

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่ฟักแรมบริเวณในเขื่อนประเทศไทย กรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังบริเวณเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 80,431 คน (สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าชมอุทยานแห่งชาติ ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, สำนักอุทยานแห่งชาติ, กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชปีงบประมาณ 2553-2554) ได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 397 คน โดยคำนวณตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{80,431}{1 + (80,431)(0.05)^2} = 397$$

โดย n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
N = จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด
e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ .05
= 397 คน

ดังนั้น ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 397 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี คณะผู้วิจัยได้ทำการสุ่ม ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non Probability sampling) โดยการเก็บข้อมูลในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกำหนดตามสัดส่วนของประชากร ดังตาราง

ตาราง 3.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวตามสัดส่วนของประชากรภาคใต้ เชื้อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สัดส่วนประชากร	ภาคใต้ เชื้อนรัชชประภาจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
	จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวนตัวอย่าง (คน)
ประชากร	80,431	397

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยจะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือและเต็มใจตอบแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่เชื้อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานีจนกว่าจะครบตามจำนวนที่วางไว้โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลในทุกช่วงเวลา ทั้งช่วงเช้า ช่วงกลางวัน และช่วงเย็นเพื่อให้ข้อมูลมีการกระจายและเป็นตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเชื้อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เชื้อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและ สถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับค่านิยมของนักท่องเที่ยวเชื้อนในประเทศไทยที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเชื้อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เชื้อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีประกอบด้วย ค่านิยมเศรษฐกิจ ค่านิยมทางสังคม ค่านิยมทางวัฒนธรรมด้านละ 5 ข้อ มีจำนวนรวม 15 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert 's Rating Scale) มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นค่านิยมของนักท่องเที่ยว
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลคะแนนของส่วนที่ คำนิยมของนักท่องเที่ยวใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลผลโดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= .80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย

คะแนน	ระดับค่านิยมของนักท่องเที่ยว
4.21 – 5.00	ค่านิยมของนักท่องเที่ยวดีมาก
3.41 – 4.20	ค่านิยมของนักท่องเที่ยวดี
2.61 – 3.40	ค่านิยมของนักท่องเที่ยวปานกลาง
1.81 – 2.60	ค่านิยมของนักท่องเที่ยวไม่ดี
1.00 – 1.80	ค่านิยมของนักท่องเที่ยวไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชื่อนในประเทศไทยที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเชื่อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เชื่อนรัชชประภาอุทยานแห่งชาติเขาสง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประกอบด้วย คุณค่าอารมณ์ คุณค่าการบริการ และคุณค่าความพยายามด้านละ 5 ข้อ มีจำนวนรวม 15 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert 's Rating Scale) มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลคะแนนของส่วนที่ คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลผลโดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= .80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย

คะแนน	ระดับคุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
4.21 – 5.00	คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวดีมาก
3.41 – 4.20	คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวดี
2.61 – 3.40	คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวปานกลาง
1.81 – 2.60	คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไม่ดี
1.00 – 1.80	คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไม่ใช้อย่างมาก

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารตลาดแบบบูรณาการของนักท่องเที่ยวเชื่อมในประเทศไทยที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเขื่อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ด้านอินเทอร์เน็ต และด้านการโฆษณาแต่ละ 5 ข้อ จำนวนรวม 20 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert 's Rating Scale) มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นการสื่อสารตลาดแบบบูรณาการ
5	ดีมาก
4	ดี
3	ปานกลาง
2	ไม่ดี
1	ไม่ใช้อย่างมาก

การแปลผลคะแนนของส่วนที่ การสื่อสารตลาดแบบบูรณาการใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลผลโดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= .80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย

คะแนน	ระดับทัศนคติ
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักรวมบริเวณในเขื่อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานีจำนวน 6 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert 's Rating Scale) มี 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินดังนี้

โดยผู้วิจัยให้ระดับคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็นการเพิ่มมูลค่าธุรกิจอาหาร
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลคะแนนของส่วนที่ การสื่อสารตลาดแบบบูรณาการใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลผลโดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= .80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย

คะแนน	ระดับการเพิ่มมูลค่าธุรกิจอาหาร
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีย่างมาก

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือ ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับงานวิจัยชิ้นนี้ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศไทย ค่านิยม การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการเพิ่มมูลค่าอาหารบริเวณในเชื่อมโยงประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามในการปรับปรุงใหม่ให้มีความสมบูรณ์ก่อนการนำไปใช้
4. ทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อนำผลไปหาค่าทดสอบความน่าเชื่อถือ (validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรเพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของแบบสอบถามในด้านค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณเชื่อมโยงในประเทศไทยด้านคุณค่าการรับรู้ ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
5. ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้นั้น จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 นั้น แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง จึงนำแบบสอบถามการเพิ่มมูลค่าอาหารบริเวณในเชื่อมโยงประเทศไทยฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ดังนี้

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
1. ค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณเขื่อนในประเทศไทย	
- ค่านิยมทางเศรษฐกิจ	.864
- ค่านิยมทางวัฒนธรรม	.784
- ค่านิยมทางสังคม	.877
2. คุณค่าการรับรู้	
- คุณค่าอารมณ์	.842
- คุณค่าการบริการ	.876
- คุณค่าความพยายาม	.876
3. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	
- การส่งเสริมการขาย	.867
- การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	.896
- การโฆษณา	.851
- ด้านอินเทอร์เน็ต	.848
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มอาหารในธุรกิจร้านอาหารบริเวณเขื่อนในประเทศไทย	.854

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ผู้วิจัยใช้การการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคลากรหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structured interview) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษาค่านิยมของนักท่องเที่ยวต่อการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเขื่อนประเทศไทย คุณค่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในประเทศไทย และการศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเขื่อนประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

- 1.1 กำหนดเจ้าหน้าที่ผู้เก็บข้อมูลภาคสนามในเขื่อน จำนวน 10 คน โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้
 - ต้องมีเข้าใจแบบสอบถามในแต่ละตอน
 - ต้องมีความมานะอดทน
 - ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
 - มีความสามารถในการสื่อสาร
- 1.2 ทำการชี้แจงเจ้าหน้าที่ผู้เก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูลรวมทั้งทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อคำถามที่ระบุในเครื่องมือให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

1.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามพร้อมเก็บคืนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามจำนวนที่กำหนดไว้

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์แนวทางการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเขื่อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าอาหารในแพที่พักแรมบริเวณในเขื่อนประเทศไทยกรณีศึกษา: เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ตัวแทนองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล บุคลากรสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ในพื้นที่ จำนวน 10 คนกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งเรือ ในพื้นที่ จำนวน 10 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative)

เมื่อคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามแล้วจะนำข้อมูลทั้งหมดมา คัดเลือกจัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) ประกอบด้วย

(1) ค่าร้อยละ เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

(2) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลด้านค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย ด้านคุณค่าการรับรู้ และด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

(3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลด้านค่านิยมต่อธุรกิจร้านอาหารบริเวณในเขื่อนประเทศไทย ด้านคุณค่าการรับรู้ และด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

1.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อค้นหาตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งจะเป็นการพิสูจน์ว่า ตัวแปรอิสระใดมีผลต่อตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระใดไม่มีผลต่อตัวแปรตาม เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนาย โดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็สามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ อยู่ในรูปของสมการทำนาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2547)