

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณี ตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาวิจัยมีรายละเอียดสำคัญของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. แหล่งข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงวิธีการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างผู้นำชุมชนกับสมาชิกในชุมชนของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกทำวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) การมีส่วนร่วมแบบสังเกตการณ์ (Participation as Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลเนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์มากที่สุด

แหล่งที่มาของข้อมูล

โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาเอกสาร ด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เอกสารแนะนำการท่องเที่ยวในจังหวัด เอกสารประกอบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตำบล อาทิ แผ่นพับโฆษณา และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานราชการกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดราชบุรี สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์หนังสือพิมพ์

เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มอาชีพ และผู้ประกอบการในชุมชนบ้านเจ็ดเสมียน

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่ทำการเก็บข้อมูลเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน หน่วยงานภายนอก และนักท่องเที่ยว ดังนี้

กลุ่มผู้นำชุมชน

กลุ่มผู้นำชุมชน คือ กลุ่มของผู้นำชุมชน ผู้รู้ และกลุ่มผู้อาวุโสในชุมชน ที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี อันได้แก่

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. นายสุทธิเดช ริมธีระกุล | นายกเทศมนตรีตำบลเจ็ดเสมียน |
| 2. นายพูลสุทัศน์ เมฆสุวรรณ | รองนายกเทศมนตรีฯ |
| 3. นายพีระพงษ์ สิงห์ชาติปริชากุล | กำนันตำบลเจ็ดเสมียน |
| 4. นายวิรัช เฟื่องศิลา | ผู้อำนวยการโรงเรียนชุมชนวัดเจ็ดเสมียน |
| 5. รองพระอธิการพิชิต คุณสีโล จูณีนารถ | รองเจ้าอาวาสวัดเจ็ดเสมียน |
| 6. นายทองใบ สุขพลอย | ตัวแทนวัดจัดตลาดเจ็ดเสมียน |
| 7. นางศิริพร หมั่นจำนงค์ | เจ้าพนักงานธุรการ 3 เทศบาลตำบลเจ็ดเสมียน |

สมาชิกในชุมชน

สมาชิกในชุมชน คือ สมาชิกในชุมชนตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี ที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งก็คือ ผู้ประกอบการร้านค้าอาจารย์ และชาวบ้านในชุมชนบ้านเจ็ดเสมียน ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. นางโสพิศ แวทอง | ตัวแทนผู้ประกอบการโรงงานไขเป็ดแม่กิมฮวย |
| 2. นางทองสุข พวงรอด | ตัวแทนผู้ประกอบการโรงงานไขเป็ดแม่ทองสุข |
| 3. นางยุพา ยุวนากร | เจ้าของร้านยุพาเค้กมะพร้าวอ่อน |
| 4. นางสุธีรา พรหมศรวัณ | เจ้าของร้านน้องทรายเบเกอรี่ |
| 5. นางกุลณภัส นิมิพิบูลย์ | ครูโรงเรียนวัดสนามชัย |

- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| 6. นางณภัทรชนม์ อภิรัตน์อุดมชัย | ครูสอนศิลปะ |
| 7. นายจักรกริสน์ สันติรงยุทธ | เจ้าของฟิฟิธภัณฑ์ร้านทองเก่า |
| 8. นายอาทร ชื่นณรงค์ | เจ้าของร้านขายของชำ |
| 9. นางอุษา ชาญชาติณรงค์ | เจ้าของร้านกาแฟโบราณ |
| 10. นายประชาลักษณ์ ศรีคุณาภรณ์ | ชาวบ้านเจ็ดเสมียน |

หน่วยงานภายนอก

หน่วยงานภายนอก ที่มีบทบาทที่สำคัญกับชุมชนตลาดเจ็ดเสมียน คือ สอนศิลป์บ้านดินของภัทราวดีเธียเตอร์ ผู้ดูแลประสานงานมีดังนี้ คือ

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. นางภัทราวดี มีชูธน | ผู้อำนวยการสร้างสรรค์ภัทราวดีเธียเตอร์ |
| 2. นายมานพ มีจำรัส | เจ้าของและผู้ดูแลสอนศิลป์บ้านดิน |

นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นทั้งครอบครัวระดับชั้นกลางขึ้นไป มียานพาหนะเป็นของตนเอง อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและเขตปริมณฑล

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| 1. นางสาวปารณีย์ แก้วเก็บคำ | พนักงานสำนักงานอัยการกรุงเทพใต้ |
| 2. นางประสิทธิ์สม จิ่งรัมย์พานิช | พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| 3. นางสาวกาญจนา งามกาหลง | ประชาสัมพันธ์ |
| 4. นายเขตนาน จันทิมาธร | ผู้จัดการการตลาด |
| 5. นางสาวพิรารวรรณ พงศ์ศรีโรจน์ | พนักงานการตลาด |
| 6. นายจตุพร รัตนพงศ์ธระ | พนักงานไอที |
| 7. นายชรินทร์ ศรีมงคล | รับราชการครู |
| 8. นายสัทธานันท์ ศูนย์กลาง | ข้าราชการบำนาญเกษียณ |
| 9. นายสะอาด ลัดนาโชค | ผู้อำนวยการโรงเรียน |
| 10. นางสุนทรี แสนยาอุโฆษ | รับราชการครู |
| 11. นายธีระพงษ์ เตียประโคน | นักศึกษา |
| 12. นางสาวเนตรนภา จิมมะ | นักศึกษา |
| 13. นางขวัญใจ กาญจน์อร่ามกุล | รับราชการ |

14. นางวัลลภา ถอนดี

รับราชการ

15. Emma Jones

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย คำโครงร่างคำถามแบบสัมภาษณ์เจาะลึก โดยมีการกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า และใช้แนวคำถามแบบ ปลายเปิด (Open-Ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมาย สามารถเล่าเรื่องและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัญหานาวิจย ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะปรับคำถามให้ยืดหยุ่น รวมทั้งเพิ่มหรือลดประเด็นคำถามตามสถานการณ์และบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป และสมุดจดบันทึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย

ในการนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในการตอบปัญหานาวิจย คือ การศึกษาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระหว่างผู้นำชุมชนกับสมาชิกในชุมชน ของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี โดยมีประเด็นหัวข้อในการสัมภาษณ์ ดังนี้

เค้าโครงคำถามที่ใช้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดเก่า 119 ปี ของชุมชนเจ็ดเสมียนโดยทั่วไป
 - ความเป็นมาเกี่ยวกับตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี
 - ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดเก่าในชุมชน
 - กิจกรรมภายในตลาดเก่า
 - ผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - การดำเนินชีวิตประจำวันและบริบทแวดล้อมในชุมชน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนตลาดเก่าเจ็ดเสมียน
 - 2.1 รูปแบบวิธีการสื่อสารทางการตลาดด้านวัฒนธรรมระหว่างสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการ
 - 2.2 การกำหนดการใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด

- 2.3 ปัจจัยในการสื่อสารทางการตลาด
- 2.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทางการตลาด
- 2.5 ปัญหาและอุปสรรคของการใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด และแนวทางแก้ไขปัญหา
- 2.6 แนวทางการพัฒนาทางการตลาด
- 2.7 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
- 3. ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว
 - 3.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
 - 3.2 รู้จักตลาดจากสื่อใด และรู้ข้อมูลอะไรบ้าง
 - 3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เดินทางมาเที่ยว
 - 3.4 สิ่งประทับใจเมื่อเดินทางมาเที่ยว
 - 3.5 ชุมชนตลาดเจ็ดเสมียนควรมีการส่งเสริมหรือการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปในทิศทางใด
 - 3.6 การสื่อสารในชุมชนตลาดเจ็ดเสมียนมีความชัดเจนหรือควรเพิ่มสื่อใดบ้าง

ความเชื่อถือได้ของข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity)

เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง (Face Validity) ดังนั้น ในการสัมภาษณ์จึงได้มีการตรวจสอบข้อมูลและความเข้าใจกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นระยะ ๆ ก่อนนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป ด้วยเหตุนี้จึงไม่น่าประสบปัญหาในเรื่องของความเที่ยงตรงของข้อมูล

2. ความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักกับเอกสารต่าง ๆ โดยหลังจากเรียบเรียงข้อมูลแล้วเสร็จจะทำการตรวจสอบระหว่างผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยกันเองอีกด้วย และส่งข้อมูลกลับไปให้เจ้าของ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ก่อนนำมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บข้อมูลการวิจัยไว้ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
2. เนื่องจากการเข้าไปปรากฏตัวในพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้วิจัยจึงต้องมีการแนะนำตนเองต่อสมาชิกในชุมชนเป็นรายบุคคล
3. การสร้างความสัมพันธ์ ในการเก็บข้อมูลนั้นจำเป็นที่จะต้องเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายเป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่อง ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายนั้นผู้วิจัยใช้การพูดคุยถึงเรื่องทั่ว ๆ ไปก่อน จากนั้นจะพยายามจับว่ากลุ่มเป้าหมายนั้นมีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ เมื่อค้นพบก็จะใช้เรื่องนั้นเป็นประเด็นในการสนทนา เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและเป็นประโยชน์ในการเข้าพื้นที่ครั้งต่อไป
4. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปเล่มต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ที่เกี่ยวกับเรื่องราวของชุมชนตลาดโบราณ บ้านเจ็ดเสมียน ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น และเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาวิเคราะห์ในการตอบปัญหานำวิจัย โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 การศึกษาข้อมูลจากหนังสือ และเอกสารต่าง ๆ ที่ได้บันทึกเรื่องราวของชุมชนตลาดโบราณ บ้านเจ็ดเสมียน ประกอบด้วย

- หนังสือที่ทางชุมชนผลิตขึ้นเอง
- เอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารด้านนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เอกสารแนะนำการท่องเที่ยวในจังหวัด เอกสารการประชุม การจัดกิจกรรมของชุมชน เอกสารประกอบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตำบล แผ่นพับโฆษณา เป็นต้น

1.2 การศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เรื่องราวของชุมชนตลาดโบราณ บ้านเจ็ดเสมียน ได้แก่ นิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

1.3 การศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ www.google.com เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชนตลาดโบราณ บ้านเจ็ดเสมียน ซึ่งประกอบไปด้วยชาวและบทบาทที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการมีส่วนร่วมแบบสังเกตการณ์ (Participation as Observation) โดยผู้วิจัยจะขอเข้าเยี่ยมชมกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดขึ้น อาทิ การประชุม และการจัดกิจกรรม เพื่อสังเกตดูวิธีการสื่อสารของสมาชิกในชุมชน รวมถึงการศึกษาลักษณะของผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในบรรยากาศไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยการสัมภาษณ์จากเค้าโครงคำถามแบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ตอบคำถามเล่าเรื่องราวและแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ตัวเองได้เป็นอย่างดี และเพื่อค้นหาคำตอบตามประเด็นของปัญหาคำถามวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมารวบรวม แล้วจัดระบบข้อมูล รวมทั้งแบ่งหมวดหมู่และประเภทของข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามสัดส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัย

รายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในกรณีศึกษา โดยจะนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ตามความเกี่ยวข้องตามขอบเขตการวิจัย เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ มีการเก็บข้อมูลในหลายรูปแบบแบ่งออกเป็น ข้อมูลเอกสาร และการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลคุณภาพไม่สามารถเจ้านับได้ ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์โดยการแบ่งหมวดหมู่ในการตีความหมาย คำ วลี ประโยค อากัปกริยา พฤติกรรมการแสดงออก บริบททางสังคม เป็นต้น

2. การสรุปเรื่องของกรณีศึกษา วิเคราะห์หาข้อสรุปตามสาระสำคัญของการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาผสมผสานกันเพื่อนำไปสู่การสรุปประเด็นในแต่ละกรณีศึกษา

3. วิเคราะห์สรุปรวม โดยนำข้อมูลสาระสำคัญของกรณีศึกษา มาอธิบายตีความหมายโดยการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ และปัญหาคำถามการวิจัย

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Description Analysis) โดยนำเสนอข้อมูลตามสัดส่วนของปัญหำนำในการวิจัย ประกอบกับการบรรยายขั้นตอนหรือวิธีการต่าง ๆ โดยการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาดของตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารการตลาดของชุมชนเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี ที่ใช้ในการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดของชุมชนเจ็ดเสมียน