

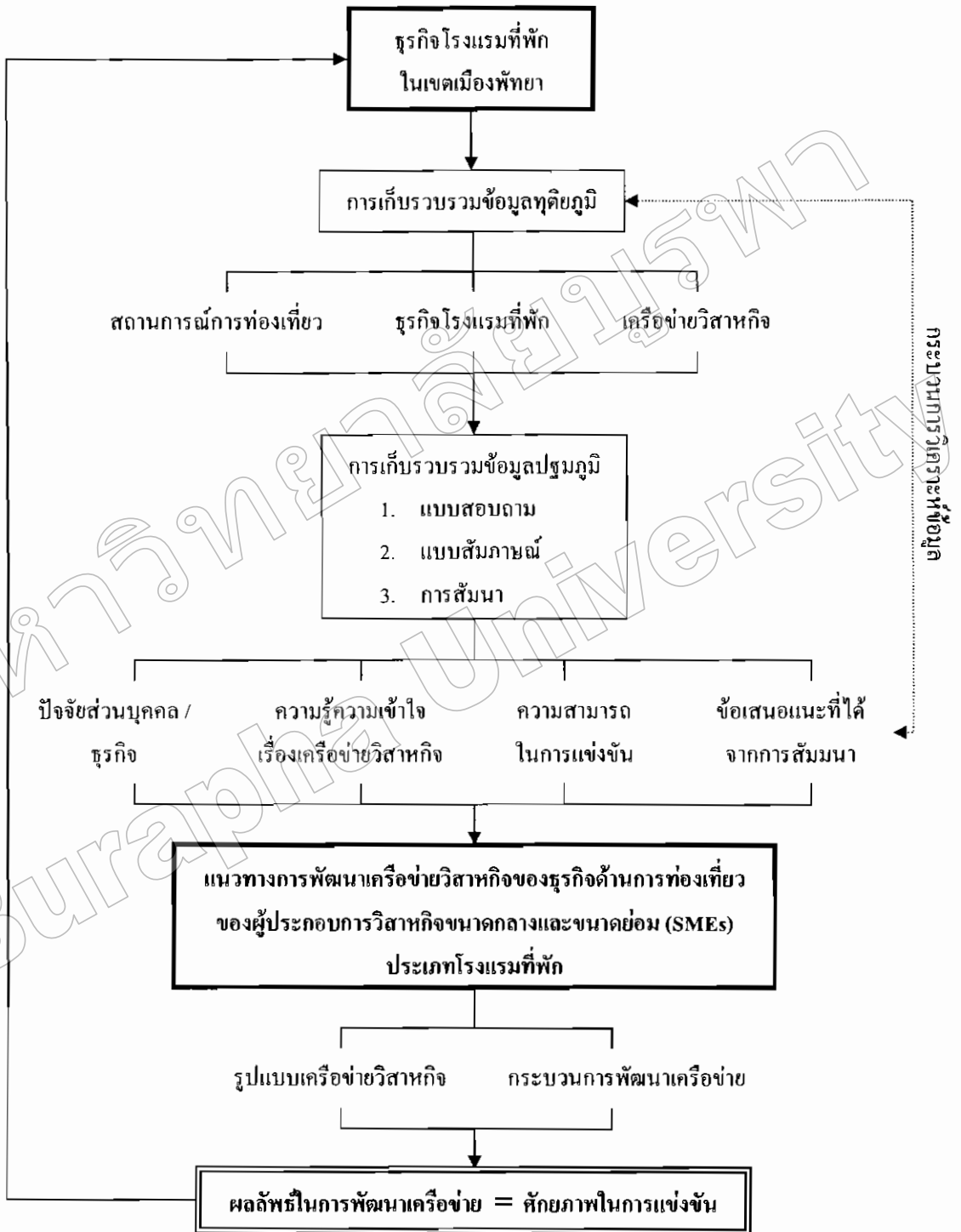
บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขนาดของโรงแรมที่พัก จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มราคาห้องพักคืน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มธุรกิจ รวมถึงการศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อันจะส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก และนำไปสู่การประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย
2. รูปแบบการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือการวิจัยและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 3 – 1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย

2. รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed – method Design) คือ เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสืบค้นข้อมูลในแนวกว้างจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการสืบค้นข้อมูลในแนวลึกเพื่อตอบคำถามและอธิบายร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interviews) กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ โรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 5 เขต ได้แก่ พัทยานาเกลือ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน ครอบคลุมตำบลนาเกลือ หมู่ที่ 1 2 3 4 5 6 ตำบลหนองปรือ หมู่ที่ 5 6 9 10 11 12 และ 13 ตำบลห้วยใหญ่ หมู่ที่ 4 และตำบลหนองปลาไหล หมู่ที่ 6 และ 7 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีหน่วยประชากรเป็นโรงแรมที่พักที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งหมด 140 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3, 2551 และจากการสำรวจ) แบ่งเป็นโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 59 ห้อง จำนวน 66 แห่ง และโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางที่มีจำนวนห้องพักระหว่าง 60 – 149 ห้อง จำนวน 74 แห่ง

