

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา” เป็นแผนงานวิจัยที่มีโครงการย่อย 3 โครงการ ซึ่งใช้การสังเคราะห์งานวิจัยย่อยเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 1. การสังเคราะห์งานวิจัยจากโครงการย่อย 3 โครงการย่อย คือ

1.1 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ – เชียงราย)

1.2 แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ – เชียงราย)

1.3 กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่ – เชียงราย)

2. การประมวลผลที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยมาจัดทำ SWOT เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

#### ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

แผนงานวิจัย กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีขอบเขตด้านประชากรแยกตามโครงการย่อย คือ

โครงการย่อยที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Random Sampling) คือ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาได้ 2 จังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และขั้นตอนที่ 2 สุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

โครงการย่อยที่ 2 ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้นำชุมชนผู้ประกอบการภาคองค์กรเอกชนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย และกลุ่มสนับสนุนเชิงนโยบาย

ข้อมูลเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จำนวน 400 คน ได้มาโดย

วิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Random Sampling) คือ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาได้ 2 จังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และขั้นตอนที่ 2 สุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

โครงการย่อยที่ 3 ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้นำชุมชนผู้ประกอบการภาคองค์กรเอกชนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย และกลุ่มสนับสนุนเชิงนโยบาย

ข้อมูลเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Random Sampling) คือ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาได้ 2 จังหวัด ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และขั้นตอนที่ 2 สุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการนำข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากโครงการวิจัยย่อยที่ 1-3 มาสังเคราะห์ข้อมูล

โครงการย่อยที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

โครงการย่อยที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

โครงการย่อยที่ 3 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เล่มแผน ใช้การประมวลข้อค้นพบจากโครงการย่อยทั้ง 3 เล่ม มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ (SWOT analysis)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### โครงการย่อยที่ 1

การวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถาม โดยการใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test แบบ independent) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

## โครงการย่อยที่ 2

### การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ผลตามรายละเอียดของแบบสอบถาม โดยการใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสรุปความจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการใช้การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด การสรุปผลการวิจัยจะใช้การบรรยายถึงผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

## โครงการย่อยที่ 3

### การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ผลตามรายละเอียดของแบบสอบถาม โดยการใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวน ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสรุปความจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการใช้การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด การสรุปผลการวิจัยจะใช้การบรรยายถึงผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

## แผนงานวิจัย

ใช้การสังเคราะห์งานวิจัยจากงานวิจัย 3 โครงการย่อย และวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) เป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา