

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ(Qualitative research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR : Participation Action Research) มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสถานภาพ และ ศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์ 2) เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิต ภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์ และ3) เพื่อสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยแบบมีส่วนร่วม ในจังหวัดอุดรดิตต์ โดยคณะผู้วิจัยได้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

ได้จำแนกกระบวนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ระยะเตรียมการณ ศึกษาสถานภาพ ศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย มีขั้นตอนดังนี้

1. ประชุมผู้ช่วยนักวิจัย เพื่อวางแผนกำหนดทิศทางและสร้างความเข้าใจร่วมกัน

ในการทำวิจัยก่อนการสำรวจ สถานภาพและศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์

2. เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ในการดำเนินการศึกษาสถานภาพ ศักยภาพ

3. ศึกษาสถานภาพ และศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์

4. สรุปสถานภาพ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์

วิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาบริบททั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยใน จังหวัด

อุดรดิตต์จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและจากข้อมูลทุติยภูมิ พร้อมทั้งลงพื้นที่เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยในจังหวัดอุดรดิตต์

2. สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย ได้แก่ ตัวแทนจากประชาชน ผู้นำหมู่บ้าน เจ้าของสถานประกอบการ นักวิชาการของรัฐบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล องค์กรเอกชน สื่อมวลชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และเครือข่ายท่องเที่ยว เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยในจังหวัดอุดรดิตต์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามอยู่ในแบบสัมภาษณ์ ซึ่งยึดวัตถุประสงค์เป็นหลัก

3. นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในข้อที่ 2 มาวิเคราะห์เพื่อติดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยสรุปในประเด็นสถานภาพ ศักยภาพเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย ซึ่งข้อมูลส่วนไหนยังไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยได้เดินทางไปสัมภาษณ์เพิ่มเติมจนได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

ระยะที่ 2 วิเคราะห์การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย มีขั้นตอนดังนี้

1. สำรวจเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย ในจังหวัดอุดรดิตต์

2. วิเคราะห์และสังเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตต์ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

วิธีการดำเนินงาน

1. ผู้วิจัยร่วมกับนักศึกษาในรายวิชาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจำนวน 5 คน ลงพื้นที่เพื่อช่วยกันในการวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย ในจังหวัดอุดรดิตต์

2. ประสานงานกับประชาชน ผู้นำหมู่บ้าน ผู้ประกอบการ, อบต., เทศบาล องค์กรเอกชน นักท่องเที่ยว เครือข่ายท่องเที่ยว ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยในจังหวัดอุดรดิตต์ และนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น จัดประชุมกลุ่มในการสำรวจการสื่อสารการตลาดที่ใช้ในปัจจุบัน

2. วิเคราะห์ความเหมาะสมของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแต่ละตัวที่ใช้ในปัจจุบัน ที่สามารถสร้างการรับรู้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

3. สร้างเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย ในจังหวัดอุดรธานี

4. นำเสนอเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรธานีทราบ พร้อมปรับปรุงเครื่องมือการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 3 สร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย มีขั้นตอนดังนี้

1. นำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จากระยะที่ 2 มาสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย

2. นำเสนอรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย ให้แก่ตัวแทนเครือข่ายท่องเที่ยว และตัวแทนจากภาครัฐและเอกชน และนักวิชาการเพื่อตรวจสอบกลยุทธ์ฯ

3. จัดทำรูปเล่มรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

วิธีการดำเนินงาน

1. ประสานงานกับตัวแทนเครือข่ายท่องเที่ยว ตัวแทนจากภาครัฐและเอกชน ตลอดจนนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 2 เพื่อจัดสนทนากลุ่มสังเคราะห์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย

2. นำรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการฯ ที่ได้ไปนำเสนอแก่ตัวแทนเครือข่ายท่องเที่ยว และตัวแทนจากภาครัฐและเอกชน และนักวิชาการ เพื่อตรวจสอบกลยุทธ์แบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)

3. จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ระยะที่ 4 ระยะการถ่ายทอดเทคโนโลยีและผลการวิจัยไปสู่กลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนดังนี้

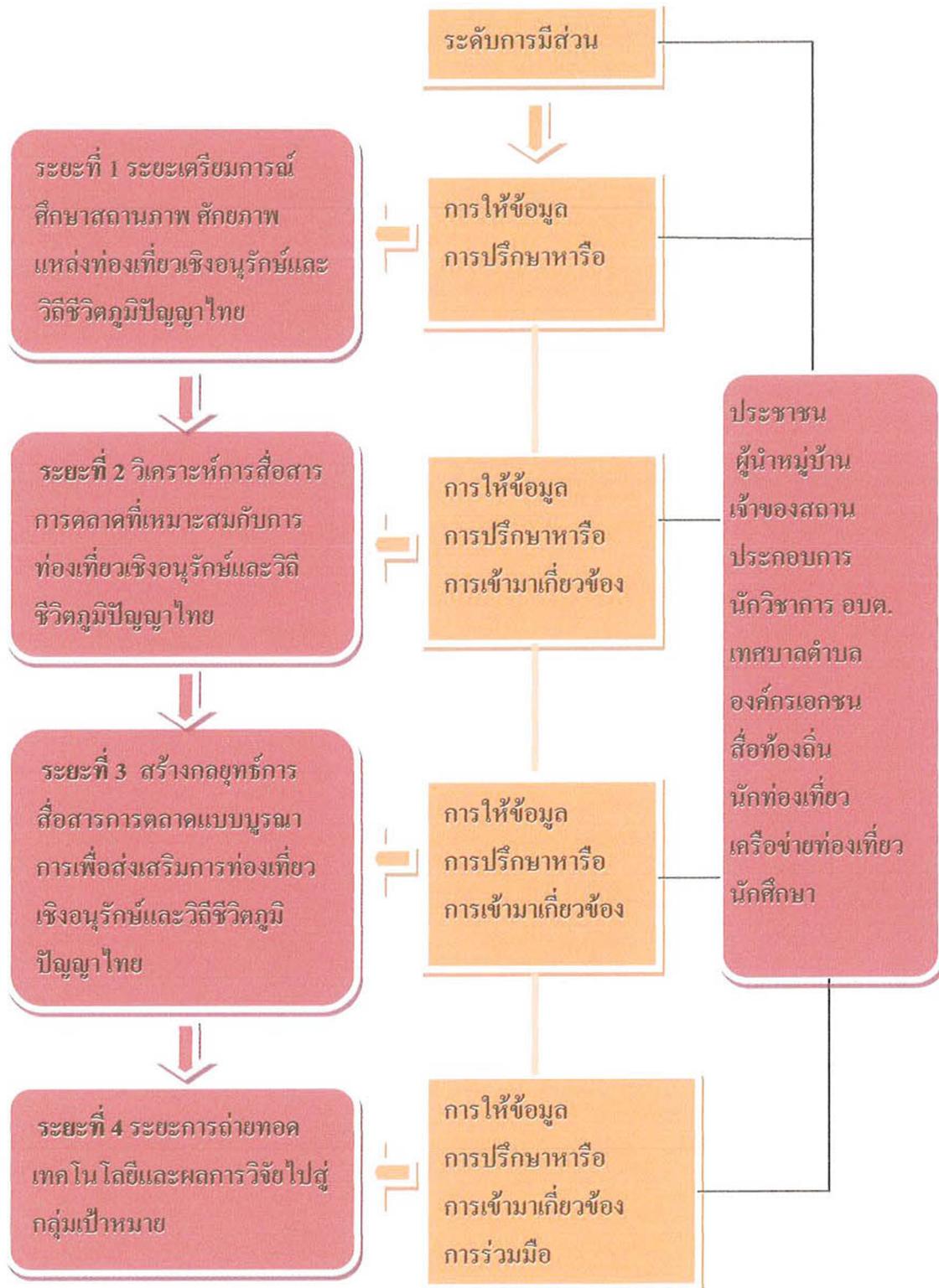
1. นำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยที่ได้รับการยอมรับจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องฯ มาเผยแพร่แก่ชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ เอกชนที่เกี่ยวข้อง และเครือข่ายการท่องเที่ยวทุกอำเภอ เผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน

วิธีการดำเนินงาน

1. จัดประชุมกลุ่มกับตัวแทนประชาชน ผู้นำหมู่บ้าน, ผู้ประกอบการ, ผู้เครือข่ายท่องเที่ยว และตัวแทนจากภาครัฐและเอกชน เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย

2. จัดทำบทความส่งวารสารวิชาการ และนำเสนอผลงานสู่เวทีระดับประเทศ

จากขั้นตอนการดำเนินการวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยขอนำเสนอให้เห็นถึงระดับการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังภาพที่ 3.1



แผนภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน เจ้าของสถานประกอบการ นักวิชาการของรัฐ องค์กรบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบลองค์กรเอกชน สื่อมวลชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และเครือข่ายท่องเที่ยว ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 20 คน

3.3 พื้นที่ในการศึกษา

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวนทั้งสิ้น 9 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอลับแล อำเภอดรอน อำเภอพิชัย อำเภอทองแสนขัน อำเภอท่าปลา อำเภอน้ำปาด อำเภอฟากท่า และอำเภอบ้านโคก



ภาพที่ 3.2 แผนที่จังหวัดอุดรดิตถ์

3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

3.4.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยได้กำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ ดังนี้

1. จุดแข็ง จุดอ่อน ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์
2. โอกาสของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์
3. อุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์

3.4.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน เจ้าของสถานประกอบการ นักวิชาการของรัฐ องค์กรบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบลองค์กรเอกชน สื่อมวลชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว เครือข่ายท่องเที่ยว และนักศึกษา โดยได้กำหนดวาระการประชุมเชิงปฏิบัติการไว้ ดังนี้

1. เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ใช้ในปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์

2. เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์

3.4.3 สนทนากลุ่มเพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์เพื่อเผยแพร่ให้กลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมและวางนโยบายการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ต่อไป

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.5.1 ระยะที่ 1 เพื่อศึกษาสถานภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้จากนักวิชาการ และจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตลอดจนหน่วยงานที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว นั้น นอกจากนั้นยังเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น

3.5.2 ระยะที่ 2 เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิต ภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้น

3.5.3 ระยะที่ 3 เพื่อสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยแบบมีส่วนร่วม ในจังหวัดอุดรดิตถ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่มจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญข้างต้น

3.6 การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยแบบมีส่วนร่วม ในจังหวัดอุดรดิตถ์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 แหล่ง ได้แก่

- 1) ตัวแทนเครือข่ายท่องเที่ยว
- 2) ตัวแทนจากภาครัฐและเอกชน
- 3) นักวิชาการ

การวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ในประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้
ประเด็นที่ 1 สถานภาพ และศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์

ประเด็นที่ 2 การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวิถีชีวิต ภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตถ์

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยแบบมีส่วนร่วม ในจังหวัดอุดรดิตถ์