

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนันทนาการในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) สำหรับการสำรวจกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม เพื่อเสนอปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจนันทนาการ ได้แก่ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทาง ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
6. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น คือ แบบสอบถามซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด และธุรกิจนันทนาการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วารสารต่าง ๆ นิตยสาร รายงาน การวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานประจำปี ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ประกอบการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

ประชากรของการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จัดการเดินทางโดยผ่านธุรกิจนำเที่ยวในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวนทั้งสิ้น 115,866 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ซึ่งการศึกษานี้ต้องการตัวแทนประชากรของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นกรณีศึกษาของจังหวัดเชียงราย จากผลการศึกษาโครงการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (จังหวัดเชียงราย) ของชุกลิน อนุวิจิตร และฤดีกร เดชาชัย (2551) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายร้อยละ 9.5 ดังนั้นคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวนทั้งสิ้น 11,007 คน

ดังนั้น เมื่อนำจำนวนดังกล่าวมาเทียบเพื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1970, p. 725) ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นจำนวน 385.97ตัวอย่าง ทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สูตร

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

- โดย
- N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 - N = ขนาดของประชากร
 - E = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$N = \frac{11,007}{1 + 11,007 (0.05)^2}$$

$$N = 385.97$$

การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาศึกษาจะใช้การกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 12 บริษัท เพื่อความเหมาะสมในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัย ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

2. ธุรกิจนำเที่ยว

ประชากรที่จะศึกษา คือ ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวนทั้งสิ้น 63 บริษัท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย, 2553) โดยเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 12 บริษัท ที่เป็นสมาชิกศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย (สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย) และอยู่ในรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย หลังจากนั้นผู้วิจัยจะพิจารณาเพิ่มเติม จากผลประกอบการของธุรกิจนำเที่ยว ความน่าเชื่อถือของธุรกิจนำเที่ยว ความมีชื่อเสียงของธุรกิจนำเที่ยว และจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ กับธุรกิจนำเที่ยว

หากพิจารณาจากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 12บริษัท โดยคัดเลือกจากการสอบถามสมาคมท่องเที่ยวเชียงราย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 บริษัท ได้แก่ เชียงรายฟาร์อีสท์เทอร์นทัวร์ จตุรพรทัวร์ และ หมิงทรานสปอร์ต และจากการสอบถามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงรายได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 บริษัท คือ พันธุ์จินดาบริการ (พีดีทัวร์) ท็อปนอร์ททัวร์แอนด์เซอร์วิส แมสลองทัวร์ เชียงรายเทรเวลแอนด์เซอร์วิส จันทรจิรา2002ทราเวลแอนด์ทัวร์ บริษัทเชียงรายทัวร์ พีบีทราเวลเอเจนซี ตุงหลวงทัวร์ และแม่โขงเดลต้าทราเวลเอเจนซี

เมื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และกำหนดจำนวนบริษัทนำเที่ยว 12 บริษัท ผู้วิจัยจะใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างที่ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-Probability Sampling) โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อกำหนดขนาดนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้รับบริการทางการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่คัดเลือกมาจำนวนทั้งสิ้น 12 บริษัท โดยเฉลี่ยบริษัทละ 33-34 คน ดังปรากฏในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในจังหวัด
เชียงราย 12 บริษัท

บริษัทนำเที่ยว	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เชียงรายฟาร์อีสท์นอร์ททัวร์	34
หมิงทรานสปอร์ต	34
พันธุ์จินดาบริการ (พีดีทัวร์)	34
ท๊อปนอร์ททัวร์แอนด์เซอร์วิส	34
แม่สลองทัวร์	33
เชียงรายเทรเวลแอนด์เซอร์วิส	33
จันทร์จิรา2002ทราเวลแอนด์ทัวร์	33
บริษัทเชียงรายทัวร์	33
พีพีทราเวลเอเจนซี	33
จตุรพรทัวร์	33
ตุ่งหลวงทัวร์	33
แม่โขงเดลต้าทราเวลเอเจนซี	33
รวม	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ดังนี้

1. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จาก ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะของคำถามในแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 5 ข้อ ให้เลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 6 ข้อ ให้เลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบการวัด Likert Scale มี 5 ระดับ โดยกำหนดให้

ระดับที่ 5 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจน้อยที่สุด

2. แบบสอบถามสำหรับธุรกิจนำเที่ยว

เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะของคำถามในแบบสอบถาม เรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 8 ข้อ ให้เลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบการวัด Likert Scale มี 5 ระดับ โดยกำหนดให้

ระดับที่ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยสู่ความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยว



การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยการศึกษาข้อมูลจากการสืบค้นและจากตำรา หนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร จุลสาร บทความ งานวิจัย และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอีกทั้งได้ทำการปรึกษาและขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำผลจากการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถามโดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิดความมุ่งหมายและสมมุติฐานในการศึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
4. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาอีกครั้ง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย
2. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
3. การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้ Item-total Correlation โดยใช้แบบสอบถามตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ได้ค่าความความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ .844 (ภาคผนวก) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้ค่าความความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเท่ากับ .833 (ภาคผนวก) ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป
4. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
2. ขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยแนบไปพร้อมกับแบบสอบถามส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุดจากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์จากทั้ง 12 บริษัท ๆ ละ 1 ท่าน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เหล่านี้ผู้วิจัยได้ชี้แจงถึงจุดมุ่งหมายของการทำวิจัย อธิบายลักษณะและวิธีการตอบแบบสอบถามเพื่อให้เข้าใจตรงกัน ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของบริษัท

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 12 ชุด จากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ตามวันเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ด้วยตนเอง

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับและตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย ได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 412 ชุด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับที่ได้รับกลับคืนมา ใส่เลขในแบบสอบถาม

2. จัดทำรหัสข้อมูลตัวแปรในแบบสอบถามแต่ละตัว

3. กรอกรหัสข้อมูลตามรหัสลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัด (สำหรับนักท่องเที่ยว) โดยใช้เกณฑ์การให้น้ำหนักแปลความหมายค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2540) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัด เชียงราย (สำหรับผู้ประกอบการ)โดยใช้เกณฑ์การให้น้ำหนักแปลความหมายค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2540) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

6. การวิเคราะห์คำถามปลายเปิดในแบบสอบถามของผู้ประกอบการด้วยวิธี Content Analysis โดยสรุปประเด็นข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

- 1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลลักษณะของประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว, ผู้ประกอบการบทสรุปเกี่ยวกับความพึงพอใจและข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว
- 2. ค่าเฉลี่ย (Mean)เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงรายและแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยว
- 3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงรายและแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยว

โดยสรุปจากข้อมูลข้างต้น การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อธุรกิจ

นำเที่ยวจังหวัดเชียงราย ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย และคำถามปลายเปิดเพื่อสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยสู่ความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยวโดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 12 บริษัท เพื่อปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย