

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมุ่งในการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่

#### ประชากร

นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 5 อันดับแรกที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยว ได้แก่ คอยสุเทพ ถนนคนเดิน สวนสัตว์เชียงใหม่ คอยอินทนนท์ และพีชสวนโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ ผู้ที่ประกอบอาชีพผลิต จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ และอาศัยอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับข้างต้น

#### กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ จำนวน 2,598,041 คน (สถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยมีสูตรดังต่อไปนี้

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

โดยที่  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จากสถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า

จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2,598,041 คน เมื่อจากการคำนวณโดยใช้สูตรข้างต้น จะได้ตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

$$\left[ n = \frac{2,598,041}{1 + 2,598,041(0.05)^2} = 399.94 \right]$$

อีกทั้งประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากกลุ่มประชากร ที่มีรายชื่อ และที่อยู่ ที่ปรากฏในเอกสารที่สำรวจมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ใน 5 สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยว โดยการออกภาคสนามจะแบ่งเป็น 2 รอบ โดยรอบแรก (Pre-survey) จะใช้จำนวนตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง ผลที่ได้จาก Pre-survey จะถูกนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ในการทำ Final-survey ในจำนวนแบบสอบถามในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวต่อไป

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว อาทิเช่น จากหนังสือ งานวิจัย รายงานทางสถิติต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) เป็นต้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย ได้สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบและปลายเปิด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

- แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย
- แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าพื้นเมือง
- แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลในแบบสอบถามจะถามเกี่ยวกับ

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือนจำนวนวันที่มาเที่ยวในครั้งนี้ จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยว รวมทั้งข้อมูลสนับสนุน เสนอแนะในการตัดสินใจซื้อสินค้าของฝากพื้นเมือง

2. หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่

2.1 ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง

2.2 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองแต่ละประเภท

2.3 ลักษณะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง

2.4 การพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง จะแบ่งเป็น

รูปลักษณ์ คุณภาพของสินค้า แพ้ชื้น ความนิยม การออกแบบ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย การใช้ประโยชน์ บรรลุภัณฑ์ การบริการ สถานที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

ผู้ผลิตสินค้าพื้นเมือง ข้อมูลในแบบสอบถามจะถาม เกี่ยวกับ

1. ของฝากพื้นเมืองที่ได้ทำการผลิต

2. การนำเสนอ ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมืองที่ได้ผลิต

3. การพัฒนาสินค้าโดยผลิตให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าของฝากพื้นเมือง โดยจะกำหนดหัวข้อ

รูปลักษณ์ คุณภาพของสินค้า แพ้ชื้น ความนิยม การออกแบบ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย การใช้ประโยชน์ บรรลุภัณฑ์ การบริการ สถานที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

5. ปัญหาในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการส่งเสริม และความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาธุรกิจสินค้าของฝากพื้นเมืองในอนาคต

ผู้จำหน่ายสินค้าของฝากพื้นเมือง ข้อมูลในแบบสอบถามจะถาม เกี่ยวกับ

1. ผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากพื้นเมืองที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าของฝากพื้นเมืองที่จำหน่าย

3. การนำเสนอ ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมืองที่จำหน่ายในร้าน

4. ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการผลิตสินค้า เพื่อพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5. เหตุผลในการเลือกจำหน่ายสินค้าของฝากพื้นเมือง มากน้อยเพียงใด รูปลักษณ์  
คุณภาพของสินค้า แฟชั่น ความนิยม การออกแบบ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย การใช้ประโยชน์  
บรรจุภัณฑ์ การบริการ สถานที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

6. ปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการส่งเสริม และความช่วยเหลือจาก  
หน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาธุรกิจสินค้าของฝากพื้นเมืองในอนาคต

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยได้ศึกษาหลักการของ  
งานวิจัย และวิธีการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและทั่วถึง โดยพื้นที่ที่เลือกใน  
แต่ละสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มาจากข้อมูลเบื้องต้นจากการรวบรวมสถิติจากการท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทย (2550) สํารวจจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้คณะวิจัยได้เลือกพื้นที่ใน  
การเก็บข้อมูล ดังนี้

- ดอยสุเทพ
- ถนนคนเดิน
- สวนสัตว์เชียงใหม่
- คอยอินทนนท์
- และพืชสวนโลก

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยคณะวิจัยได้ลงพื้นที่ที่ใกล้เคียง  
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว 5 แห่งข้างต้น อีกทั้งส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ตอบรับ พร้อมซองคิด  
แถมปีส่งคืน

กลุ่มตัวอย่างผู้จัดจำหน่าย มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยคณะวิจัยได้ลงพื้นที่ที่  
ใกล้เคียงบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว 5 แห่งข้างต้น อีกทั้งส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ตอบรับ พร้อม  
ซองคิดแถมปีส่งคืน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย ได้นำแบบสอบถามที่ส่งรหัสแล้วบันทึกลงในโปรแกรม สถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) การดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บ ข้อมูลในเชิงปริมาณจากนั้น นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยว กำหนดการวิเคราะห์ 3 ด้าน ดังนี้  
ด้านความสนใจในสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมี นำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความสนใจในสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความสนใจในสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความสนใจในสินค้าของ ที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

ด้านความต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมาก/น้อยอย่างไร ซึ่งมี นำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

ด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง ซึ่งมี นำเสนอเกณฑ์ ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก

- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง กำหนดการวิเคราะห์ 3 ด้าน ดังนี้

ด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมีนำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก

- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง กำหนดการวิเคราะห์ 3 ด้าน ดังนี้

ด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมีนำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก

- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

ทั้งนี้ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการค้นคว้า สัมภาษณ์ ได้นำมาเสนอใน  
ลักษณะบรรยาย เพื่อนำมาแสดงผลข้อมูล วิเคราะห์ผลการวิจัย สรุปลผลการวิจัย รวมทั้ง  
ข้อเสนอแนะเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