3.2 ขนาดตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม กำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางจำนวนตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) จะได้ขนาดตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยทั้งสิ้น 103 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 73.57

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้ตัวอย่างเดียวกับกลุ่มที่ 1 แต่ทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก๊อสนิมะ โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม เช่น ประธาน ชมรม อุปนายก เป็นต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์ และหลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้น แนะนำผู้ประกอบการโรงแรมที่พักแห่งอื่นที่มีการรวมเป็นเครือข่ายต่อไป จนกว่าข้อมูลที่ได้มานั้นจะอิ่มตัว

3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เช่นเดียวกับข้อ 3.2 ดังนี้

กลุ่มที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากประชากรจำนวน 140 แห่ง ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบโควตา เพื่อให้ได้ลักษณะของความเป็นตัวแทนและลดความคลาดเคลื่อนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยนำประชากรโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ตามการแบ่งระดับราคาโรงแรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักมากกว่า 2,500 บาท

กลุ่มที่ 2 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 1,500 – 2,499 บาท

กลุ่มที่ 3 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 1,000 – 1,499 บาท

กลุ่มที่ 4 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 500 – 999 บาท

กลุ่มที่ 5 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักต่ำกว่า 499 บาท

และแยกตามเขตพื้นที่เมืองพัทยา 5 เขต ได้แก่ เขตพทยานนทลือ พทยาเหนือ พทยากลาง พทยาใต้ และหาดจอมเทียน

2. นำจำนวนประชากรที่ได้ในแต่ละกลุ่มมาทำการถ่วงน้ำหนักเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้อัตราส่วนที่มีความเท่าเทียมกัน เมื่อได้ขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่มแล้วจึงนำมาคัดเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวกต่อไป

กลุ่มที่ 2 การคัดเลือกตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. โดยเลือกเฉพาะกลุ่มที่มีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรม และเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก๊อสนิมะ

2. หาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม เช่น ประธานชมรม อุปนายก เป็นต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์และหลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้น แนะนำผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักแห่งอื่นที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรม ต่อไป จนกว่าข้อมูลที่ได้นั้นจะอิ่มตัว

4. เครื่องมือการวิจัยและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเภท ตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งปรับปรุงจากแบบสอบถามของวุฒิชัย สุนทรสมัย (2547)) ที่ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ OTOP และ SMEs ภาคตะวันออก และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้ (ภาคผนวก ข)

4.1.1 แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายปิดมีคำตอบให้เลือก และคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบคำถามระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ซึ่งแบ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด 12 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาดำเนินการในกิจการ ขนาดของโรงแรมที่พัก จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มของราคาห้องพักต่อคืน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก 5 ด้าน ได้แก่

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ
4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย

มีข้อคำถามทั้งหมด 50 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดวัดทัศนคติด้วยมาตรวัดลิเคิร์ต

(Likert Scales) 5 ระดับ โดยได้กำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต ได้แก่

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

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ
3.68 – 5.00	มาก
2.34 – 3.67	ปานกลาง
1.00 – 2.33	น้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก ตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยเสริม 2 ด้าน คือ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีข้อคำถามทั้งหมด 54 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดวัดความคิดเห็นเชิงบวกหรือลบด้วยมาตรวัดซีแมนติก ดิฟเฟอเรนเชียล (Osgood's Semantic Differential) โดยมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ ในข้อคำถามด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีคำตอบให้เลือกว่าเป็น โอกาส อุปสรรค หรือไม่แน่ใจเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคคือความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ส่วนปัจจัยด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจให้เลือกตอบว่าเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน หรือไม่แน่ใจ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
2.34 – 3.00	เป็นโอกาสต่อธุรกิจ
1.67 – 2.33	เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ
1.00 – 1.66	เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด 1 ข้อ สอบถามความคิดเห็นในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจว่ามีความสนใจหรือไม่ และคำถามปลายเปิด 1 ข้อ ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและปัญหาในการประกอบธุรกิจ ข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พักและใช้ในการอภิปรายผลต่อไป

4.1.2 แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง คำถามของแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตามปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยเสริม ได้แก่ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย โดยในแบบสัมภาษณ์จะมีการอ้างอิงรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อสถานประกอบการ ชื่อเจ้าของกิจการ ที่อยู่สถานประกอบการ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อสะดวก วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ และธุรกิจโรงแรมที่พักแห่งอื่นของผู้ประกอบการเฉพาะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี รวมทั้งมีการอ้างอิงถึงแบบสอบถามฉบับเดิมที่เคยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในครั้งที่ผ่านๆ มา เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พักในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ร่วมกัน

4.2 การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

4.2.1 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

4.2.1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

4.2.1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน กรอบแนวความคิดที่จะศึกษา พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการศึกษา นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ระดับสูงเพื่อตรวจแก้ไขและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและวิจัย จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบแต่ละข้อ โดยมีการแทนคำคำถาม ดังนี้

สำคัญ	หมายถึง	ผู้วิจัยให้คะแนนเท่ากับ 1
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	ผู้วิจัยให้คะแนนเท่ากับ 0
ไม่สำคัญ	หมายถึง	ผู้วิจัยให้คะแนนเท่ากับ -1

4.2.1.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการจากการพิจารณาและตัดสินใจของ

ผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) การวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถามนี้กำหนดเกณฑ์การเห็นพ้องต้องกันของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อยร้อยละ 80 ในแต่ละหัวข้อคำถาม จึงนับว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ยอมรับได้ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุง โดยสูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา คือ ค่าอัตราส่วนดัชนี (Index of Consistency: IOC)

$$\text{คังสูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเนื้อหา
R		แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นด้านบวกหรือเห็นว่าสำคัญของผู้เชี่ยวชาญ
N		แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
ถ้าค่า IOC	≥	.80	ถือว่าคำถามนั้นสามารถใช้ได้
IOC	<	.80	ถือว่าไม่สามารถใช้คำถามนั้นได้

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยที่ค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.80 แล้วถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและนำข้อคำถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ระดับสูงพิจารณาอีกครั้ง ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า .80 จึงต้องตัดทิ้ง (ภาคผนวก ก)

4.2.1.5 แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content

Validity) แล้ว นำมาทดสอบ (Try – out) อีกครั้ง เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก จำนวน 20 ชุด ในจังหวัดที่มีภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับเมืองพัทยา แล้วนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม จากการคำนวณพบว่า

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ .92 ส่วนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ .86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า .70 (Nunnally, 1978 อ้างถึงใน วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2550) เมื่อได้ผลมาแล้วจึงนำมาตรวจสอบด้านภาษา ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากพบปัญหาจะดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อสามารถนำไปใช้ในงานสนามจริงต่อไป

4.2.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสัมภาษณ์เจาะลึก

แบบสัมภาษณ์เจาะลึกสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา ที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ โครงการแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการ ของสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยได้ทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ด้วย นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อนเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหา หลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ก่อนนำไปใช้จริง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 3 ลักษณะ

5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ประกอบด้วย

5.1.1 หนังสือและตำราเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมพักรวม การจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารธุรกิจ วิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงวิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่าง ๆ

5.1.2 วารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพักรวม เศรษฐกิจและสังคม การลงทุน การวิจัย

5.1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการศึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ณ สถานประกอบการ ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดในการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เน้นให้

เห็นประโยชน์ที่จะได้รับในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการตอบ และโทรถามผู้ประกอบการหรือผู้ที่รับผิดชอบ เพื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 1 เดือน 15 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคมถึง 10 ตุลาคม พ.ศ. 2551 เนื่องจากเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม โดยจะเก็บข้อมูลในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) และวันเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 9.00 – 11.00 น. และ 14.00-17.00 น.

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลหลายๆ ด้าน ในการหาคำตอบร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเป็นผู้สอบถามข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง สร้างความเข้าใจแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งแจ้งผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยนี้ และอธิบายถึงการเสนอผลการวิจัยว่าเป็นการเสนอข้อมูลเฉพาะภาพรวมเท่านั้น โดยมีการอัดเสียงตอนสัมภาษณ์ (กรณีผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอม) พร้อมทั้งจดข้อมูลในแบบฟอร์มการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินงาน ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการโรงแรม ผู้ช่วยผู้จัดการโรงแรม หรือผู้ที่รับผิดชอบงานโรงแรมมากที่สุด โรงแรมละ 1 คน

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้แยกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพต่อไป

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดนั้น มีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะมีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือลงรหัสที่ได้ทำไว้ จากนั้นจึงนำไปบันทึกและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

6.1.1 สถิติพรรณนา แบ่งตามข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

6.1.1.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

6.1.1.2 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.1.2 สถิติอ้างอิง สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ($\alpha = .05$) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แยกตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t -test

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference Test)

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t -test

สมมติฐานที่ 1.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way

ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.10 กลุ่มราคาห้องพักคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 1.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.10 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 2.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 3 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

สมมติฐานที่ 4 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ t – test

นอกจากนี้ในการวิเคราะห์การทำนายความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการที่มี

ความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก สามารถสรุปรูปแบบการทำนายด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นในกลุ่มที่ยอมรับ

$$P = \frac{1}{1+e^{-W}}$$

$W = b_0 + b_1 \text{ อายุ} + b_2 \text{ กลุ่มลูกค้า} + b_3 \text{ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ} + b_4 \text{ ความสามารถในการแข่งขัน}$

โดยที่

W คือ ตัวแปรอิสระ (ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ)

b_0 คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกของค่าคงที่ C (Central Logistic Coefficient)

b_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกและตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Logistic Coefficient)

ทั้งนี้ตัวแปรที่มีการวัดแบบกลุ่ม (Categorical Variable) กำหนดเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ที่มีค่าเป็น 1 เมื่อมีลักษณะที่สนใจและมีค่าเป็น 0 เมื่อไม่มีลักษณะที่สนใจ (วุฒิชัยสุนทรสมัย, 2548)

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพหรือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยศึกษาเนื้อหาสาระและประเด็นสำคัญของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อที่กำหนดไว้เบื้องต้น หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์แล้วมาใช้ในการวางแผนเพื่อหาคำตอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจต่อไป