

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เรื่อง การพัฒนารูปแบบการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยโดยใช้การผสมผสานเทคนิคการวิจัยทั้ง 2 แบบ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคสโนว์บอล (Snowball Sampling Technique) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-Short Study) และการสนทนารายกลุ่ม (Focus Group)

#### ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยในครั้งนี้ การศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสำรวจวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสโนว์บอลกับผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับ 4 ดาว และ 5 ดาวที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมโรงแรมไทย ประจำปี 2554 (Snow Ball Technique) โดยกำหนดผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสำรวจวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งการศึกษาวิจัยใช้วิธีการนำข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพมาปรับและออกเป็นแบบสอบถามกลับไปถามผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไปจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมโรงแรมไทยและได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมโรงแรมไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 168 รายทั่วประเทศ (สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotel Association), 2555) คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.05 เนื่องจากทราบตัวเลขขนาดประชากรที่แน่นอน ดังนี้

สูตร	$n$	=	$\frac{N}{(1+Ne^2)}$
โดย	$n$	คือ	จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$N$	คือ	จำนวนประชากร
	$E$	คือ	ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05
แทนค่า	$n$	=	$\frac{168}{(1+ 168 (0.05)^2)}$
		=	$\frac{168}{1.42}$
		=	118

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ จำนวนทั้งสิ้น 118 แห่ง ซึ่งมีความเพียงพอ เมื่อเปรียบเทียบเนื่องจากความแตกต่างในการใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยวิธี Maximum Likelihood Estimation: MLE) ควรอย่างน้อย 100 ตัวอย่าง (มนตรี พิริยะกุลม, 2553) ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ อย่างน้อย 118 ราย และ ทำการดำเนินการเก็บรวบรวมจากจำนวนประชากรทั้งหมด 168 รายทั่วประเทศ ดังนั้นจึงอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อไปได้

3. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการให้สัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบที่ได้จากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ทั้งหมดกลับไปสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ให้ข้อมูลก่อนหน้า จำนวนทั้งสิ้น 10 ราย เป็นตัวแทนธุรกิจ 10 แห่ง (แห่งละ 1 ราย) เพื่อยืนยันข้อค้นพบดังกล่าวให้เกิดความเข้าใจและยอมรับในผลการวิจัยตามข้อเท็จจริงร่วมกัน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. จัดทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโรงแรมไทยทั่วประเทศ จากธุรกิจจำนวน 168 แห่ง (แห่งละ 1 ราย) เพื่อขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม พร้อมแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัยให้ทราบ

2. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือตามข้อ 1) ไปยังแต่ละสถานประกอบการ โดยใช้ทั้งวิธีการไปส่งด้วยตนเองและส่งทางไปรษณีย์ แบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามคืนกลับทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ระบุไว้ในแบบสอบถามภายในวัน

และระยะเวลาที่ผู้วิจัยกำหนด โดยผู้วิจัยได้สอดช่องซึ่งจำหน่ายซองและ ติดแสตมป์ไว้แล้วภายในชุดแบบสอบถามนั้น มีบางส่วนที่ผู้วิจัยเดินทางไปปรับคืนแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. ในกรณีที่ไม่ได้รับแบบสอบถามคืนตามกำหนดเวลา ผู้วิจัยได้ติดตามทวงถามทางโทรศัพท์ และได้เดินทางไปส่งและรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองอีกครั้งหนึ่ง การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2556 จนถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2556 การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลาทั้งสิ้น 3 เดือน ซึ่งผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนทั้งสิ้น 124 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 73.81 จากแบบสอบถามทั้งหมด 168 ฉบับ (โรงแรมแห่งละ 1 ฉบับ)

### เครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ การศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาใช้การผสมผสานเทคนิคการวิจัยทั้ง 2 แบบ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-Short Study) และการสัมภาษณ์แบบสโนว์บอล (Snow Ball Technique) รวมถึง การสนทนารายกลุ่ม (Focus Group) ซึ่งสามารถอธิบายขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสโนว์บอล (Snow Ball Technique) กับผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร หรือ ผู้ประกอบการ ธุรกิจโรงแรมชั้นนำระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมโรงแรมไทย ประจำปี 2554 โดยกำหนดผู้ที่ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 คน ใช้การปรับใช้หลักทฤษฎี Michael E. Porter (Diamond Model) มาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการบริการธุรกิจโรงแรมไทย เพื่อเป็นมุมมองด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำมาปฏิบัติใช้ และ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจเชิงปริมาณการเงิน เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ต่อไป

2. ทำการศึกษาและกำหนดกรอบแนวทางการดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และ ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย กับ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสำรวจวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้วิธีการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย เกี่ยวกับ 1) ประเภทโรงแรม 2) มูลค่าการลงทุนของธุรกิจ 3) จำนวนพนักงานในองค์กร 4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ลักษณะของคำถามเป็นแบบระบुरายการ (Check List) ดังนี้

ประเภทโรงแรม วัดจาก ระดับดาวของโรงแรมชั้นนำที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งจัดโดยสมาคมอุตสาหกรรมโรงแรมไทย แบ่งเป็นระดับดี (4 ดาว) และระดับดีเยี่ยม (5 ดาว) ข้อมูลอยู่ในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

มูลค่าการลงทุนของธุรกิจ วัดจาก เงินทุนที่ใช้ในการลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมของไทยในปัจจุบัน มีหน่วยเป็นบาท ข้อมูลอยู่ในระดับมาตราส่วน (Ratio Scale)

จำนวนพนักงานในองค์กร วัดจาก จำนวนพนักงานที่ทำงานในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมของไทยในปัจจุบัน หน่วยเป็นคน ข้อมูลอยู่ในระดับมาตราส่วน (Ratio Scale)

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ วัดจาก จำนวนปีที่เริ่มดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมของไทยจนถึงปัจจุบัน มีหน่วยเป็นปี ข้อมูลอยู่ในระดับมาตราส่วน (Interval Scale)

ส่วนที่ 2 การดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการคุณภาพ (Total Quality Management Strategic) กลยุทธ์การบริหารจัดการ (Management Strategic) กลยุทธ์การตลาดบริการ (Service Marketing Strategic) และ กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Strategic) ลักษณะของคำถามเป็นการประมาณค่าคะแนนจากกราฟ (Graphical Rating Scale) ในช่วงคะแนนตั้งแต่ 1 คะแนน (ไม่ได้นำไปปฏิบัติเลย) จนถึง 5 คะแนน (นำไปปฏิบัติมากที่สุด) ซึ่งจะพิจารณาอัตราส่วนในการประมาณด้วยกราฟตามความเป็นจริงในการให้คะแนนด้วย

หลังจากนั้นนำคะแนนที่ได้มากำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยเพื่อใช้ในการแปลความโดยใช้สูตรภาคพื้นดินนี้ (ซูโจ คูหารัตนไชย, 2542)

$$\text{สูตรอัตราภาคพื้นดิน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่า} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 สภาวะการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมไทย เกี่ยวกับอัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย (Volume Exchange Rate) อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน (Cost Exchange Rate) อัตราการเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิ (Net Profit Exchange Rate) ลักษณะของคำถามเป็นแบบระบุรายการ (Check List)

อัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย (Volume Exchange Rate) วัดจากร้อยละของอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลประกอบการด้านยอดขายในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมไทยเทียบกับปีที่ผ่านมา มีหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ ข้อมูลอยู่ในระดับมาตราส่วน (Ratio Scale)

อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน (Cost Exchange Rate) วัดจากร้อยละของอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลประกอบการด้านต้นทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมไทยเทียบกับปีที่ผ่านมา มีหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ ข้อมูลอยู่ในระดับมาตราส่วน (Ratio Scale)

อัตราการเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิ (Net Profit Exchange Rate) วัดจากร้อยละของอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลประกอบการด้านกำไรสุทธิในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมไทยเทียบกับปีที่ผ่านมา มีหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ ข้อมูลอยู่ในระดับมาตราส่วน (Ratio Scale)

3. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการให้สัมภาษณ์แบบกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบดังกล่าวกลับไปสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ให้ข้อมูลก่อนหน้า จำนวนทั้งสิ้น 10 ราย เป็นตัวแทนธุรกิจ 10 แห่ง (แห่งละ 1 ราย) เพื่อยืนยันข้อค้นพบดังกล่าวให้เกิดความเข้าใจและยอมรับในผลการวิจัยตามข้อเท็จจริงร่วมกัน

### การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้คำนึงถึงการสร้างแบบสอบถาม ให้เป็นไปตามหลักวิชาการที่ถูกต้อง และการได้แบบสอบถามที่ดีมีคุณภาพมีความตรงทั้งในเชิงเนื้อหา (Content Validity) และ เชิงโครงสร้าง (Structure Validity) และ มีความเที่ยง (Reliability) โดยมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปรับปรุงแบบสอบถามโดยให้เนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ขั้นตอนที่ 2 ร่างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยเขียนข้อความคำถามต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อความคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Item Objective Congruence Index: IOC) (สุวิมล ติรภานันท์, 2543) และความถูกต้องของภาษา (Wording) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) มาทำออกแบบสัมภาษณ์ฉบับจริง และทำการใช้แบบสัมภาษณ์ (Snow Ball Technique) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ กับผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมชั้นนำ

ระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมโรงแรมไทย ประจำปี 2554 ให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาอุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปัญหาของ อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย ใช้การปรับใช้หลักทฤษฎี Michael E. Porter (Diamond Model) และนำไปวิเคราะห์สรุปผลการวิจัยจริงต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา(Content Validity) มาทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ว่าแบบสอบถามนั้นไม่ว่าจะใช้สอบถาม กลุ่มตัวอย่างกี่ครั้ง หรือไม่ว่าจะนำไปสอบถามบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใด ก็จะได้รับคำตอบที่ค่อนข้างแน่นอน ด้วยการวิเคราะห์ความเที่ยงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 2003) รวมถึงหาค่าอำนาจจำแนกหรือค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมทั้งหมด (Corrected Item-Total Correlation: CITC) (นิคม ถนอมเสียง, 2550) เพื่อถ่วงกรอง ข้อมูลที่มีความถูกต้องก่อนนำไปวิเคราะห์สรุปผลการวิจัยจริงต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ จำนวน 3 ข้อ โดยวัตถุประสงค์ที่ 1 เชิงปริมาณ (Qualitative Data Analysis) ส่วนวัตถุประสงค์ที่ 2 นั้น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) และ วัตถุประสงค์ที่ 3 นั้น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Qualitative and Quantitative Data Analysis) โดยสามารถอธิบาย รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ที่ 1 (Quantitative Data Analysis) เพื่อศึกษารูปแบบ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจและการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติขั้นพื้นฐานและขั้นสูงในการประมวลข้อมูลทางสถิติ จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมโรงแรม การดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ สภาวะการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย ปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมโรงแรม ในประเทศไทยให้เป็นไปทิศทางที่ดีขึ้นโดยใช้สถิติพื้นฐานการแจกแจงความถี่(Frequency Distribution) ค่าร้อยละ(Percentage) ต่ำสุด-สูงสุด(Minimum, Maximum) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต(Arithmetic Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

2. วิเคราะห์การพัฒนาแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย ด้วยการทดสอบตัวแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM) ในการทดสอบแบบจำลอง และ

สมมติฐานการวิจัย เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยอาศัยตัวแบบเชิงเหตุผล จากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ชัดเจนเพื่อตรวจสอบว่า ข้อมูลตรงกับการสร้างความสัมพันธ์ตามทฤษฎีหรือไม่ โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการในการตรวจสอบโมเดลสมมติฐานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (Model Evaluation) ส่วนค่าสถิติที่ใช้วัดความสอดคล้องระหว่างโมเดลสมมติฐานที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1). ค่าไค-สแควร์ (Chi-square Statistic:  $\chi^2$ ) 2) สัดส่วนค่าไค-สแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ ( $\chi^2/df$ ) หรือ CMIN/DF 3) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) 4) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) 5) ดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืน (Comparative Fit Index: CFI) 6) ดัชนีความกลมกลืนแบบประหยัด (Parsimony Goodness of Fit Index: PGFI) 7) ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) 8) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual: RMR) และ 9) ค่าอัตราส่วนวิกฤติ (Critical Ratios: CR) (Byrne, Barbara M., 2001, Kelloway, E. Kevin., 1998, Silván, Marika, 1999, Brown. M.W. & Cudeek. R., 1993, Arbuckle. J. J. 1995 and Bollen. K. A., 1989)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ที่ 2 (Qualitative Data Analysis) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค แนวทางในการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย ใช้การปรับใช้หลักทฤษฎี Michael E. Porter (Diamond Model) มาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในการบริการธุรกิจโรงแรมไทย เพื่อเป็นมุมมองด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำมาปฏิบัติใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์ที่ 3 (Qualitative and Quantitative Data Analysis) เพื่อนำเสนอรูปแบบการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย โดยการนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากวัตถุประสงค์ที่ 1 และ วัตถุประสงค์ที่ 2 นำมาวิเคราะห์รวมกันเพื่อหาแนวทางการนำเสนอรูปแบบการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

### การทดสอบโมเดลต้นแบบสมมติฐาน

การทดสอบโมเดลต้นแบบสมมติฐาน คือ การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างองค์ประกอบกลุ่มและองค์ประกอบปัจจัย โดยสามารถทำการทดสอบได้โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติขั้นสูง ที่สามารถวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างได้ (Structural Equation Modeling (SEM)) โดยค่าสถิติที่ใช้วัดความสอดคล้องความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีสถิติหลายตัวที่สามารถอธิบายความสอดคล้องความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ และ การศึกษาวิจัย

เลือกใช้ค่าสถิติที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันในการวิเคราะห์การทดสอบความสอดคล้องความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ค่าไค-สแควร์ (Chi-square Statistic:  $\chi^2$ ) หากรูปแบบที่สร้างขึ้นมีค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้ (ค่า P) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบสมบูรณ์ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ยากที่จะหาโมเดลที่มีความกลมกลืนอย่างสมบูรณ์ได้ จึงนิยมใช้สัดส่วนค่าไค-สแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ ( $\chi^2 / df$ ) หรือค่าซีเอ็มไอเอ็น/ดีเอฟ CMIN/DF (Chi-square statistic comparing the tested model and the independent model with the saturated model) มาใช้แทน

2. สัดส่วนค่าไค-สแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ ( $\chi^2 / df$ ) หรือ CMIN/DF รูปแบบที่มีค่ามากกว่า 2.0 แสดงว่าโมเดลไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าระหว่าง 0-1 หากค่าของ GFI เข้าใกล้ 1 มากเท่าใด (ควรมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป) แสดงว่าโมเดลที่ใช้ในการทดสอบมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก (Brown & Cudeek, 1993)

4. ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เป็นดัชนีความกลมกลืนที่นำมาปรับแก้โดยคำนึงองศาอิสระ จำนวนตัวแปร และ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าระหว่าง 0-1 หากค่าของ AGFI เข้าใกล้ 1 มากเท่าใด (ควรมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป) แสดงว่าโมเดลที่ใช้ในการทดสอบมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก

5. ดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืน (Comparative Fit Index: CFI) เป็นดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างโมเดลสมมติฐาน (hypothesized model) กับโมเดลอิสระ (independence model) มีค่าระหว่าง 0-1 หากค่าของ CFI เข้าใกล้ 1 มากเท่าใด (ควรมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป) แสดงว่าโมเดลสมมติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

6. ดัชนีความกลมกลืนแบบประหยัด (Parsimony Goodness of Fit Index: PGFI) เป็นดัชนีที่แสดงถึงความกลมกลืนและความซับซ้อนของตัวแบบ ที่ให้ค่าดัชนีต่ำกว่าค่าสถิติพื้นฐานตัวอื่น ๆ (Normed indices) มีค่าระหว่าง 0-1 ค่า PGFI ไม่มีค่ามาตรฐานที่ชี้ว่า ค่าสูงเท่าใดที่แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนแบบประหยัด แต่หากค่าของ PGFI เข้าใกล้ 1 มากเท่าใด (ควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป) แสดงว่าโมเดลที่ใช้ในการทดสอบมีความกลมกลืนแบบประหยัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก

7. ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าดัชนีที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามองศาอิสระ โดยค่า RMSEA น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก (Close Fit) หากค่า RMSEA มีค่าใกล้เคียงหรือไม่เกิน 0.08 ถือว่าโมเดลที่ใช้ในการทดสอบมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่อยู่ในระดับยอมรับได้ แต่ถ้าสูงมากกว่านี้ ถือว่าโมเดลที่ใช้ในการทดสอบไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Arbuckle, 1995)

8. ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual: RMR) เป็นค่าดัชนีที่วัดค่าเฉลี่ยส่วนที่เหลือจากการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากรกับการประเมินค่า ซึ่งดัชนีจะใช้ได้ดีเมื่อตัวแปรสังเกตทั้งหมดเป็นตัวมาตรฐาน (Standard Variables) โดยที่ค่า RMR ใกล้ศูนย์มาก (ควรน้อยกว่า 0.50) แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Bollen, 1989)

9. ค่าอัตราส่วนวิกฤติ (Critical Ratios: CR) ซึ่งในที่นี้ได้จากการทดสอบค่าที (t-test) เป็นค่าประมาณของพารามิเตอร์ ค่าระหว่าง -1.96 ถึง 1.96 แสดงว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