

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อความสำเร็จของธุรกิจในจังหวัดเชียงราย ทั้งในภาพรวมและในแต่ละธุรกิจหลัก ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจนำเที่ยวและรถเช่า ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจเกสต์เฮาส์ และธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ของจังหวัดเชียงราย และความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ผลกำไร ยอดขาย และ จำนวนลูกค้าที่มารับบริการ ในบทนี้จะกล่าวถึง ระเบียบวิธีวิจัย ประกอบด้วย

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

เนื่องจากยังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยตรง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเป็นงานวิจัยขั้นสำรวจ และงานวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากใช้ข้อมูลทางสถิติเป็นหลัก

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการทั้งหมด 4 ประเภทธุรกิจ ได้แก่

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและรถเช่า จำนวน 174 ราย (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2553: <http://www.cots.go.th/bdir.php.php?item=c4>) เนื่องจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ได้รวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าเป็นธุรกิจเดียวกัน จึงได้นำข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและรถเช่าในจังหวัดเชียงรายทั้งหมดดังกล่าวเป็นประชากรในการวิจัยในครั้งนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร จำนวน 193 ราย (ศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย, 2553: <http://www.tourismchiangrai.com/?p=view&page=1&dis=1&g=3>) ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหารทั้ง 193 ราย ส่วนหนึ่งได้รับรางวัลร้านอาหารมาตรฐาน ปี 2551-2552 จากสมาคมภัตตาคารไทย (สมาคมภัตตาคารไทย, 2553: ออนไลน์) นอกจากนั้น เป็นภัตตาคาร ร้านอาหารที่ได้รับการเก็บรวบรวมรายชื่อจากศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ จำนวน 78 ราย (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2553: <http://www.cots.go.th/bdir.php.php?item=c2>) เนื่องจากธุรกิจเกสต์เฮาส์จัดอยู่ในธุรกิจที่พักแรม และเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เจ้าของกิจการเกสต์เฮาส์เป็นผู้บริหารจัดการกิจการของตนเอง จึงเหมาะที่จะใช้ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์เป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมทั้งหมด เพราะสามารถเข้าถึงตัวผู้ประกอบการได้ง่ายกว่าธุรกิจที่พักแรมประเภทอื่น

ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าของที่ระลึก จำนวน 111 ราย (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2553: <http://www.cots.go.th/otopProduct.php>) จากการรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการร้านขายสินค้าของที่ระลึกจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าของที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในโครงการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)ของจังหวัดเชียงราย

จำนวนของประชากรที่ใช้ในการวิจัยรวมทั้งสิ้น 556 ราย

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

จากประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้นำมากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า(Quota Sampling) คือ จำนวนประชากรตามสัดส่วนที่ได้มีการกำหนดไว้ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Darwin Hendel (Hendel, 2553: [http://www.grad.lpru.ac.th/7.3%20%20PalkPaNuak%20Klor\(KlorKai\)%20Dawin%20Hendel.pdf](http://www.grad.lpru.ac.th/7.3%20%20PalkPaNuak%20Klor(KlorKai)%20Dawin%20Hendel.pdf)) ได้กลุ่มตัวอย่างดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและรถเช่า จำนวน 107 ราย

ผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร จำนวน 110 ราย

ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ จำนวน 58 ราย

ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าของที่ระลึก จำนวน 86 ราย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 361 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากงานวิจัยของ Chartrungruang (2009) เรื่อง การประเมินความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ และได้ใช้หลักแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 13 ประเด็นของ ชูชัย สมितिไกร(2548: 34) และใช้หลักการวัดระดับความสำเร็จในธุรกิจจาก ผลกำไร ยอดขาย และจำนวนลูกค้า ที่ตรงกับงานวิจัยในครั้งนี้ อีกทั้งบริบทของจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงรายมีความใกล้เคียงกัน ทั้งลักษณะทางภูมิศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว และมีธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากมาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้แบบสอบถามของ Chartrungruang (2009) มาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากแบบสอบถามดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างบางส่วนคือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 60 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.83 เมื่อจำแนกตาม 4 ประเภทธุรกิจ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ดังนี้ ธุรกิจนำเที่ยวและรถเช่า จำนวน 107 คน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.78 ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร จำนวน 110 คน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.81 ธุรกิจเกสต์เฮาส์ จำนวน 58 คน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.84 และธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก จำนวน 86 คน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.74 ทำให้แน่ใจได้ว่า ค่าความเที่ยงตรงสูงสามารถใช้ในการงานวิจัยได้ โดยแบบสอบถามดังกล่าว แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถาม 10 ข้อ ได้แก่ 1)ประเภทของธุรกิจ 2)อายุ 3)เพศ 4)สถานภาพ 5) ระดับการศึกษา 6)ตำแหน่งในกิจการ 7)ระยะเวลาประกอบกิจการ 8)ลักษณะของกิจการ 9)จำนวนพนักงาน และ 10)ผลประกอบการในปีพ.ศ. 2552 – 2553 ได้แก่ ผลกำไร – ขาดทุน ยอดขาย และจำนวนลูกค้า ซึ่ง

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สามารถวัดได้จากผลกำไร ยอดขาย และจำนวนลูกค้า ในปีที่ผ่านมา เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า การวัดระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว จากคำถามในข้อ 10 ประกอบด้วยคำถามย่อย 3 ข้อ ในแต่ละข้อมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพื่อประเมินความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ คำตอบด้านผลกำไรมีให้เลือกทั้งหมด 3 ข้อ คือ มีผลกำไร ไม่มีผลกำไร และขาดทุน คำตอบด้านยอดขายมีให้เลือกทั้งหมด 3 ข้อ คือ เพิ่มขึ้น จากปีก่อน ไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อน และลดลงจากปีก่อน และคำตอบด้านจำนวนลูกค้ามีให้เลือกทั้งหมด 3 ข้อ คือ เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อน และลดลงจากปีก่อน

แบบสอบถามตอนที่ 2 แบบประเมินระดับความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยคำถาม 16 ข้อ ใน 13 ข้อมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพื่อประเมินความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คำตอบที่ระบุ ว่า เก่งที่สุดมี 5 คะแนน เก่งมี 4 คะแนน ปานกลางมี 3 คะแนน ไม่เก่งมี 2 คะแนน และควรปรับปรุงมี 1 คะแนน และคำถามอีก 3 ข้อ เป็นคำถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างระบุความสามารถที่ตนเองมีมากที่สุด ความสามารถที่ตนเองมีน้อยที่สุด และเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า ต้องการปรับปรุง พัฒนาตนเองในการเป็นผู้ประกอบการด้านใด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเข้าไปแนะนำตัวกับผู้ประกอบการ และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูล
2. สัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม โดยเลือกเก็บข้อมูลตามร้านค้าหรือกิจการที่เปิดดำเนินการในช่วงที่เก็บแบบสอบถาม และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจึงเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับเรียบร้อยแล้ว จึงลงรหัสแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) เพื่อวิเคราะห์การกระจายของข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งใน

กิจการ ระยะเวลาประกอบกิจการ ลักษณะของกิจการ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาประกอบกิจการ ลักษณะของกิจการ จำนวนพนักงาน และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงวิเคราะห์ (Analytical Statistics) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการทั้งในภาพรวมและในแต่ละประเภทธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis Of Variance)

การวัดระดับความสำเร็จทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความสำเร็จของธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยแบ่งตามคะแนนที่ได้จากการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของธุรกิจทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ผลกำไรเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า 2) ยอดขายเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า และ 3) จำนวนลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งหลักเกณฑ์การให้คะแนน ได้ผ่านการตรวจสอบจากนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ และได้ผ่านการตรวจทานจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และร่วมแล้ว เกณฑ์การวัดระดับความสำเร็จทางธุรกิจ แบ่งผลสำเร็จจากด้านกำไร ยอดขาย และจำนวนลูกค้า ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1, 2, 3 ตามวิธีการประเมินความสำเร็จขององค์กรของ Maltz and Alan (2000) โดยผลการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว (Dynamic Multi-dimensions Performance : DMP) ประกอบด้วย มิติทางด้านการเงิน เป็นตัววัดที่เหมาะสมซึ่งตัววัดที่ได้คะแนนในอันดับต้น ได้แก่ กำไรสุทธิ ยอดขาย และการเพิ่มขึ้นของรายได้ และมีมิติทางด้านการตลาดหรือลูกค้า ตัววัดที่เหมาะสม ได้แก่ จำนวนลูกค้าที่กลับมาใช้บริการ หรือความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น โดยงานวิจัยนี้ได้ให้น้ำหนักความสำคัญด้านกำไรเป็น 3 ด้านยอดขายเป็น 2 และด้านจำนวนลูกค้าเป็น 1 ดังนี้

ด้านกำไร (น้ำหนักความสำคัญ 3)

ถ้ามีผลกำไร ค่าระดับ 3

ถ้าไม่มีผลกำไร ค่าระดับ 2

ถ้าขาดทุน ค่าระดับ 1

ด้านยอดขาย (น้ำหนักความสำคัญ 2)

ถ้ายอดขายเพิ่มขึ้น ค่าระดับ 3

ถ้ายอดขายเท่าเดิม ค่าระดับ 2

ถ้ายอดขายลดลง ค่าระดับ 1

ด้านจำนวนลูกค้า (น้ำหนักความสำคัญ 1)

ถ้าลูกค้าเพิ่มขึ้น ค่าระดับ 3

ถ้าลูกค้าเท่าเดิม ค่าระดับ 2

ถ้าลูกค้าลดลง ค่าระดับ 1

จะเห็นได้ว่า เกณฑ์การวัดระดับความสำเร็จทางธุรกิจนี้ ได้พิจารณาความสำเร็จในด้านผลกำไรมีน้ำหนักความสำคัญสูงสุด เนื่องจาก หากกิจการได้ผลกำไรในการดำเนินการ แม้จะอยู่ในภาวะที่มียอดขายลดลง หรือจำนวนลูกค้าลดลง ก็ยังถือว่ากิจการนั้นๆ ยังสามารถดำรงอยู่ได้ ยอดขาย และจำนวนลูกค้าจึงมีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ ดังนั้น จึงกำหนดน้ำหนักความสำคัญของผลสำเร็จด้านกำไรเป็น 3 ด้านยอดขายเป็น 2 และด้านลูกค้าเป็น 1 การคำนวณค่าความสำเร็จเป็นคะแนน ใช้คะแนนรวมของผลสำเร็จที่ผู้ประกอบการทำได้ทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คะแนนผลสำเร็จของผู้ประกอบการ} &= 3(\text{ผลกำไร}) + \\ &2(\text{ยอดขาย}) + \\ &1(\text{จำนวนลูกค้า}) \end{aligned}$$

ดังนั้น คะแนนความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการกระจายจาก 6 ถึง 18 คะแนน จากคะแนนที่ผู้ประกอบการสามารถทำได้ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ผลกำไร ยอดขาย และจำนวนลูกค้า ผู้วิจัยใช้คะแนนรวม และกำหนดระดับความสำเร็จของธุรกิจออกเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการที่ทำคะแนนได้ 16 – 18 คะแนน หมายถึง ประสบความสำเร็จสูงมาก

ผู้ประกอบการที่ทำคะแนนได้ 13 – 15 คะแนน หมายถึง ประสบความสำเร็จสูง

ผู้ประกอบการที่ทำคะแนนได้ 10 – 12 คะแนน หมายถึง ประสบความสำเร็จปานกลาง

ผู้ประกอบการที่ทำคะแนนได้ 8 – 9 คะแนน หมายถึง ประสบความสำเร็จต่ำ

ผู้ประกอบการที่ทำคะแนนได้ 6 – 7 คะแนน หมายถึง ประสบความสำเร็จต่ำมาก

การวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยที่ได้ในแต่ละข้อ มาจัดระดับความเป็นผู้ประกอบการ 5 ระดับด้วยกัน โดยมีการตีความตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 74) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.49 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่ำที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 1.50–2.49 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่ำ
 คะแนนเฉลี่ย 2.50–3.49 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 3.50–4.49 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูง
 คะแนนเฉลี่ย 4.50–5.00 หมายถึง มีระดับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงที่สุด

จากวิธีดำเนินการวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น ได้กล่าวถึงการเลือกประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้น จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังระบุในบทต่อไป