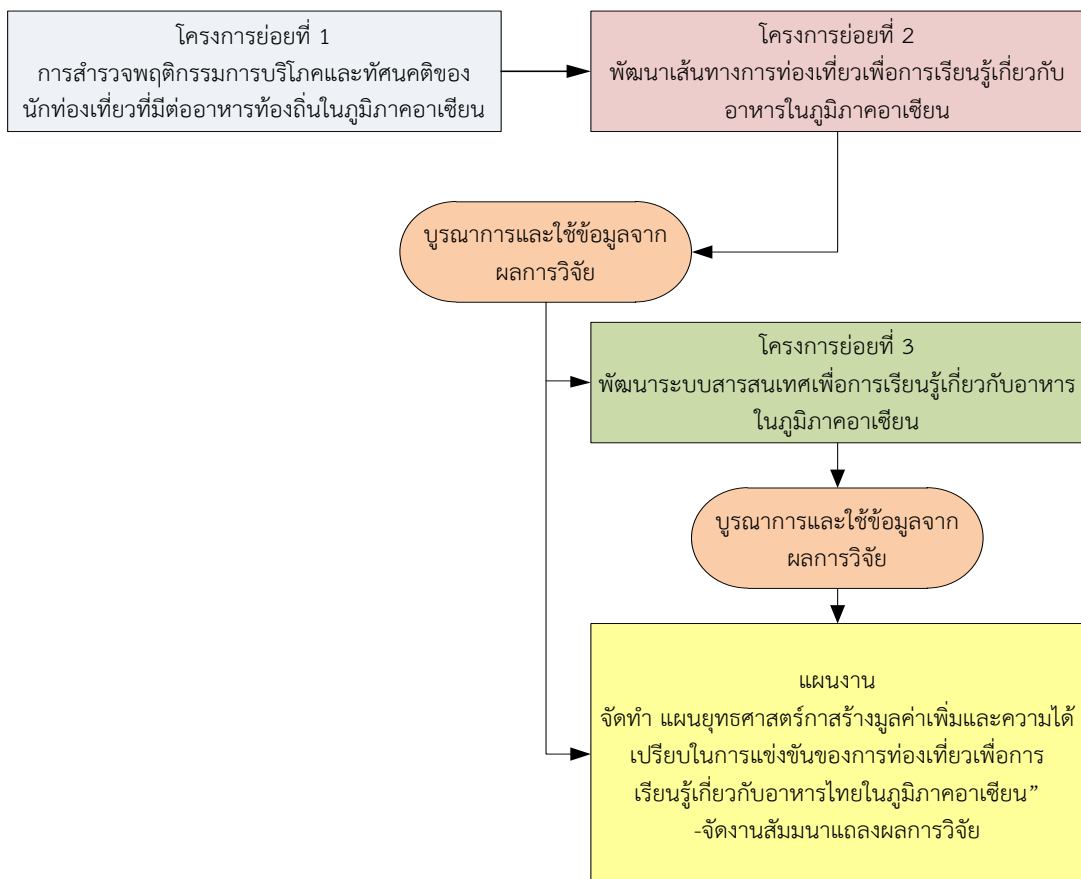


### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน” มีการวิจัยเชิงบูรณาการ (Integrated approaches) โดยมีการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการย่อย ดังภาพที่ 3.1

#### 1. การสังเคราะห์และบูรณาการองค์ความรู้จากโครงการย่อย

ในแผนงานวิจัยจะมีการสังเคราะห์และบูรณาการองค์ความรู้จากโครงการย่อยที่ 1-3 ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 การบูรณาการโครงการวิจัยย่อย

**โครงการย่อยที่ 1** **สำรวจพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน:** มีกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพที่มีการเก็บแบบสอบถามและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจาก 7 ประเทศ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคประเทศ ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามประมาณ 800 ชุด และเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในโครงการย่อยที่ 2 ต่อไป

