

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ การศึกษาเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดทำยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการจัดทำยุทธศาสตร์โดยดำเนินการแบ่งขั้นตอนออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล

จากการทบทวนวรรณกรรม และเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ เอกสาร ผลงานวิจัย วารสาร วิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และโดยการสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเทคโนโลยีสารสนเทศ ถึงปัญหาและอุปสรรคและข้อจำกัด

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ

รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการศึกษาวรรณกรรม การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและ การสนทนากลุ่ม แล้วมาสรุปประเด็น เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาส และภาวะคุกคามหรือข้อจำกัด อันเป็นสภาวะแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาด้านต่างๆ รวมทั้งการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง ของจังหวัด อันเป็นสภาวะแวดล้อมภายในจังหวัด ซึ่งทั้งหมดเป็นการประเมินสถานการณ์ในปัจจุบันโดยเป็นการตอบคำถามว่า "ปัจจุบันจังหวัดมีสถานภาพการพัฒนาอยู่จุดใด" สำหรับใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดประเด็นในการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของจังหวัดในอนาคตต่อไป

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ

ดำเนินการโดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เป็นเครื่องมือ โดยมีหลักการดังนี้

2.1 วิเคราะห์ศักยภาพภายใน

1) การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength แทน S) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในว่ามีส่วนดี ความเข้มแข็ง ความสามารถ ศักยภาพ ส่วนที่ส่งเสริมความสำเร็จ ซึ่งจะพิจารณาในด้านต่างๆ

2) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness แทน W) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในว่ามีส่วนเสีย ความอ่อนแอ ข้อจำกัด ความไม่พร้อม ซึ่งจะพิจารณาในด้านต่างๆ เช่นเดียวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง

ตารางที่ 3.1 ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายใน

ประเด็นการวิเคราะห์					
จุดแข็ง	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้	จุดอ่อน	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

2.2 วิเคราะห์ศักยภาพภายนอก

1) วิเคราะห์โอกาส (Opportunity แทน O) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกว่ามีสภาพเป็นเช่นไร เหตุการณ์ของโลกและของประเทศที่เกิดขึ้นจะส่งผลต่อการพัฒนาจังหวัดอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงใดที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นโอกาสอันดีต่อจังหวัด โดยจะต้องพิจารณา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี เป็นต้น

2) การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัด (Threat แทน T) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคหรือสภาวะคุกคาม ก่อให้เกิดผลเสียหรือเป็นข้อจำกัดต่อ จังหวัด โดยจะต้องพิจารณาทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี เช่นเดียวกับการวิเคราะห์โอกาส

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายนอก

ประเด็นการวิเคราะห์					
โอกาส	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้	อุปสรรค	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้
1.			1.		
2.			2.		

ประเด็นการวิเคราะห์					
โอกาส	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้	อุปสรรค	น้ำหนักคะแนน	คะแนนที่ให้
3.			3.		
4.			4.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

จากนั้นทำ Matrix เพื่อวิเคราะห์สถานะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเพื่อหาจุดตัดของสถานการณ์ ในการเตรียมจัดทำร่างยุทธศาสตร์ต่อไป

	โอกาส O	โอกาส O	
จุดแข็ง S	SO	OW	จุดอ่อน W
จุดแข็ง S	ST	WT	จุดอ่อน W
	อุปสรรค T	อุปสรรค T	

ภาพที่ 3.1 ตัวอย่าง ตารางตัวแบบตารางการวิเคราะห์แบบ Matrix

ตารางที่ 3.3 ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายในและภายนอกแบบ Matrix

มีโอกาสและจุดแข็ง	มีโอกาสแต่มีจุดอ่อน
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
มีจุดแข็งแต่มีอุปสรรค	มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

โอกาส/จุดแข็ง หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและภายในดี หรือปัจจัยภายนอกและภายในเป็นเชิงบวกทั้งหมด หรือภายนอกเอื้อและภายในเด่น ในกรณีนี้ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์เชิงรุก (Aggressive strategies) หรือสถานการณ์ดาวรุ่ง

จุดแข็ง/อุปสรรค หมายถึง หน่วยงานที่ปัจจัยภายในดีแต่มีปัจจัยภายนอกไม่ดีหรือปัจจัยภายในเชิงบวก แต่มีปัจจัยภายนอกเป็นเชิงลบ หรือภายในเด่นแต่ภายนอกจุด ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์การรักษาเสถียรภาพ (Stability strategies) หรือ สถานการณ์แมวไว้ให้นม คือการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของหน่วยงานให้เป็นประโยชน์

จุดอ่อน/โอกาส หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายในไม่ดีแต่มีปัจจัยภายนอกดี หรือ ปัจจัยภายในเป็นเชิงลบแต่ปัจจัยภายนอกเป็นเชิงบวก หรือภายในด้อยแต่ภายนอกเอื้อ ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์พลิกฟื้น (Turn around strategies) หรือ สถานการณ์ที่ยังมีคำถามหรือข้อสงสัยอยู่

อุปสรรค / จุดอ่อน หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในไม่ดีหรือปัจจัย ภายนอกและภายในเป็นเชิงลบทั้งหมด หรือภายนอกจุดและภายในด้อย ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ จะกำหนดขึ้นเรียกว่ายุทธศาสตร์การตัดทอน (Retrenchment strategies) หรือ สถานการณ์สุนัข จนตรอก

ซึ่งการการจัดทำวิสัยทัศน์ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์และกลยุทธ์ในการพัฒนา โดยการจัดกลุ่มประชุมสัมมนา เชิงปฏิบัติการ (Work shop) ระดมความคิดเห็นให้เกิดฉันทามติ ร่วมกัน โดยใช้กลุ่มประชากรชุดเดิมดำเนินการต่อเนื่องจากขั้นที่ 2 หลังจากการวิเคราะห์จุดอ่อน จุด แข็ง (SWOT Analysis)

ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำร่างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

โดยประกอบด้วยวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ในการพัฒนา โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ครั้งนี้เป็นการนำผลจาก การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว จากเทคนิค SWOT มาพิจารณาแนวทางกำหนดกรอบการจัดทำยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการกำหนดจุดหมายที่กลุ่มต้องการจะเป็น หรือต้องการจะเห็น และไปให้ถึงวิสัยทัศน์ที่ดีต้องกระชับ ชัดเจน และมีความเป็นไปได้ หากพบว่ามีวิสัยทัศน์สำคัญ หลาย ประเด็น ควรมีการจัดลำดับก่อน - หลัง และเลือกวิสัยทัศน์ที่สำคัญที่สุดมาดำเนินการก่อน

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic issues) เป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานจาก วิสัยทัศน์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติ การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ดีจะให้เห็น มุ่งเห็น ลู่ทาง หรือเส้นทางของการปฏิบัติอย่างชัดเจน รวมทั้งมองเห็นหน่วยงานหรือเจ้าภาพ รวมทั้งแหล่ง งบประมาณที่มาสสนับสนุน

เป้าประสงค์ หรือเป้าหมาย (Goals) เป็นการกำหนดเป้าหมายของผลลัพธ์ที่ต้องการใน แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่าแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้นั้นต้องการ ผลลัพธ์ อะไรเป้าหมายจึงเป็นตัวบ่งบอกผลสัมฤทธิ์หรือความต้องการของประเด็นยุทธศาสตร์ที่เป็น รูปธรรม และวัดผลได้

กลยุทธ์ (Strategies) เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตาม เป้าประสงค์ (Goals) ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งนี้ในการกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละ ประเด็น ยุทธศาสตร์หรือเป้าประสงค์นั้นสามารถกำหนดได้หลายกลยุทธ์ ซึ่งหากมองให้ลึกซึ้งแล้ว

การกำหนดกลยุทธ์ ก็คือการกำหนดกระบวนการ (Process) สู่การปฏิบัติ (Implementation) ที่ต้องทำ เพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์และประเด็นยุทธศาสตร์

ขั้นตอนที่ 4 ทำการทดสอบแนวโน้มความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์

ทำการประเมินแนวโน้มความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ โดยการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพโดยสถิติที่ใช้ใน การวิเคราะห์จะเป็นสถิติเบื้องต้น คือ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ได้แก่ ฐานนิยม (Mode) มัชฐาน (Median) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจายของข้อมูล คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile range)

ขั้นตอนที่ 5 จัดทำข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

3.3 การจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 การจัดทำกับข้อมูล

การจัดทำกับข้อมูลครั้งนี้ เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณร่วมกัน ผู้วิจัย จึงดำเนินการจัดทำกับข้อมูลดังนี้

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้นำไปจัดหมวดหมู่ และนำไปสู่การสร้างแบบประเมินสถานะแวดล้อม และนำไปสู่การจัดทำร่างยุทธศาสตร์

ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพนำไปสู่การสร้างแบบประเมิน สถานะแวดล้อม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์และจัดทำร่างยุทธศาสตร์

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน โดยวิเคราะห์ค่าสถิติร้อยละของความคิดเห็น ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยควอไทล์ สูตรการคำนวณ ของ Glass and Stanly ดังนี้

ค่ามัธยฐาน (Medium) หมายถึง ข้อมูลที่อยู่ตรงกลางของข้อมูลทั้งหมดเมื่อได้จัดเรียงลำดับแล้วแต่ละข้อความใช้สูตรดังนี้

$$\text{Mdn} = L + I \left[\frac{\frac{N - F_1}{2}}{F_2} \right]$$

Mdn แทน ค่ามัธยฐานของข้อมูล

L แทน ขีดจำกัดล่างที่แท้จริงของช่วงมัธยฐานตกอยู่

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

I แทน ค่าอันตรภาคชั้น

F₁ แทน ความถี่สะสมของความถี่ของทุกอันตรภาคชั้นที่เป็นช่วงคะแนนต่ำกว่าในอันตรภาคชั้นที่มีมัธยฐานตกอยู่

F₂ แทน ความถี่ของอันตรภาคชั้นที่มีมัธยฐานตกอยู่

ค่ามัธยฐานของความคิดเห็นต่อแนวโน้มอนาคตภาพของผู้เชี่ยวชาญ แปลความหมายตาม เกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้คือ

ค่ามัธยฐานต่ำกว่า 3.50 แสดงว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีแนวโน้มมีความเป็นไปได้ไม่สูงพอที่จะเป็นยุทธศาสตร์ โดยมีความหมายตามรายละเอียดดังนี้

1. ค่ามัธยฐานต่ำกว่า 1.50 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้น้อยที่สุด
2. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 1.50 -2.49 หมายถึง แนวโน้มความเป็นไปได้เล็กน้อย
3. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 2.50 - 3.49 หมายถึง แนวโน้มความเป็นไปได้ปานกลาง

ค่ามัธยฐานสูงกว่าหรือเท่ากับ 3.50 แสดงว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้สูง โดยมีความหมายตามรายละเอียดดังนี้

1. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 3.50-4.49 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้มาก
2. ค่ามัธยฐานอยู่ในช่วง 4.50 - 5.00 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีความเป็นไปได้มากที่สุด

ที่สุด

พิสัยควอไทล์

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile rang) คือ ค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 ของแต่ละข้อความ

คำนวณหาค่าความแตกต่างของควอไทล์ที่ 1 และควอไทล์ที่ 3 ถ้าพิสัยควอไทล์ที่คำนวณ ได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้น สอดคล้อง กัน (Consensus) ถ้าพิสัยควอไทล์ของแนวโน้มใดมีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นไม่สอดคล้องกัน

ค่าร้อยละ

ร้อยละของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแนวโน้มยุทธศาสตร์ภาพบวกและภาพลบ แปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวนร้อยละ 80 ขึ้นไป เห็นว่าสอดคล้องกันว่าเป็นภาพบวก แสดงว่า แนวโน้มนั้นเป็นยุทธศาสตร์ทางบวก

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ร้อยละ 80 ขึ้นไป เห็นว่าสอดคล้องกันว่าเป็นภาพลบ แสดงว่า แนวโน้มนั้นเป็นยุทธศาสตร์ทางลบ

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวนน้อยกว่า ร้อยละ 80 ขึ้นไป เห็นว่าสอดคล้องกันว่าเป็นภาพบวกหรือ ภาพลบ แสดงว่าแนวโน้มที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นนั้นไม่สอดคล้องกัน และไม่สามารถสรุปได้ว่าเป็นยุทธศาสตร์

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ดีจะต้องสอดคล้องกับแนวนโยบายของชาติ ซึ่งในการทำยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยนั้น มีแนวโน้มความเป็นไปได้ของการนำยุทธศาสตร์นี้ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างแท้จริง