

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน แบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย (Research Design) เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งการสัมภาษณ์ และการสอบถาม

ขั้นตอน และวิธีการศึกษา การประเมินศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีดังต่อไปนี้

1. รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร เว็บไซต์ และรายงานผลการศึกษาวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่จำเป็นต่อการประเมินศักยภาพทางการตลาด ได้แก่ การประเมินสถานการณ์ทั่วไป การประเมินสภาพการแข่งขัน การประเมินตลาดผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค และการประเมินส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

2. จัดเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ และบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล

4. เสนอแนวทางการพัฒนาตลาด

5. จัดประชุมนำเสนอผลการศึกษา

3.2 เครื่องมือ วิธีการเก็บข้อมูล ประชากรตัวอย่าง และแนวทางการวิเคราะห์ และประเมิน

ในการวิจัยประเมินศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมิเครื่องมือ วิธีการเก็บข้อมูล ประชากรตัวอย่าง และแนวทางการวิเคราะห์และประเมิน ดังตารางที่ 2-3.1

ตารางที่ 2-3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ประเด็น	เครื่องมือ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรตัวอย่าง	แนวทางการวิเคราะห์ และประเมิน
1. การประเมินสถานการณ์ทั่วไป และการประเมินสภาพการแข่งขัน ที่มีผลกระทบต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุ	สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยว เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการในภาคเหนือตอนบนกระจายกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่อไปนี้ - Accommodation - Accessibility - Attraction - Amenity - Activities	ใช้วิธี Content Analysis โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาจำแนกและสรุปประเด็นเพื่ออธิบาย และวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทั่วไป และสภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุ
2. การประเมินตลาดผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค	สำรวจพฤติกรรม การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยทั่วไป โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย	ผู้สูงอายุชาวไทย โดยกระจายเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทุกภูมิภาคของประเทศ โดยจัดแบ่งเป็นภาคตามสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังนี้ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง (กาญจนบุรี) ภาคตะวันออก (ชลบุรี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น ศรีสะเกษ เลย) ภาคใต้ (นครศรีธรรมราช	วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

ตารางที่ 2-3.1 (ต่อ) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ประเด็น	เครื่องมือ และวิธีการ เก็บรวบรวมข้อมูล	ประชากรตัวอย่าง	แนวทางการวิเคราะห์ และประเมิน
การประเมินตลาด ผู้บริโภค และพฤติกรรมการซื้อ	สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยทั่วไป โดยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยแปลเป็น 3 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน และภาษาญี่ปุ่น	ภูเก็ต ภาคเหนือ (นครสวรรค์ อุทัยธานี พิษณุโลก เชียงใหม่) จำนวน 778 ตัวอย่าง ผู้สูงอายุต่างชาติ โดยเก็บแบบสอบถาม ณ จุดที่เดินทางออกจัดเก็บที่ สนามบินนานาชาติ 2 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต จำนวน 222 ตัวอย่าง	วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ
	สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงลึกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยใช้สัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (In-depth Interview)	นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย และชาวต่างชาติ	ใช้วิธี Content Analysis โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาจำแนกและสรุปประเด็นเพื่ออธิบาย และวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงลึกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
3. ประเมินส่วนประสมทางการตลาด	สำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน	นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย และชาวต่างชาติ	วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

เครื่องมือการเก็บข้อมูล และประชากรตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แยกตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การประเมินสถานการณ์ทั่วไป

ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนี้

- ความคิดเห็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน ในปัจจุบัน
- แนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
- ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยว
- ปัจจัยทางสังคม ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยว
- ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยว
- ปัจจัยทางเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยว
- ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยว

2) การประเมินสภาพการแข่งขัน

ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินสภาพการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนี้

- ความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน
- ความคิดเห็นต่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- ความคิดเห็นต่อสิ่งบริการอำนวยความสะดวก
- ความคิดเห็นต่อกิจกรรมท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
- ความคิดเห็นต่อแรงงานในภาคการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน
- ความคิดเห็นต่อลักษณะของตลาดการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
- ความคิดเห็นต่อการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น การใช้เวลาในการท่องเที่ยว การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว
- ความคิดเห็นต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
- ความคิดเห็นต่อการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
- ความคิดเห็นต่อสภาพการแข่งขัน คู่แข่งขันที่สำคัญของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ จุดเด่นของกลุ่มแข่งขันแต่ละราย

ประชากรตัวอย่าง

ในการประเมินสถานการณ์ทั่วไป และการประเมินสภาพการแข่งขัน ที่มีผลกระทบต่อศักยภาพทางตลาดการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับผู้สูงอายุ มีกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน คือ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน จำนวน 40 ราย โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มผู้ประกอบการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-3.2 การกระจายกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มผู้ประกอบการ

ประเภทของผู้ประกอบการ	เชียงใหม่	เชียงราย	พะเยา	ลำปาง	แพร่	น่าน	ลำพูน	แม่ฮ่องสอน
ผู้ประกอบการด้านสถานที่พัก	2	2	1	1	1	1		2
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเข้าถึง	2							
ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว	2	1		1		1		
ผู้ประกอบการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	6	5		1	1	1	1	
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรม	1			1				1
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1	1			1	1		
รวม	14	9	1	4	3	4	2	3

3) การประเมินตลาดผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1) ใช้แบบสอบถาม สอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยมีแบบสอบถามรวม 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน และภาษาญี่ปุ่น โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา การศึกษา แหล่งรายได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัญหาสุขภาพ หรือโรคประจำตัว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ผู้วางแผนการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.2) การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Interview) โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

- ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- สิ่งที่กระตุ้นให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวภาคเหนือ
- วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
- การค้นหาข้อมูลเพื่อวางแผนท่องเที่ยว
- เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว
- ความประทับใจต่อการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน
- การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

ประชากรตัวอย่าง

การใช้แบบสอบถาม

ผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 778 ตัวอย่างโดยกระจายเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทุกภูมิภาคของประเทศ ดังนี้ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง (กาญจนบุรี) ภาคตะวันออก (ชลบุรี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น ศรีสะเกษ และเลย) ภาคใต้ (นครศรีธรรมราช และภูเก็ต) ภาคเหนือ (นครสวรรค์ อุทัยธานี พิจิตร โลก และเชียงใหม่)

ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 222 ตัวอย่างโดยเก็บแบบสอบถาม ณ จุดที่เดินทางออกจัดเก็บที่สนามบินนานาชาติ 2 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ และท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต

4) การประเมินส่วนประสมทางการตลาด

ใช้แบบประเมินความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน โดยมีประเด็นการประเมิน ได้แก่

- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการ
- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ
- ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

ประชากรตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยจำนวน 100 ราย และชาวต่างชาติ จำนวน 100 ราย รวม 200 ราย โดยกระจายเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

3.3 การถ่ายทอดผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

3.3.1 การดำเนินงานศึกษาวิจัยใช้กระบวนการศึกษา และรวบรวมข้อมูล โดยการรวบรวมจากเอกสาร และผลจากการสอบถามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการประเมินศักยภาพทางการตลาด เมื่อสิ้นสุดการวิจัยได้เผยแพร่ในเว็บไซต์ www.sri.cmu.ac.th/~slowtour/ ที่โครงการพัฒนาขึ้นเพื่อให้หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องใช้เป็นต้นแบบในการประเมินศักยภาพการตลาดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในพื้นที่อื่นๆ ได้

3.3.2 หลังการศึกษาวิจัยมีการจัดประชุมเพื่อเผยแพร่ผลการดำเนินงาน ในวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2554 ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน นักวิชาการ และผู้สนใจทั่วไป ซึ่งส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวงกว้าง