**โครงการย่อยที่ 2** **การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน:** มีการวิจัยแบบบูรณาการโดยมีการ การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และอีก 6 ประเทศในภูมิภาคอาเซียน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และมีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน และนำข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 2 ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบสารสนเทศในโครงการย่อยที่ 3 และแผนงาน

**โครงการย่อยที่ 3** **การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน:** มีการวิจัยแบบบูรณาการ โดยนำข้อมูลที่ได้จากโครงการย่อยที่ 1 และ 2 มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และออกแบบระบบสารสนเทศ พัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้วงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ ติดตั้งระบบ ซึ่งกระบวนการวิจัยดังกล่าวเป็นทั้งการพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่สาขาการท่องเที่ยวและเป็นการเพิ่มศักยภาพนักวิจัยรุ่นใหม่ในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศอีกด้วย รวมถึงเป็นการนำองค์ความรู้ และนวัตกรรมจากวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

**แผนงานยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน** มีการวิจัยแบบบูรณาการโดยเก็บทั้งข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพจากประชุมระดมสมอง (Focus group) เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ และจัดงานสัมมนาแลกเปลี่ยนผลการวิจัย มีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อประเมินการจัดงานสัมมนา โดยคาดว่าจะมีผู้สนใจเข้าร่วมการสัมมนามากกว่า 200 คน ซึ่งเป็นกระบวนการที่พัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ให้สามารถนำเสนอผลการวิจัยสู่สาธารณะได้

## **2. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ “การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน”**

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียนมีการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

## 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ การศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์ และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

## 2.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารผู้วิจัยมีขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์โดยดำเนินการแบ่งขั้นตอนออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล

จากการทบทวนวรรณกรรม และเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ เอกสาร ผลงานวิจัย วารสาร วิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ถึงปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัด

### ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล

#### 2.1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ

รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการศึกษาวรรณกรรม การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและการสนทนากลุ่ม แล้วมาสรุปประเด็น เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาส และภาวะคุกคามหรือข้อจำกัด อันเป็นสถานะแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาในด้านต่างๆ รวมทั้งการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง อันเป็นสถานะแวดล้อมภายในของการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ข้อมูลเชิงปริมาณ

#### 2.2) ดำเนินการโดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เป็นเครื่องมือ โดยมีหลักการ ดังนี้

##### 2.2.1) วิเคราะห์ศักยภาพภายใน

(1) การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength แทน S) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในว่ามีส่วนดี ความเข้มแข็ง ความสามารถ ศักยภาพ ส่วนที่ส่งเสริมความสำเร็จ ซึ่งจะพิจารณาในด้านต่างๆ

(2) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness แทน W) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในว่ามีส่วนเสีย ความอ่อนแอ ข้อจำกัด ความไม่พร้อม ซึ่งจะพิจารณาในด้านต่างๆ เช่นเดียวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง

ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายใน

ประเด็นการวิเคราะห์					
จุดแข็ง	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้	จุดอ่อน	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

#### 2.2.2) วิเคราะห์ศักยภาพภายนอก

(1) วิเคราะห์โอกาส (Opportunity แทน O) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก ว่ามีสภาพเป็นเช่นไร เหตุการณ์ของโลกและของประเทศที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาจังหวัดอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงใดที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นโอกาสอันดีต่อจังหวัด โดยจะต้องพิจารณา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี เป็นต้น

(2) การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัด (Threat แทน T) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคหรือสภาวะคุกคาม ก่อให้เกิดผลเสียหรือเป็นข้อจำกัดต่อ จังหวัด โดยจะต้องพิจารณาทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี เช่นเดียวกับการวิเคราะห์โอกาส

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายนอก

ประเด็นการวิเคราะห์					
โอกาส	น้ำหนัก คะแนน	คะแนนที่ ให้	อุปสรรค	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

จากนั้นทำ Matrix เพื่อวิเคราะห์สถานะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเพื่อหาจุดตัดของสถานการณ์ ในการเตรียมจัดทำร่างยุทธศาสตร์ต่อไป

	โอกาส O	โอกาส O	
จุดแข็ง S	SO	OW	จุดอ่อน W
จุดแข็ง S	ST	WT	จุดอ่อน W
	อุปสรรค T	อุปสรรค T	

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์แบบ Matrix

ตารางที่ 3.3 ตัวอย่างตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายในและภายนอกแบบ Matrix

มีโอกาสและจุดแข็ง	มีโอกาสดแต่มีจุดอ่อน
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
มีจุดแข็งแต่มีอุปสรรค	มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

โอกาส/จุดแข็ง หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและภายในดี หรือปัจจัยภายนอกและภายในเป็นเชิงบวกทั้งหมด หรือภายนอกเอื้อและภายในเด่น ในกรณีนี้ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์เชิงรุก (Aggressive strategies) หรือสถานการณ์ดาวรุ่ง

จุดแข็ง/อุปสรรค หมายถึง หน่วยงานที่ปัจจัยภายในดีแต่มีปัจจัยภายนอกไม่ดีหรือปัจจัยภายในเชิงบวก แต่มีปัจจัยภายนอกเป็นเชิงลบ หรือภายในเด่นแต่ภายนอกด้อย ในกรณีนี้

ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์การรักษาเสถียรภาพ (Stability strategies) หรือสถานการณ์แมวไว้ให้นม คือ การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของหน่วยงานให้เป็นประโยชน์

จุดอ่อน/โอกาส หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายในไม่ดีแต่มีปัจจัยภายนอกดี หรือ ปัจจัยภายในเป็นเชิงลบแต่ปัจจัยภายนอกเป็นเชิงบวก หรือภายในด้อยแต่ภายนอกเอื้อ ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์พลิกฟื้น (Turn around strategies) หรือสถานการณ์ที่ยังมีคำถามหรือข้อสงสัยอยู่

อุปสรรค/จุดอ่อน หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในไม่ดีหรือปัจจัยภายนอกและภายในเป็นเชิงลบทั้งหมด หรือภายนอกจุดและภายในด้อย ในกรณีนี้ยุทธศาสตร์จะกำหนดขึ้นเรียกว่ายุทธศาสตร์การตัดทอน (Retrenchment strategies) หรือสถานการณ์สุนัขจวนตรอก

ซึ่งการการจัดทำวิสัยทัศน์ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์และกลยุทธ์ในการพัฒนา โดยการจัดกลุ่มประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Work shop) ระดมความคิดเห็นให้เกิดฉันทามติร่วมกัน โดยใช้กลุ่มประชากรชุดเดิมดำเนินการต่อเนื่องจากขั้นที่ 2 หลังจากการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง (SWOT Analysis)

### ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำร่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

โดยประกอบด้วยวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ในการพัฒนา โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ครั้งนี้เป็นการนำผลจาก การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว จากเทคนิค SWOT มาพิจารณาแนวทางกำหนดกรอบการจัดทำยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการกำหนดจุดหมายที่กลุ่มต้องการจะเป็นที่ต้องการจะเห็น และไปให้ถึงวิสัยทัศน์ที่ดีต้องกระชับ ชัดเจน และมีความเป็นไปได้ หากพบว่า มีวิสัยทัศน์สำคัญหลายประเด็น ควรมีการจัดลำดับก่อน - หลัง และเลือกวิสัยทัศน์ที่สำคัญที่สุดมาดำเนินการก่อน

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic issues) เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานจากวิสัยทัศน์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติ การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ดีจะทำให้มองเห็นกลุ่มทาง หรือเส้นทางของการปฏิบัติอย่างชัดเจน รวมทั้งมองเห็นหน่วยงานหรือเจ้าภาพ รวมทั้งแหล่งงบประมาณ ที่มาสนับสนุน

เป้าประสงค์ หรือเป้าหมาย (Goals) เป็นการกำหนดเป้าหมายของผลลัพธ์ที่ต้องการในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่าแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้นั้นต้องการผลลัพธ์ อะไรเป้าหมายจึงเป็นตัวบ่งบอกผลสัมฤทธิ์หรือความต้องการของประเด็นยุทธศาสตร์ที่เป็นรูปธรรม และวัดผลได้

