

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง ทำการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่สอง ทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ ผู้ประกอบการ คนที่อยู่ในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 10 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงเพื่อนำผลที่ได้มาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีความครอบคลุม 2 มิติ คือ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย และจากหลักทฤษฎีที่ทบทวนในวรรณกรรม

ภายหลังจากการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนข้างต้น ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้มาถ่ายทอดความรู้จากการดำเนินงานวิจัยแก่ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 1,852,746 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย จำนวน 400 คน คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิธีสุ่มตัวอย่างเป็นแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ ผู้ประกอบการ คนที่อยู่ในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 10 คน

เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย ผลงานทางวิชาการต่างๆ
2. ศึกษาวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และตัวแปรในการวิจัย
3. ทำการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่จะทำการศึกษาวิจัย และนำปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

4. ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการนำข้อคำถามในแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบโดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษา และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ โดยผู้เชี่ยวชาญจะทำการประเมินความสอดคล้องจำนวน 3 ระดับ คือ

- 1 = สอดคล้อง
- 0 = ไม่แน่ใจ
- 1 = ไม่สอดคล้อง

5. ทำการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Content Validity) ใช้วิธีการให้ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พร้อมทั้งหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ โดยดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้อง คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruence: IOC) ทั้งนี้หลักเกณฑ์การประเมินความตรงของเนื้อหา คือ มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่าเนื้อหาของแบบสอบถามมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้งานได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545 หน้า 22-23, 177-178)

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์

R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

จากการดำเนินการมีข้อคำถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่าเหมาะสมสามารถนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 ข้อคำถามของมาตรวัดที่จำแนกตามตัวแปรที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

ตัวแปร	จำนวนข้อ คำถามที่ ผู้วิจัยสร้าง ขึ้น	จำนวนข้อ คำถามที่ ผู้เชี่ยวชาญ ปรับปรุง	จำนวนข้อคำถาม ที่ใช้ได้
ส่วนประสมทางการตลาด			
ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและ การให้บริการ)	8	0	8
ด้านราคา	5	0	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	6	1	6
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	6	0	6
ด้านกระบวนการ	2	0	2
ด้านบุคลากร	10	1	10
ลักษณะทางกายภาพ	5	0	5
รวม	42	2	42
กิจกรรมการท่องเที่ยว			
กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการ พักผ่อนหย่อนใจ	4	0	4
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ต้องการ	4	1	4
กิจกรรมสืบสานประเพณีไทย	2	0	2
รวม	10	1	10
คุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว			
ด้านความเป็นรูปธรรม	2	0	2
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	5	1	5
ด้านการตอบสนองความต้องการ	3	1	3
ด้านการให้ความมั่นใจ	4	1	4
ด้านความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ	3	0	3
รวม	17	3	17
ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	10	1	10
รวมข้อคำถามทั้งหมด	79	7	79

จากผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 3.1 พบว่า ข้อคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทั้งหมดจำนวน 79 ข้อ มีจำนวนข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้ทำการปรับปรุงทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ (คิดเป็นร้อยละ 8.86%) จำนวนข้อคำถามที่ใช้ได้มีทั้งหมดจำนวน 79 ข้อ ในการทำการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.843 ซึ่งค่า IOC ที่ได้ถือว่าเนื้อหาของแบบสอบถามมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้งานได้

6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (try-out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแต่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .955 แยกเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .908 ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .835 ปัจจัยคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .821 และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .766

ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ หลัก รายได้ต่อเดือน ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาการท่องเที่ยว เหตุผลที่มาท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 42 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ และกิจกรรมสืบสานประเพณีไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 ปัจจัยคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 17 ข้อ

ตอนที่ 5 ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะทั่วไป เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และผลงานทางวิชาการต่างๆ
2. จัดทำประเด็นการสัมภาษณ์แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity)
3. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จัดพิมพ์เป็นแบบสัมภาษณ์ ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบปลายเปิด
4. นำข้อคำถามที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 2 คน เพื่อตรวจสอบถึงความเหมาะสมในการใช้ข้อคำถามดังกล่าวไปใช้ในการสัมภาษณ์จริง
5. นำข้อคำถามที่ได้ทดลองใช้สัมภาษณ์จริงมาพิจารณาหาข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์จริงแล้วทำการปรับปรุงข้อคำถามและเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกให้มีความเหมาะสมเพื่อนำไปใช้ต่อไป ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบปลายเปิด (Open End) โดยผู้วิจัยได้เตรียมประเด็นคำถามหลักและระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ตอบคำถามและมีประเด็นหลักอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจะสอบถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์ มีดังนี้

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โครงสร้างข้อคำถามในการสัมภาษณ์ได้มาจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เป็นการแสวงหาความจริงจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ ผู้ประกอบการ คนที่อยู่ในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งประเด็นคำถามมี 4 ประเด็น ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้เพื่ออธิบายและยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) การวิจัยเชิงปริมาณ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้
 1. นำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตในการแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
 2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 400 ชุด
- 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาข้อมูลจากปรากฏการณ์จริงมาใช้อธิบายผลการศึกษาเชิงปริมาณที่วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย ได้แก่ ผู้ประกอบการ คนที่อยู่ในพื้นที่ นักท่องเที่ยว และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์วิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว และความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้กำหนดระดับคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้น้ำหนัก 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้น้ำหนัก 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	ให้น้ำหนัก 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้น้ำหนัก 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้น้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นที่เท่ากัน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) หาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression) กำหนดตัวแปรดังนี้

p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ
Y	หมายถึง	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย
Y	= f (X ₁ , X ₂ , X ₃ , X ₄ , X ₅ , X ₆ , X ₇ , X ₈ , X ₉ , X ₁₀ , X ₁₁ , X ₁₂ , X ₁₃ , X ₁₄ , X ₁₅ , X ₁₆ , X ₁₇ , X ₁₈ , X ₁₉ , X ₂₀ , X ₂₁ , X ₂₂ , X ₂₃ , X ₂₄ , X ₂₅)	
X ₁	หมายถึง	เพศ
X ₂	หมายถึง	อายุ
X ₃	หมายถึง	ระดับการศึกษา
X ₄	หมายถึง	สถานภาพ
X ₅	หมายถึง	อาชีพหลัก
X ₆	หมายถึง	รายได้ต่อเดือน
X ₇	หมายถึง	ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
X ₈	หมายถึง	พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว
X ₉	หมายถึง	ช่วงเวลาการท่องเที่ยว
X ₁₀	หมายถึง	เหตุผลที่มาท่องเที่ยว
X ₁₁	หมายถึง	ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการ)
X ₁₂	หมายถึง	ด้านราคา
X ₁₃	หมายถึง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
X ₁₄	หมายถึง	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
X ₁₅	หมายถึง	ด้านกระบวนการ
X ₁₆	หมายถึง	ด้านบุคลากร
X ₁₇	หมายถึง	ด้านลักษณะทางกายภาพ
X ₁₈	หมายถึง	กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
X ₁₉	หมายถึง	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ
X ₂₀	หมายถึง	กิจกรรมสันทานประเพณีไทย
X ₂₁	หมายถึง	ความเป็นรูปธรรม
X ₂₂	หมายถึง	ความเชื่อถือไว้วางใจ
X ₂₃	หมายถึง	การตอบสนองความต้องการ
X ₂₄	หมายถึง	การให้ความมั่นใจ
X ₂₅	หมายถึง	ความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจ

R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณ
R ²	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
Adj R ²	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ที่ปรับแล้ว
Std. Error	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าตัวแปร
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ
$\hat{y}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของการตอบสนองการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยนำเสนอผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และสรุปการวิเคราะห์เนื้อหา

การถ่ายทอดความรู้จากการดำเนินงานวิจัย

ภายหลังจากการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพแล้ว ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้มาถ่ายทอดความรู้จากการดำเนินงานวิจัยแก่ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม