

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง” เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสำรวจเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง และประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

3.1 กรอบระเบียบวิธีวิจัย

ตารางที่ 3.1 แสดงกรอบระเบียบวิธีวิจัย

ปัญหานำการวิจัย	แนวคิด ทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัย	
		กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย	วิธีการวิจัย
ปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ - แนวคิดการเลือกรูปแบบการสื่อสาร 	<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่ ครัวช่างและชาวบ้านในหมู่บ้าน ครัวช่าง - บุคคลภายนอก (อป., ททท. ลำปาง) - นักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจเอกสาร - การสัมภาษณ์เชิงลึก - การสังเกตแบบมีส่วนร่วม - แบบสอบถาม
รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางเป็นอย่างไร และมีการใช้สื่ออะไรอย่างไรบ้าง	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการเลือกรูปแบบการสื่อสาร - แนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่ ครัวช่างและชาวบ้านในหมู่บ้าน ครัวช่าง - บุคคลภายนอก (อป., ททท. ลำปาง) 	<ul style="list-style-type: none"> - การสัมภาษณ์เชิงลึก - การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม
ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางเป็นอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ - แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ - แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับ 	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2 วิธีการวิจัย

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ ประกอบกับข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเอกสาร (Documentary Research) ประเภทเอกสาร หนังสือ ตำรา แผ่นพับ เอกสารจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนอนุรักษ์ช้างไทย เช่น หนังสือ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ข้อมูลนี้นำมาวิเคราะห์และรวบรวมใช้เป็นข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหา แนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในการนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบ กึ่งมีโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลทรัพยากรในการรวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอนุรักษ์ช้างไทย และนำมาสร้างแบบสอบถามเพื่อสอบถาม นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และปัจจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอนุรักษ์ช้างไทย

3.2.3 แบ่งวิธีการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.2.3.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) สำหรับหาคำตอบวัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง และวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ ชุมชนอนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured interview) เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนอนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 18 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) เจ้าหน้าที่ของชุมชนอนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบงาน ด้านการบริหาร พัฒนาการท่องเที่ยวและแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์

1. หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป
2. ผู้จัดการกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว
3. ผู้จัดการงานแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์
4. เจ้าหน้าที่งานพัฒนาการท่องเที่ยวและการตลาด
5. เจ้าหน้าที่งานแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์
6. เจ้าหน้าที่งานโรงเรียนควาญช้างและช้าง
7. เจ้าหน้าที่งานบริการที่พักและของที่ระลึก

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยตั้งคำถามสำหรับสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย จากแนวทางที่ผู้วิจัยได้ประมวลจากการตรวจเอกสาร ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานในการสร้างประเด็นคำถามที่ครอบคลุมเนื้อหาส่วนต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถามสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แนวคำถามสำหรับเจ้าหน้าที่

1. ท่านคิดว่ามีปัจจัยอะไรบ้าง ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย
2. ภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีนโยบายหรือแผนงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากน้อยแค่ไหน มีการพูดคุยถึงเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างไรบ้าง
3. ในการวางมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ท่านมีวิธีการในการในการกำหนดมาตรการอย่างไร
4. เมื่อท่านต้องการที่จะแจ้งข่าวสาร หรือขอความร่วมมือจากชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างท่านใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร
5. ท่านมีวิธีการพูดคุยกับบุคคลภายนอก (เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้) เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีไหนบ้าง
6. ภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ใช้สื่อประชาสัมพันธ์อะไร อย่างไรบ้าง ในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับบุคคลภายนอก
7. มีการสำรวจหรือประเมินผลการรับรู้ข้อมูลจากสื่อต่างๆ ที่สร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ช้างหรือไม่ ถ้ามีผลเป็นอย่างไร

(2) ควาญช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างซึ่งเป็นเจ้าของบ้านที่เปิดเป็นโฮมสเตย์ (home stay) ในหมู่บ้านควาญช้างภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 6 คน

แนวคำถามสำหรับชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

1. ภายในหมู่บ้านควาญช้างท่านมีการพูดคุยระหว่างชาวบ้านเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกันมากน้อยแค่ไหน อย่างไร
2. ท่านมีวิธีการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีไหนบ้าง
3. ท่านมีโอกาสแสดงความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีการไหนบ้าง

4. ท่านมีวิธีการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีไหนบ้าง

5. ท่านมีโอกาสดูแลความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีการไหนบ้าง

6. ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ท่านมีส่วนช่วยอย่างไรบ้าง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้กับบุคคลภายนอก

(3) บุคคลภายนอก จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

เจ้าหน้าที่องค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้ 2 คน

1. รองผู้อำนวยการองค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้

2. ผู้จัดการกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว

เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1 คน

1. เจ้าหน้าที่วิเคราะห์แผนหรือนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เทศบาลเมืองลำปาง

แนวคำถามสำหรับบุคคลภายนอก (เจ้าหน้าที่องค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดลำปาง)

1. นโยบายของหน่วยงานของท่าน มีความสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไรบ้าง

2. ทำไมหน่วยงานของท่านจึงส่งเสริมให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมา

3. หน่วยงานของท่านเข้าไปช่วยเหลือ และสนับสนุนอะไรบ้าง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและใช้วิธีการอย่างไร

4. ความสัมพันธ์กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับหน่วยงานของท่านเป็นอย่างไร

5. ท่านมีวิธีการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีไหนบ้าง

6. ท่านมีวิธีการพูดคุยกับชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีไหนบ้าง

7. ท่านมีโอกาสดูแลความคิดเห็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างไร โดยวิธีการไหนบ้าง

8. ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย หน่วยงานของท่านมีส่วนช่วยอย่างไรบ้าง ในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้กับบุคคลภายนอก

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการพร้อมกับการสรุปข้อมูลเป็นระยะๆ หลังจากที่มีการเก็บข้อมูลภาคสนามไปช่วงหนึ่งหนึ่งแล้ว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) โดยจัดข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการทบทวนเอกสารให้เป็นระบบ โดยอาศัยพื้นฐานการแยกหมวดหมู่ เพื่อค้นหาความหลากหลายของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2) การแสดงข้อมูล (Data Display) นำข้อมูลที่ได้จากการจัดระเบียบข้อมูลมาจัดประเภทของปรากฏการณ์ แยกแยะในสิ่งที่เหมือนกันและแตกต่างกันในแต่ละประเด็น พร้อมเหตุผลของประเด็นต่างๆ ที่ผู้ให้ข้อมูลแสดงออกมา แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนา โดยเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกันตามกรอบแนวคิดของการศึกษารั้งนี้

3) การหาข้อสรุปและการตีความ (Conclusion and Interpretation) เป็นกระบวนการหาข้อสรุปให้ความหมายของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย รวมทั้งให้ความหมายของข้อค้นพบในการศึกษา โดยอาศัยวัตถุประสงค์ของการศึกษา กรอบแนวคิดและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางประกอบ การพิจารณาเพื่ออธิบายและวิเคราะห์ให้มีเหตุผลมากขึ้น

3.2.3.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด เพื่อเป็นการตรวจสอบผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 150 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 50 ชุด ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวแบบไป-กลับ และนักท่องเที่ยวที่มาค้างคืนและฝึกการเป็นควาญช้าง เพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจึงเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental random sampling) โดยผู้วิจัยลงมือแจกแบบสอบถามด้วยตัวเองเป็นเวลา 7 วัน/วันละ 30 ชุด

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

การเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในเดือนสิงหาคม-เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2556 โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิภาค ซึ่งเป็นการถามแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

โดยนำความคิดเห็นจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบว่าการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีรูปแบบการสื่อสารอย่างไร และการใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชนของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยสามารถทำการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือไม่

การทดสอบเครื่องมือของแบบสอบถาม

การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) หมายถึง แบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่ต้องการวัดได้ครบถ้วน ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากแนวทางที่ผู้วิจัยได้ประมวลจากการตรวจสอบเอกสาร ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานในการสร้างประเด็นคำถามที่ครอบคลุมเนื้อหาส่วนต่างๆ ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพคือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC : Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ ค่า IOC เท่ากับ 0.78 จากแบบสอบถาม แสดงว่า มีค่า IOC อยู่ในระดับเหมาะสม

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดสอบความเที่ยงกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมายคือ ชุมชนบ้านทราย จำนวน 30 ชุด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.83 แสดงว่า มีความเที่ยงของข้อมูลอยู่ในระดับเหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้สถิติ การหาความถี่ ร้อยละ ค่ามัธยิมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) ได้นำชุดแบบสอบถามที่มีผู้ตอบทั้งหมด มาคัดเลือกรวบรวมเฉพาะชุดข้อมูลที่ให้คำตอบครบทุกข้อ แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงตั้งคมศาสตร์

2) การแสดงข้อมูล (Data Display) นำผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในทางสถิติทางตั้งคมศาสตร์ มานำเสนอในรูปแบบของตาราง แล้วอธิบายความหมายของค่าตัวเลขของผลลัพธ์ที่ได้ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนา

เกณฑ์การแปลผล

1. เกณฑ์การแปลผล เพื่หาระดับการประเมินค่า จากการแบ่งระดับการประเมินค่า 5 ระดับในแบบสอบถามที่ใช้กับนักท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Rang)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดระดับของประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีต่อนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.80 คะแนน ดังนี้

4.21 - 5.00 หมายความว่าถึง มากที่สุด

3.41 - 4.20 หมายความว่าถึง มาก

2.61 - 3.40 หมายความว่าถึง ปานกลาง

1.81 - 2.60 หมายความว่าถึง น้อย

1.00 - 1.80 หมายความว่าถึง น้อยที่สุด

ผู้วิจัยกำหนดให้เป็นประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีต่อนักท่องเที่ยว หากสื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด น้อยหรือปานกลาง แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์นั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาต่อไป

2. เกณฑ์หาความตรงเชิงเนื้อหา ทำโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยนำไปตรวจสอบ โดยการนำแบบสอบถามไปแจกกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่วิจัยก่อนเป็นจำนวน 10 ชุด เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เกณฑ์ดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2553: 142)

- +1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามในแบบสอบถามสอดคล้องกับประเด็นวิจัย
 - 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามในแบบสัมภาษณ์สอดคล้องกับประเด็นวิจัย
 - 1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามในแบบสัมภาษณ์ไม่สอดคล้องกับประเด็นวิจัย
- นำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

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

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ค่า $IOC \geq 0.5$

IOC ที่เหมาะสม = 0.5 ขึ้นไป

ดังนั้น จึงกำหนดระดับความเที่ยงของแบบสอบถามในการหาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ แต่แต่ละระดับมีค่า IOC ดังนี้

0.00 – 0.49 หมายถึง ควรปรับปรุง / ไม่เหมาะสม

0.50 – 1.00 หมายถึง เหมาะสม / เห็นด้วย / ใช้ได้