กลยุทธ์ (Strategies) เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์ (Goals) ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งนี้ในการกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละ

ประเด็น ยุทธศาสตร์หรือเป้าประสงค์นั้นสามารถกำหนดได้หลายกลยุทธ์ ซึ่งหากมองให้ลึกซึ้งแล้ว การกำหนดกลยุทธ์ ก็คือการกำหนดกระบวนการงาน (Process) สู่การปฏิบัติ (Implementation) ที่ต้องทำ เพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์และประเด็นยุทธศาสตร์

#### ขั้นตอนที่ 4 ทำการทดสอบแนวโน้มความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินแนวโน้มความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์ คือ แบบประเมิน “การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน”

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญจากแบบประเมิน มีการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้สถิติเบื้องต้น คือ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ได้แก่ ฐานนิยม (Mode) มัชฐาน (Median) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจายของข้อมูล คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile range) สูตรการคำนวณ ของ Glass and Stanly ดังนี้

#### ค่ามัธยฐาน

ค่ามัธยฐาน (Medium) หมายถึง ข้อมูลที่อยู่ตรงกลางของข้อมูลทั้งหมดเมื่อได้จัดเรียงลำดับแล้วแต่ละข้อความใช้สูตรดังนี้

$$Mdn = L + I \left[ \frac{\frac{N}{2} - F_1}{F_2} \right]$$

Mdn แทน ค่ามัธยฐานของข้อมูล

L แทน ขีดจำกัดล่างที่แท้จริงของช่วงมัธยฐานตกอยู่

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

I แทน ค่าอันตรภาคชั้น

$F_1$  แทน ความถี่สะสมของความถี่ของทุกอันตรภาคชั้นที่เป็นช่วงคะแนนต่ำกว่าในอันตรภาคชั้นที่มีมัธยฐานตกอยู่

$F_2$  แทน ความถี่ของอันตรภาคชั้นที่มีมัธยฐานตกอยู่

ค่ามัธยฐานของความคิดเห็นต่อแนวโน้มอนาคตภาพของผู้เชี่ยวชาญ แปลความหมายตาม เกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้คือ

1. ค่ามัธยฐานต่ำกว่า 1.50 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้น้อยที่สุด
2. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 1.50 -2.49 หมายถึง แนวโน้มความเป็นไปได้เล็กน้อย
3. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 2.50 - 3.49 หมายถึง แนวโน้มความเป็นไปได้ปานกลาง
4. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 3.50-4.49 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้มาก
5. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 4.50 - 5.00 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้มากที่สุด

ที่สุด

### พิสัยควอไทล์

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile rang) คือ ค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 ของแต่ละข้อความ

คำนวณหาค่าความแตกต่างของควอไทล์ที่ 1 และควอไทล์ที่ 3 ถ้าพิสัยควอไทล์ที่คำนวณ ได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้น สอดคล้อง กัน (Consensus) ถ้าพิสัยควอไทล์ของแนวโน้มใดมีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นไม่สอดคล้องกัน

### ค่าร้อยละ

ร้อยละของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแนวโน้มยุทธศาสตร์ภาพบวกและภาพลบ แปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวนร้อยละ 80 ขึ้นไป เห็นว่าสอดคล้องกันว่าเป็นภาพบวก แสดงว่า แนวโน้มนั้นเป็นยุทธศาสตร์ทางบวก

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ร้อยละ 80 ขึ้นไป เห็นว่าสอดคล้องกันว่าเป็นภาพลบ แสดงว่า แนวโน้มนั้นเป็นยุทธศาสตร์ทางลบ

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวนน้อยกว่า ร้อยละ 80 ขึ้นไป เห็นว่าสอดคล้องกันว่าเป็นภาพบวกหรือ ภาพลบ แสดงว่าแนวโน้มที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นนั้นไม่สอดคล้องกัน และไม่สามารถสรุปได้ว่าเป็นยุทธศาสตร์