

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์และประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)" มีการกำหนดรูปแบบการวิจัยเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษา "กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยจะทำการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการรวบรวม และวิเคราะห์ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

เนื่องจากการดำเนินฟื้นฟู และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับความเสียหายจากธรณีพิบัติภัยนั้น ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินโครงการการรณรงค์ต่างๆ ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และบริษัทโฆษณาในการผลิตโฆษณาและสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนตลาดและดำเนินงานส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนี้ จึงแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

1.1 ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เกี่ยวข้องในเรื่องการวางแผนการตลาดและดำเนินงานกิจกรรมการสื่อสารการตลาด : คุณสุรพล เศวตเศรนี รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฝ่ายการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ และประธานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในจังหวัดที่เกิดเหตุธรณีพิบัติภัยจากคลื่นใต้น้ำ

1.2 บริษัทตัวแทนโฆษณา ครีเอทีฟ จูซ จีวัน ฝ่ายสร้างสรรค์และผลิตงานโฆษณาให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) : คุณรัฐรงค์ ศรีเลิศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายสร้างสรรค์

1.3 ผู้บริหารของธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับการสื่อสารการตลาดจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.) สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว และสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวแห่งประเทศไทย (สนท.) จำนวน 5 ท่าน อันประกอบไปด้วย

- คุณเชวง ลักษณะวิลาส (กรรมการผู้จัดการ) : บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ แทรเวลเซ็นเตอร์ (1991) จำกัด
- คุณสมเกียรติ อนันตชิน (กรรมการผู้จัดการ) : บริษัท เอ็ม.ซี.ที ทัวร์ จำกัด
- คุณสุทธิพงศ์ เผื่อนพิภพ (กรรมการผู้จัดการ) : บริษัท กลอรี่ ทราเวล (ประเทศไทย) จำกัด
- คุณวันชัย ทวนดอน (ผู้จัดการฝ่ายการตลาด) : บริษัท กังวาล ฮอลิเดย์ จำกัด
- คุณพงษ์สันต์ ทองอยู่ (ฝ่ายทัวร์ในประเทศ) : บริษัท รุ่งโรจน์ทัวร์ แทรเวลเซ็นเตอร์ จำกัด

2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่าง ๆ

2.1 แผนงาน และรายละเอียดต่าง ๆ ในการกำหนดแผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารประกอบการดำเนินกิจการการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถรวบรวมได้

2.3 สื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพยนตร์โฆษณา และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยวางแผนการสัมภาษณ์ กำหนดประเด็นคำถามที่ต้องการไว้ล่วงหน้า และใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้ และยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และทำการบันทึกเทปเพื่อจดบันทึกภายหลังการสัมภาษณ์สิ้นสุด โดยแนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นดังนี้

1. สภาพการณ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยก่อนเกิดเหตุการณ์พืบติ คส์นั้ได้ นำ และภายหลังเหตุการณ์นั้น

2. การวางแผนการตลาด และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวในประเทศ

2.1 กลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

2.2 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

2.3 บทบาทของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.4 กลยุทธ์ทางส่วนประสมทางการตลาด และกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

2.5 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

2.6 นโยบายในอนาคต และแนวโน้มการใช้การสื่อสารการตลาด

2.7 การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาด

2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาด และการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารการตลาด ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ และศึกษาร่วมกับ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยส่วนที่เป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แหล่งข้อมูลมาศึกษา และสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) ตามที่กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยการบรรยายกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 การศึกษา "ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พืบติ คส์นั้" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดย จะทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Study) โดยมี รายละเอียดดังนี้

ประชากร

การศึกษาวิจัยส่วนนี้ มุ่งที่จะศึกษาประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จากความรู้ ทักษะ ทักษะ แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ของประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวคนไทย

การศึกษาวิจัยส่วนนี้ได้กำหนดนักท่องเที่ยวคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 3,966,979 คน เป็นประชากรในการศึกษาวิจัยส่วนนี้ (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2547)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะที่เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% (หรือเท่ากับ 0.05)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อนำมาแทนค่าสูตร ก็จะได้เป็นจำนวนตัวอย่างที่ควรใช้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{3,966,979}{1 + 3,966,979 (0.05)^2} \\ &= 399.96 \text{ หรือ ประมาณ } 400 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวคนไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้
 - อายุ 20 ปีขึ้นไป
 - มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - หากทำงาน ก็ไม่ได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
2. ใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกจากประชาชนนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นิสิต/นักศึกษาตามสถาบันการศึกษา และคนทำงานในย่านธุรกิจต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่

- บริษัทเอกชน, ธนาคาร และรัฐวิสาหกิจ ในช่วงเดือนธันวาคม 2548 – มกราคม 2549
- มหาวิทยาลัย (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ) ในช่วงเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2548
- ย่านสยามสแควร์ ย่านธุรกิจต่าง ๆ ในช่วงเดือนตุลาคม 2549
- งานท่องเที่ยว ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ซึ่งจะศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารโครงการ

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลการสื่อสารการตลาด ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งตัวแปรที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม แจกแจงสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุธรณีพิบัติ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุธรณีพิบัติ

ตัวแปรต้น ความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน
ตัวแปรตาม ทศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ

ตัวแปรต้น ทศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน
ตัวแปรตาม แนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ

ตัวแปรต้น ความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน
ตัวแปรตาม แนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ความรู้ และทศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ

ตัวแปรต้น ความรู้ และทศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน
ตัวแปรตาม แนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

เกณฑ์การวัดและให้คะแนนตัวแปร

1. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

วัดจากระดับการเปิดรับสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั่วไป และเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยใช้คำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ไม่เคยเลย	1 คะแนน

ส่วนการจัดระดับการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยได้จัดไว้ 5 ระดับ คือ ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับปานกลาง ระดับต่ำ และระดับต่ำมาก โดยใช้คะแนนของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อในแต่ละสื่อมารวมกัน แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับการเปิดรับสื่อ

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 มีการเปิดรับสื่อต่ำมาก
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 มีการเปิดรับสื่อต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 มีการเปิดรับสื่อปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 มีการเปิดรับสื่อสูง
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 มีการเปิดรับสื่อสูงมาก

2. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

วัดจากระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ภายหลังจากเหตุการณ์พิบัติ ที่นำเสนอผ่านกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยกำหนดการให้คะแนนของผู้ที่ตอบถูกได้ 1 คะแนน และตอบผิดได้ 0 คะแนน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ระดับความรู้

1. คะแนนที่ใช้วัด ต่ำกว่า $\bar{X} - 1/2 \text{ S.D.}$ มีความรู้ต่ำ
2. คะแนนที่ใช้วัด อยู่ระหว่าง $\bar{X} - 1/2 \text{ S.D.}$ กับ $\bar{X} + 1/2 \text{ S.D.}$ มีความรู้ปานกลาง
3. คะแนนที่ใช้วัด สูงกว่า $\bar{X} + 1/2 \text{ S.D.}$ มีความรู้สูง

3. ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุการณ์พิบัติ

วัดจากความรู้สึกตอบสนองที่เป็นไปในเชิงบวก คือ เห็นด้วย และในเชิงลบ คือ ไม่เห็นด้วย โดยกำหนดเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามแบบของ Likert ดังนี้

ข้อความที่เป็นทัศนคติในเชิงบวก

- | | |
|----------------------|---------|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 5 คะแนน |
| เห็นด้วย | 4 คะแนน |
| ไม่แน่ใจ | 3 คะแนน |
| ไม่เห็นด้วย | 2 คะแนน |
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 1 คะแนน |

ข้อความที่เป็นทัศนคติในเชิงลบ

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

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับทัศนคติ

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 มีทัศนคติเชิงลบอย่างมาก
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 มีทัศนคติเชิงลบ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 มีทัศนคติเป็นกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 มีทัศนคติเชิงบวก
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 มีทัศนคติเชิงบวกอย่างมาก

4. แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่เกิดเหตุธรณีพิบัติ โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบ ให้คะแนน ดังนี้

แนวโน้มพฤติกรรมในเชิงบวก (เดินทางท่องเที่ยว)

มากขึ้น	3 คะแนน
เท่าเดิม	2 คะแนน
น้อยลง	1 คะแนน
เลิก	0 คะแนน

แนวโน้มพฤติกรรมในเชิงลบ (ไม่เดินทางท่องเที่ยว)

มากขึ้น	0 คะแนน
เท่าเดิม	1 คะแนน
น้อยลง	2 คะแนน
เลิก	3 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับแนวโน้มพฤติกรรม

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0 – 1.00 มีแนวโน้มพฤติกรรมเชิงลบ/น้อย
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.01 – 2.00 มีแนวโน้มพฤติกรรมเป็นกลาง
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.01 – 3.00 มีแนวโน้มพฤติกรรมเชิงบวก/มาก

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐานนั้น ในที่นี้ผู้วิจัยได้ยึดความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเดวิส (Davis' Descriptions) ในการตีความ เพื่อให้การตีความค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อความหมายได้ตรงกัน (อรรถพร กงวิไล, 2547: 83) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเดวิส

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.70 หรือสูงกว่า	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
0.05 - 0.69	มีความสัมพันธ์กันสูง
0.30 - 0.49	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.10 - 0.29	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
0.01 - 0.09	แทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions) เป็นส่วนใหญ่ โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง (Self-administered Questions) จำนวน 44 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ในแต่ละตอนประกอบด้วยคำถามดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส รายได้ และระดับการศึกษา และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมทางท่องเที่ยวไปยัง 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 12 ข้อ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล

1. ความตรง (Validity)

นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความชัดเจน และความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2. ความเชื่อถือ (Reliability)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบ (pre-test) กับนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง (Relevance) ของเนื้อหา ความเป็นไปได้ (Feasibility) ในแง่ของคำตอบที่ได้รับจากผู้ตอบคำถาม แล้วนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการคำนวณค่า Reliability ของ คูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson's Method) ในการวัดค่าความเชื่อถือของความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน จากสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534 : 114 - 115)

$$r_{tt} = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\bar{X}(k - \bar{X})}{kS^2} \right\}$$

เมื่อ	r_{tt}	=	ความเชื่อถือ
	k	=	จำนวนข้อ
	S^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ
	\bar{X}	=	คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

ผลการทดสอบค่าความเชื่อถือของความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามใหม่ และคิดค่าความเชื่อถืออีกครั้ง ได้ค่าความเชื่อถือ 0.79 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

และสำหรับการวัดค่าความเชื่อถือของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน และแนวโน้มพฤติกรรมทางท่องเที่ยวไปยัง 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณแบบ Cronbach's Alpha Coefficient จากสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534 : 116)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum v_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	α	=	ความเชื่อถือ
	k	=	จำนวนข้อ
	v_i	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการทดสอบค่าความเชื่อถือของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวไปยัง 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้เท่ากับ 0.83 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ส่วนค่าความเชื่อถือของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้เท่ากับ 0.80 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ดี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบคำถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้เห็นชิ้นงานที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ขณะออกแบบสอบถามไปด้วย ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีหลายช่วงเวลา โดยเริ่มประมาณเดือนตุลาคม 2548 จนถึง มกราคม 2549 จากนั้นทำการตรวจสอบแบบตรวจวัดที่ได้รับคืนมาแล้วบันทึกลงในช่องบันทึกที่เตรียมไว้ แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1.1 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน
- 1.2 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน
- 1.3 การกระทำ พฤติกรรม หรือแนวโน้มความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยัง 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

2. การทดสอบสมมติฐาน

ใช้สถิติต่าง ๆ ดังนี้

- ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ตามสมมติฐาน ข้อที่ 1-3
- ใช้การวิเคราะห์ที่ใช้กับตัวแปรอิสระหลายตัวในการพยากรณ์ตัวแปรตามที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับสมมติฐาน ข้อที่4

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการกำหนดรหัส ลงรหัสบันทึกข้อมูล แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