

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงวิธีการและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การออกแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัย คือการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการ Focus Group การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งมีขอบเขตด้านเนื้อหา ดังนี้

- 1.1 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 แห่ง
- 1.2 ปัญหาการจัดการตลาดน้ำโดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 1.3 แนวทางการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 2) ตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดสมุทรปราการ 3) ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม 4) ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยในขั้นแรกทำการคัดเลือกตลาดน้ำภาคกลาง 4 แห่ง จากทั้งหมด 15 แห่ง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากการจับฉลากจากรายชื่อของตลาดน้ำภาคกลาง หลังจากนั้นเมื่อได้รายชื่อตลาดน้ำภาคกลางแล้วจึงดำเนินการเก็บตัวอย่าง โดยใช้การเก็บตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) โดยมีขั้นตอนการเลือกตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้ สุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 พื้นที่ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้สุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite Population) โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามบางตัวอย่างอาจเกิดการไม่สมบูรณ์ จึงได้มีการสำรองเผื่อไว้

5% เท่ากับ 20 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 405 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience หรือ Accidental Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์อาศัยความสะดวกของผู้ศึกษาวิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้ศึกษาวิจัยในการให้ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกยังกลุ่มตัวอย่างและขอรับคืน ตามจำนวนดังต่อไปนี้

ตลาดน้ำภาคกลาง	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
1. ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร	95
2. ตลาดคลองสวนร้อยปี จังหวัดสมุทรปราการ	90
3. ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม	105
4. ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	115

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) วิธีการ Focus Group ประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ตัวแทนหน่วยงานที่ดูแลตลาดน้ำ และผู้ประกอบการประเภทที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก การขนส่ง/ยานพาหนะ และการบริการนำเที่ยวที่อยู่ในตลาดน้ำภาคกลาง พื้นที่ละ 10 คน รวมทั้งหมด 4 พื้นที่ จำนวน 40 คน

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้นำท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดน้ำภาคกลาง ผู้ประกอบการร้านค้า โดยสัมภาษณ์ในเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พื้นที่ละ 3 คน รวมทั้งหมด 4 พื้นที่ จำนวน 12 คน

3. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีวิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัย ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อนำมากำหนดกรอบและขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาทั้งหมด

3.2 นำกรอบและขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษาได้จากข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

2) แบบสัมภาษณ์ จำนวน 4 ข้อ เกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง

ลักษณะของเครื่องมือ

1. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การรู้จักตลาดน้ำหรือแหล่งในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับตลาดน้ำ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จุดประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ลักษณะของสินค้าที่เลือกซื้อ และความถี่ของการมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นด้านศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง จำนวน 33 ข้อ ประกอบด้วย

- ด้านพื้นที่ จำนวน 8 ข้อ
- ด้านด้านสินค้า จำนวน 9 ข้อ
- ด้านผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ
- ด้านกิจกรรม จำนวน 4 ข้อ
- ด้านการเผยแพร่ข่าวสาร จำนวน 3 ข้อ
- ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเตรียมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 27 ข้อ ประกอบด้วย

- จุดแข็ง (ลักษณะที่ดีที่มีอยู่และควรส่งเสริม) จำนวน 5 ข้อ
- จุดอ่อน (ลักษณะที่ไม่ดีที่มีอยู่และควรปรับปรุง) จำนวน 11 ข้อ
- โอกาส (สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์) จำนวน 7 ข้อ
- อุปสรรค (สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง แต่เป็นอันตราย ควรป้องกันแก้ไข)

จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลางในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 24 ข้อ ประกอบด้วย

- ด้านการพัฒนาบุคลากร จำนวน 7 ข้อ
- ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย จำนวน 7 ข้อ
- ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา จำนวน 6 ข้อ
- ด้านการประสานงานเครือข่าย จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางทั้ง 4 แห่ง ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

โดยที่คำถามในตอนต้นที่ 1 ของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด สำหรับคำถามในตอนต้นที่ 2-4 เป็นการวัดทัศนคติตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert) โดยแต่ละข้อความจะกำหนดค่าตัวเลือกที่จะเลือกตอบเป็น 5 ตัวเลือก พร้อมระดับคะแนนดังนี้

ข้อความเชิงบวก

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5
เห็นด้วยมาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4
เห็นด้วยปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
เห็นด้วยน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1

ข้อความเชิงลบ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1
เห็นด้วยมาก	ให้คะแนนเท่ากับ 2
เห็นด้วยปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3

เห็นด้วยน้อย

ให้คะแนนเท่ากับ 4

เห็นด้วยน้อยที่สุด

ให้คะแนนเท่ากับ 5

2. แบบสัมภาษณ์ จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย

ข้อ 1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง

ข้อ 2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของในตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเตรียมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ข้อ 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง มีการเตรียมการหรือแผนงาน ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การตรวจสอบเครื่องมือ

1. การตรวจสอบข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความครอบคลุมของแบบสอบถามในด้านเนื้อหา (Content Validity) ด้านโครงสร้างและรูปแบบ (Structure and Format) และด้านการใช้ภาษา (Wording)

1.2 นำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไข แล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนอีกครั้งหนึ่ง

1.3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970, p. 161) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

1.4 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขจนสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างต่อไป

2. การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ

หลังจากที่ได้เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนสำคัญในการทำวิจัย คือ การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ คือ การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Credibility) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2548; Miles and Huberman, 1994; Graneheim, 2004: 105-112) และการตรวจสอบข้อสรุปด้วยการยืนยันผล ดังนี้

2.1 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Credibility) คือ การที่ผู้วิจัยได้บันทึกเสียงการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และสัมภาษณ์ตลอดการรวบรวมข้อมูล และมีการใช้คำพูดของผู้ให้ข้อมูลเพื่อยืนยันความจริง และความชัดเจนในทุกประเด็นของการวิเคราะห์และการรายงานผล

2.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องน่าเชื่อถือหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยใช้การตรวจสอบบุคคล โดยนำข้อมูลที่ได้จากภาคสนาม มาวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบุคคลที่ให้ข้อมูล ว่าถ้าเปลี่ยนแปลงบุคคลที่ให้ข้อมูลแล้ว ข้อมูลที่ได้จะเหมือนกันหรือไม่

2.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน คือ ด้วยวิธีการสนทนา การสอบถาม การสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน

2.4 การยืนยันผล (Confirm ability) คือ การยืนยันผลอันเกิดจากข้อมูล โดยผู้วิจัยตรวจสอบความตรงของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) ด้วยการนำข้อสรุปเสนอต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เพื่อขอความคิดเห็นและการยืนยันผล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 ทำการสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเบื้องต้น ทั้งจากการสำรวจภาคสนามและค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

4.2 ดำเนินการส่งหนังสือ ไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อขออนุญาตทำเก็บข้อมูล

4.3 เดินทางไปติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

4.4 นำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

4.5 ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) สัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่และการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง ได้แก่ เจ้าหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลคลองสวน เทศบาลตำบลบางกระทีก เทศบาลตำบลอัมพวา สำนักงานเขตตลิ่งชัน และผู้ประกอบการร้านค้า โดยขออนุญาตบันทึกเสียงเพื่อให้การเรียบเรียงข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง และได้นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นั้นมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยหาค่าต่างๆ ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

5.1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในตลาดน้ำภาคกลาง วิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลาง เพื่อเตรียมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนวิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชู เจือดี, 2548, หน้า 259)

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

หลังจากทำการตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตีความแบบอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อสร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่ได้ศึกษาและตอบคำถามการวิจัย ด้วยการหารูปแบบพฤติกรรมหรือหาข้อเท็จจริง และให้คำอธิบายหรือให้ความหมายแก่พฤติกรรม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อสร้างข้อสรุปในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์เป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ซึ่งได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี