

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง ทำการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม โดยการสอบถามในประเด็นศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่สอง ทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารตลาดน้ำ ได้แก่ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ดูแลตลาดน้ำ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำ รวมทั้งสิ้น 9 คน เพื่อนำผลที่ได้มาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีความครอบคลุม 2 มิติ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี และจากหลักที่ได้ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี 2,004,376 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ท่องเที่ยวในตลาดน้ำจำนวน 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน จำนวน 400 คน คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิธีสุ่มตัวอย่างเป็นแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแต่ละแห่ง ดังนี้ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม จำนวน 131 คน ตลาดน้ำไทรน้อยจำนวน 135 คน และตลาดน้ำวัดตะเคียน จำนวน 134 คน (รายละเอียดจำนวนนักท่องเที่ยวตลาดน้ำแต่ละแห่งทั้ง 3 แห่ง อยู่ในบทที่ 4 ข้อมูลส่วนบุคคล)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

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

4. ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะ จากนั้นส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงทดลอง (try-out) กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียนแต่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน นำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .959 แยกเป็นรายด้านพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .902 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .873 และความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .864

ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ และการศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านความประทับใจ และด้านการบริการท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 37 ข้อ

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 25 ข้อ

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ความพึงพอใจในความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะทั่วไป เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิตเพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตผู้จัดการ และผู้ดูแลตลาดน้ำในการแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเพื่อ

ศึกษาความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรีที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และรับแบบสอบถามกลับคืน 400 ชุด โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแต่ละแห่งในจังหวัดนนทบุรี คือ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม จำนวน 131 คน ตลาดน้ำไทรน้อยจำนวน 135 คน และตลาดน้ำวัดตะเคียน จำนวน 134 คน (รายละเอียดจำนวนนักท่องเที่ยวตลาดน้ำแต่ละแห่งทั้ง 3 แห่ง อยู่ในบทที่ 4 ข้อมูลส่วนบุคคล)

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์วิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ แบบสอบถามศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรีได้กำหนดระดับคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	ให้น้ำหนัก 5 คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	ให้น้ำหนัก 4 คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	ให้น้ำหนัก 3 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	ให้น้ำหนัก 2 คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้น้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นที่เท่ากัน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารตลาดน้ำ ได้แก่ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ดูแลตลาดน้ำ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำ รวมทั้งสิ้นจำนวน 9 คน

1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และผลงานทางวิชาการต่างๆ
2. จัดทำประเด็นการสัมภาษณ์แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity)

Validity)

3. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จัดพิมพ์เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ต่อไป ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบปลายเปิด (Open-ended)

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์ มีดังนี้

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง โครงสร้างข้อคำถามได้มาจากผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เป็นการแสวงหาความจริงจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 ผู้บริหารตลาดน้ำ ได้แก่ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ดูแลตลาดน้ำ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำ รวมทั้งสิ้น 9 คน ประเด็นคำถามมี 3 ประเด็น ได้แก่ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และคุณภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้เพื่ออธิบายและยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบ สัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีขั้นตอน ดังนี้

1. นำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เพื่อขอความร่วมมือและขออนุญาตผู้จัดการตลาดน้ำ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เพื่อเข้าสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาข้อมูลจากปรากฏการณ์จริงมาใช้อธิบายผลการศึกษาระดับที่วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อให้เข้าใจความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำจังหวัดนนทบุรี การสัมภาษณ์ใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี (ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารตลาดน้ำ ได้แก่ ผู้จัดการตลาดน้ำ และผู้ดูแลตลาดน้ำ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำ

3) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยนำเสนอผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหา