

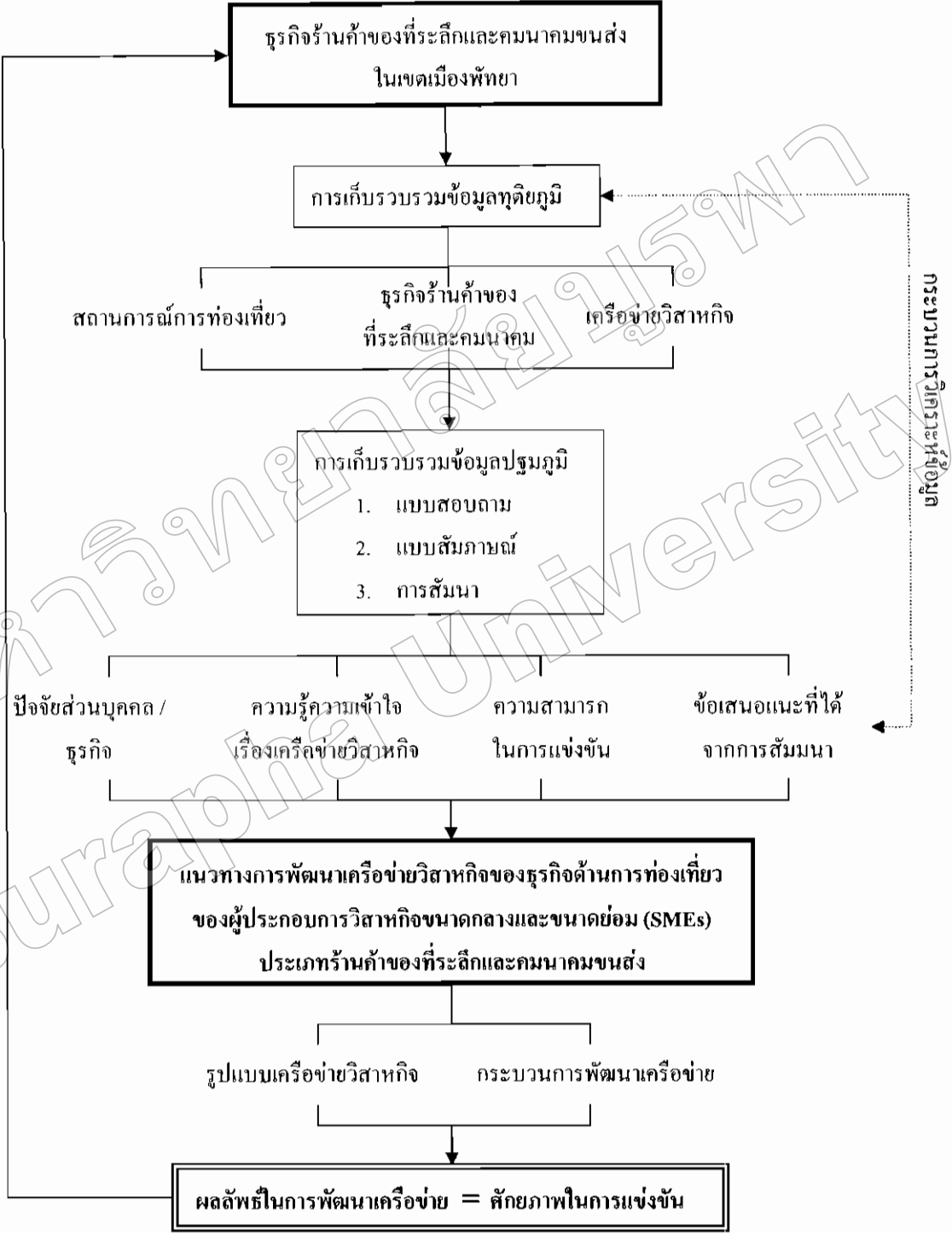
บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มธุรกิจ รวมถึงการศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อันจะส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว และนำไปสู่การประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

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

1. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 3 – 1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย

2. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed – method Design) คือ เป็นการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสืบค้นข้อมูลในแนวกว้างจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการสืบค้นข้อมูลในแนวลึกเพื่อตอบคำถามและอธิบายร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interviews) กลุ่มตัวอย่าง เพื่อสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

3. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรใช้ในการศึกษาวิจัยวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ประชากรสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามทั้ง 2 ชุรกิจนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดทำสำมะโนประชากร (Population Census) ร่วมกับการสำรวจ เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 โดยเลือกทุกหน่วยประชากรมาทำการศึกษาวิจัย ซึ่งรายชื่อสำมะโนประชากรที่ได้นั้นมาจากการศึกษารายชื่อผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งมาจากการกรมการพาณิชย์จังหวัดชลบุรี เมืองพัทยา ประกอบด้วย ได้แก่ ชุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำนวน 34 แห่ง และธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำนวน 4 แห่ง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้ประชากรเดียวกับกลุ่มที่ 1 แต่ทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม (Key Person) เช่น ประธาน ชมรม อุปนายก เป็นต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์และหลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้น แนะนำผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งแห่งอื่นต่อไป 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

(Cluster Mapping) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ สำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ศึกษาโครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Mapping) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้ (ภาคผนวก ข)

4.1.1 แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายปิดมีคำตอบให้เลือก และคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบคำถามระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ซึ่งแบ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด 10 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาตั้งเน้นในการกิจการ จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบขันส่ง 5 ด้าน ได้แก่

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

วิสาหกิจ

มีข้อคำถามทั้งหมด 50 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดวัดทัศนคติด้วยมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ โดยได้กำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) 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 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของ
ที่ระลึกและคมนาคนขนส่ง (Diamond Model) ตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไข
ด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ
และปัจจัยเสริม 2 ด้าน คือ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีข้อคำถามทั้งหมด 53
ข้อ เป็นคำถามปลายเปิดวัดความคิดเห็นเชิงบวกหรือลบด้วยมาตราวัดซีแมนติก ดิฟเฟอเรนเชียล
(Osgood’s Semantic Differential) โดยมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ ในข้อคำถามด้านปัจจัยการผลิต
เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และ
หน่วยงานภาครัฐ มีคำตอบให้เลือกกว่าเป็น โอกาส อุปสรรค หรือไม่แน่ใจเมื่อผู้ตอบแบบสอบถาม
คิดว่าเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคคือความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ส่วนปัจจัยด้านบริบท
ของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจให้เลือกตอบว่าเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน หรือไม่แน่ใจ เมื่อผู้ตอบ
แบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมาย
ของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
2.34 – 3.00	โอกาส
1.67 – 2.33	ไม่แน่ใจ
1.00 – 1.66	อุปสรรค

ส่วนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถาม
ปลายปิด 1 ข้อ สอบถามความคิดเห็นในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจว่ามีความสนใจหรือไม่
และคำถามปลายเปิด 1 ข้อ ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและ
ปัญหาในการประกอบธุรกิจ ข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาเครือข่าย
วิสาหกิจต่อไป

4.1.2 แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง คำถามของแบบ
สัมภาษณ์ประกอบด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ใน
การศึกษากครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้าน (การวิเคราะห์ความสามารถใน

การแข่งขันของธุรกิจ หรือ Diamond Model) ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Cluster Mapping) โดยในแบบสัมภาษณ์ จะมีการอ้างอิงรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อสถานประกอบการ ชื่อเจ้าของกิจการ ที่อยู่สถานประกอบการ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อสะดวก วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ และธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก และคมนาคมขนส่งแห่งอื่นของผู้ประกอบการเฉพาะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี รวมทั้งมีการอ้างอิงถึงแบบสอบถามฉบับเดิมที่เคยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในครั้งที่ผ่านมา เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ร่วมกัน

4.2 การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

4.2.1 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

4.2.1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)

4.2.1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน กรอบแนวความคิดที่จะ ศึกษา พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการศึกษา นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ระดับสูงเพื่อตรวจแก้ไขและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและวิจัย จำนวน 5 ท่าน ตรวจคำถามแต่ละข้อ โดยมีการแทนค่าคำถาม ดังนี้

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

4.2.1.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการจากการพิจารณาและตัดสินใจของ ผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) การวัดค่า

ความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถามนี้กำหนดเกณฑ์การเห็นพ้องต้องกันของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อยร้อยละ 80 ในแต่ละหัวข้อคำถาม จึงนับว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ยอมรับได้ จากนั้นจึงนำแบบ สอบถามมาปรับปรุง โดยสูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา คือ ค่าอัตราส่วนดัชนี (Index of Consistency: IOC)

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

เมื่อ IOC แทน ค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเนื้อหา
 R แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นด้านบวก หรือเห็นว่าสำคัญของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่า IOC $\geq$.80 ถือว่าคำถามนั้นสามารถใช้ได้
 IOC $<$.80 ถือว่าไม่สามารถใช้คำถามนั้นได้

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยที่ค่า IOC ไม่ต่ำกว่า .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 ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง จำนวน 20 ชุด ในจังหวัดที่มีภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับเมืองพัทยา แล้วนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม จากการคำนวณพบว่า ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.83 ส่วนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ .94 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า .70 (Nunally, 1978 อ้างอิงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2550) เมื่อได้ผลมาแล้วจึงนำมาตรวจสอบด้านภาษา ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากพบปัญหาจะดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อสามารถนำไปใช้ในงานสนามจริงต่อไป

4.2.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสัมภาษณ์เจาะลึก

แบบสัมภาษณ์เจาะลึกสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์โครงการแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการ ของสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยได้ทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ด้วยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อน เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาหลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ก่อนนำไปใช้จริง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 3 ลักษณะ

5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ประกอบด้วย

5.1.1 หนังสือเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารธุรกิจ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงวิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่าง ๆ

5.1.2 วารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เศรษฐกิจและสังคม การลงทุน การวิจัย

5.1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว และเครือข่ายต่าง ๆ เป็นต้น

5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ณ สถานประกอบการ โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่ผู้ประกอบการ โดยอาศัยวิธีการพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และเน้นให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามคืนภายในสัปดาห์ถัดไป ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน ถึง 10 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นช่วงที่ไม่ใช่

ฤดูท่องเที่ยว (Low Season) ทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม โดยในธุรกิจคมนาคมขนส่งจะเก็บข้อมูลเฉพาะวันวันเสาร์และอาทิตย์ ในช่วงเวลา 9.00 – 10.00 น. และธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในช่วงเวลา 18.00 – 19.00 น. เนื่องจากข้อจำกัดในช่วงเวลาของการเปิดกิจการที่ต่างกันของทั้ง 2 ธุรกิจ

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้สอบถามข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง สร้างความเข้าใจแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งแจ้งผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยนี้ และอธิบายถึงการเสนอผลการวิจัยว่าเป็นการเสนอข้อมูลเฉพาะภาพรวมเท่านั้น โดยมีการอัดเสียงตอนสัมภาษณ์ (กรณีผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอม) พร้อมทั้งจดข้อมูลในแบบฟอร์มการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีความสนใจในการดำเนินงาน กิจการ
ละ 1 คน

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้แยกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพต่อไป

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดนั้น มีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะมีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือลงรหัสที่ได้ทำไว้ จากนั้นจึงนำไปบันทึกและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลต่อไป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติพรรณนา แบ่งตามข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่

6.1.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1.1) ค่าความถี่ (Frequency)

1.2) ค่าร้อยละ (Percentage)

6.1.2 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

2.1) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2.2) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.2 การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และมิติที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Diamond Model) โดยนำปัจจัยหลักและปัจจัยเสริม รวม 6 ปัจจัย มาหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักด้วยวิธี EFAS (External Factor Analysis Summary)

ในมิติที่ 1 การวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นการประเมินค่าปัจจัยภายใน (IFAS : Internal Factor Analysis Summary) ของธุรกิจที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม (ตารางที่ 4 – 6 สำหรับธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก และตารางที่ 4 – 41 สำหรับธุรกิจขนมขบเคี้ยว) และเนื่องจากไม่ได้มีการสัมภาษณ์เจาะลึก จึงนำข้อมูลเชิงปริมาณมาใช้ในการประเมินค่าปัจจัยภายในเท่านั้น

และในมิติที่ 2 เป็นการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยวด้วยวิธี EFAS นั้น ได้จากการคำนวณการถ่วงน้ำหนักของปัจจัยรายชื่อทุกปัจจัย แล้วนำผลรวมในแต่ละปัจจัยนั้นมาหาค่าเฉลี่ยรวม เพื่อหาระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้มาจากการคำนวณตามขั้นตอนต่อไปนี้

กำหนดให้

Σa = ผลรวมรายชื่อของคะแนนจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกราย

n = จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์

ΣB = ผลรวมของ ($\Sigma a / N$)

w = ค่าน้ำหนัก

f = คะแนน

wf = คะแนนถ่วงน้ำหนัก

1. การหาค่าน้ำหนัก ค่าน้ำหนักที่ได้นั้นมาจากการคำนวณการให้คะแนนจาก การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการคมนาคมขนส่ง 2 ราย และร้านค้าของที่ระลึก 4 ราย ซึ่งถือเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้คะแนนรายชื่อ ทั้ง 6 ปัจจัย ด้วยการพิจารณาค่าความถี่และการให้ความสำคัญด้วยการเน้นที่คำตอบของผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง	คะแนนเท่ากับ	3
ให้ความสำคัญน้อยถึงปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	2
ไม่ให้ความสำคัญเลย	คะแนนเท่ากับ	1

สูตรการหาค่าน้ำหนัก

$$w = \frac{(\sum a \times N)}{\sum B}$$

ทั้งนี้เมื่อค่าน้ำหนักในแต่ละข้อมาบวกรวมกันแล้ว ในแต่ละปัจจัยจะต้องได้ค่าน้ำหนัก รวมเท่ากับ 1 เสมอ

2. การหาค่าคะแนน ค่าคะแนนได้มาจากการคำนวณหาค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 34 ชุด และคมนาคมขนส่งจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ชุด

3. การหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก คะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้ในแต่ละข้อเมื่อนำมาบวก รวมกันแล้วจะต้องมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมระหว่าง 1 – 3 คะแนน (คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

สูตรการหาคะแนนถ่วงน้ำหนัก

$$wf = w \times f$$

4. การหาช่วงความเชื่อมั่น เมื่อได้ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและด้านความสามารถในการแข่งขันแล้ว จึงทำการประเมินขอบเขตของระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจในช่วงตอนต่อไปด้วยการคำนวณช่วงความเชื่อมั่น (CI : Confidential Interval) โดยช่วงความเชื่อมั่นสามารถคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

กำหนดให้

CI = ช่วงความเชื่อมั่น

CI₁ = ช่วงความเชื่อมั่นของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ

CI₂ = ช่วงความเชื่อมั่นของความสามารถในการแข่งขัน

สูตรการหาช่วงความเชื่อมั่น

$$CI = \bar{X} \pm Z (SD) / \sqrt{N}$$

เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ระดับและขอบเขตของศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจในมิติด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและด้านความสามารถในการแข่งขันแล้วจึงนำไปกำหนดกลุ่มของศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้มีมิติด้านความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ มีค่าระหว่าง 1.00 – 3.00 และระดับสูง มีค่าระหว่าง 3.01 – 5.00 และมิติด้านความสามารถในการแข่งขันแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับอ่อนแอ มีค่าระหว่าง 1.00 – 1.67 ระดับปานกลาง มีค่าระหว่าง 1.68 – 2.34 และระดับเข้มแข็ง มีค่าระหว่าง 2.35 – 3.00

กลุ่มของระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว 6 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่ำ และระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำ

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่ำ และระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่ำ และระดับความสามารถในการแข่งขันสูง

กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง และระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำ

กลุ่มที่ 5 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง และระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

กลุ่มที่ 6 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง และระดับความสามารถในการแข่งขันสูง

6.3 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยศึกษาเนื้อหาสาระและประเด็นสำคัญของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อที่กำหนดไว้เบื้องต้น หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์แล้วมาใช้ในการวางแผนเพื่อหาคำตอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจต่อไป

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University