10. ตลาดชุมชนตะปอนช่วยพัฒนาชาวบ้านในด้านใดบ้าง (รายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ สังคม)

ชุดคำถามที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอชลุง จังหวัดจันทบุรี

1. คณะกรรมการได้มีการแจ้งข่าวสาร เผยแพร่แนวคิดหรือหน้าที่ในการจัดการตลาดไปยังชุมชน กลุ่มสมาชิกให้รับรู้อย่างทั่วถึงอย่างไร

2. คณะกรรมการได้มีการปรึกษาหารือ หาความพร้อม หาข้อสรุปในการดำเนินการในลักษณะใด

3. คณะกรรมการมีการสร้างความร่วมมือที่เกิดขึ้นตามลำดับขั้นตอนอย่างไร

4. การติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นลักษณะการสื่อสารสร้างเครือข่ายแบบสองทาง (Two-way communication) หรือไม่อย่างไร

5. คณะกรรมการ และสมาชิกมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันอย่างไร และมีข้อมูลใดบ้างที่จะนำมาแลกเปลี่ยนระหว่างกัน

6. การให้คำปรึกษาหารือบทบาทที่สำคัญของคณะกรรมการสามารถสื่อสารเพื่อการจัดการตลาดถึงสมาชิกในชุมชนนั้นมีลำดับขั้นตอนอย่างไรบ้าง

7. การปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐและชาวบ้านในชุมชนตำบลตะปอน เกิดขึ้นในลักษณะใดและ เมื่อเกิดปัญหาหรือข้อขัดแย้งขึ้นทั้งสองฝ่ายได้มีวิธีการทำความเข้าใจระหว่างกันอย่างไร และภายใต้ระบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มสมาชิกมีภาระหน้าที่ร่วมกันอย่างไรในการดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรของชุมชน เช่น การบริหารงานของกลุ่มสมาชิกในตลาดและในชุมชน การให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของชุมชนตามการบริหารจัดการตลาดชุมชนตะปอน

8. ตลาดชุมชนตะปอนมีการสร้างระบบหุ้นส่วนอย่างไร และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการจัดการในลักษณะนี้มีการจัดสรรให้กับหุ้นส่วนสมาชิกชุมชนในลักษณะใด

9. การบริหารจัดการตลาดชุมชนตะปอนมีระบบการควบคุมโดยชุมชนในลักษณะใด เช่น คณะกรรมการตลาดเป็นผู้ส่งสารเพื่อประสาน และจะปล่อยให้ชุมชนเป็นผู้กำหนดระเบียบข้อบังคับมาใช้ในการบริหารจัดการตลาด จัดตั้งคณะกรรมการจัดการตลาดของชุมชน

10. คณะกรรมการมีระบบการประสานงานระหว่างชุมชน ระหว่างสมาชิกกลุ่มอย่างไร เพื่อให้การจัดการตลาดโดยชุมชนในภาพรวมนั้นมีประสิทธิภาพ

ประเด็นคำถาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอชลุง จังหวัดจันทบุรี

1. ท่านมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารในประเด็นการหามาตรการและระบบจัดการตลาดชุมชนตะปอนที่เหมาะสมเพื่อการจัดการอย่างมีส่วนร่วมอย่างไร เพราะเหตุใด และมีความต้องการให้การสื่อสารมีกระบวนการอย่างไร

2. ท่านมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารในประเด็นส่งเสริม สนับสนุนให้ตลาดชุมชนตะปอน มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างไร เพราะเหตุใด และมีความต้องการให้การสื่อสารเป็นอย่างไร และเพราะอะไร

3. ท่านคิดว่าปัญหา อุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอนมีหรือไม่ เพราะอะไร

การใช้โครงสร้างคำถามเพื่อเป็นแนวคำถามการสัมภาษณ์กับทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้นำในการจัดทำตลาดชุมชนตะปอน วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และกลุ่มที่ 2 กลุ่มคณะกรรมการตลาดชุมชนตะปอน กลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอน และสมาชิกชุมชนภายนอกตำบลตะปอน โดยคำถามอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยคำถามตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ใช้ในคำถามการสัมภาษณ์เดี่ยวและการสัมภาษณ์กลุ่ม คำถามตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ใช้ในคำถามการสัมภาษณ์กลุ่มและใช้ในเวทีชาวบ้าน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีผู้ศึกษาได้กำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแยกตามประเภทของแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) ได้แก่ และการลงพื้นที่ ภาคสนาม และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Observation Participation) การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) การจัดเวทีระดมความคิดเห็น ซึ่งข้อมูลนี้จะได้จากกลุ่มบุคคล 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้นำในการจัดตั้งตลาดชุมชนตะปอน วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

กลุ่มที่ 2 กลุ่มคณะกรรมการตลาดชุมชนตะปอน กลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอน และสมาชิกชุมชนภายนอกตำบลตะปอน

ประเด็นในการสัมภาษณ์จะครอบคลุมเนื้อหาการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์กล่าวคือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี และปัญหา อุปสรรคการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) โดยศึกษาจากข้อมูลเอกสารจาก อำเภอขลุง วัฒนธรรมอำเภอขลุง และองค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน และข้อมูลการท่องเที่ยวจาก การท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 เนื่องจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นทราบว่าตลาดชุมชนตะปอนได้ดำเนินการเปิดตลาด วันที่ 19 สิงหาคม 2560 และศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลเชิงวิชาการ งานวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร การสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

3. การสังเกต (Observation) ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยศึกษารูปแบบของการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายขณะทำการสัมภาษณ์ รูปแบบการ

จัดกิจกรรมต่าง ๆ ของคนในชุมชนที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม รวมถึงศึกษาสภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวในตลาดชุมชนตะปอน จังหวัดจันทบุรี

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสารสิ่งพิมพ์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง (ผู้นำในการจัดทำตลาดชุมชนตะปอน) ซึ่งผู้ศึกษา ได้รวบรวมและนำข้อมูลที่ได้อบรมบรรยาย พรรณนา และวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นผลการศึกษาในบทที่ 4 ซึ่งจะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำผลการศึกษาที่ได้รับมาสรุปผลในบทที่ 4 และอภิปรายผลการศึกษาในบทที่ 5 ต่อไป