

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ใช้แหล่งข้อมูลสำคัญ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลสมรรถนะหลักและตามตำแหน่งงานของบุคลากรที่ดี ด้านคุณลักษณะ ความรู้ และทักษะ จากการนำแบบสอบถามไปสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ ทฤษฎี หลักการ และแนวคิดผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวคิดขอบเขต และการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย โดยมีการดำเนินการวิจัยตามวิธีการ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ตาราง 7 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย	การดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
การกำหนดหัวข้อการวิจัย	1. ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ได้หัวข้อการวิจัย เรื่อง อุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย พร้อมทั้งปัญหาในการวิจัย
	2. นำเนื้อหาสาระไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความสำคัญ และปัญหาในการวิจัย	(Research Problem)

ตาราง 7 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัย	การดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
การศึกษาข้อมูล ทฤษฎี	1. ศึกษาข้อมูลทฤษฎี จาก เอกสารทางวิชาการ สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง - แรงงานในอุตสาหกรรมบริการ ท่องเที่ยวและบริการ - อุตสาหกรรม MICE - ทฤษฎีและแนวคิดเรื่อง สมรรถนะ - คุณลักษณะของบุคลากรใน อุตสาหกรรมบริการ - แนวคิดเรื่องการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ และ งานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง 2. ศึกษาข้อมูลทฤษฎี จาก สัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 10 คน 3. วิเคราะห์เชื่อมโยงสมรรถนะ ของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ ท่องเที่ยวและบริการ	1. ได้ข้อมูลการขาดแคลนแรงงาน เชิงคุณภาพ 2. ได้ข้อมูลความสำคัญและการ เติบโตของอุตสาหกรรม MICE ใน ประเทศต่างๆและประเทศไทย 3. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะ บุคลากรที่ต้องการของ อุตสาหกรรม MICE
การสร้างกรอบแนวคิด การวิจัย	สังเคราะห์ความคิดจากทฤษฎี เพื่อให้ได้วิธีดำเนินการวิจัย	ได้แนวทางการทำวิจัย

ตาราง 7 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัย	การดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
การสร้างเครื่องมือการวิจัย	สร้างจากกรอบแนวคิด	ได้แบบสอบถาม มีเนื้อหาเกี่ยวกับความต้องการสมรรถนะหลักและสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย และแนวทางการพัฒนาบุคลากร
การตรวจสอบเครื่องมือ	นำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ แก้ไข ปรับปรุง และนำไปทดสอบความเที่ยงตรงจากผู้ทรงคุณวุฒิและทดสอบความเชื่อมั่นจากกลุ่มตัวอย่างประชากร	ได้แบบสอบถาม แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความต้องการสมรรถนะหลัก ส่วนที่ 3 ความต้องการสมรรถนะตามตำแหน่งงาน ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาบุคลากร ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตาราง 7 (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัย	การดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ	เก็บข้อมูลจากประชากรการ วิจัย 7 กลุ่ม จำนวน 655 บริษัท ในช่วงเดือนธันวาคม 2555 – กุมภาพันธ์ 2556 โดย การแจกแบบสอบถาม ส่งทาง ไปรษณีย์ E-mail และ Fax	ได้แบบสอบถามตอบกลับจากกลุ่ม ประชากรการวิจัย จำนวน 486 บริษัท และใช้จำนวนนี้เป็นกลุ่ม ตัวอย่าง
การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอ ผลการวิจัยและการให้ ข้อเสนอแนะ	ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ เปอร์เซ็นต์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการแปรผล	ได้ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ของ การวิจัย
การเขียนรายงาน ผลการวิจัย	เขียนรายการวิจัยผลการวิจัย 5 บท ได้แก่ บทนำ เอกสารและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย และบทสรุป	ได้รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ศึกษา คือ กลุ่มบริษัทที่รับจัดกิจกรรมการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ตามสถิติของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ปี พ.ศ. 2555 แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

ตาราง 8 จำนวนประชากร

ประเภทกลุ่มบริษัท	จำนวนบริษัท
บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO)	33
บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO)	62
บริษัทบริหารจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC)	26
บริษัทบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ (Event Management Company: EMC)	265
บริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company)	26
สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม (Venue)	4
สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention hotels)	239
รวม	655

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2553

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยให้ประชากรทั้งหมด โดยไม่สุ่ม ซึ่งมีจำนวนตอบกลับแบบสอบถามทั้งสิ้น 486 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 74.20 ของประชากรทั้งหมด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความต้องการสมรรถนะหลักของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย

1. ด้านคุณลักษณะ	จำนวน	13	ข้อ
2. ด้านความรู้	จำนวน	7	ข้อ
3. ด้านทักษะ	จำนวน	10	ข้อ

ส่วนที่ 3 ความต้องการสมรรถนะตามตำแหน่งงาน 2 ตำแหน่งงาน ของบุคลากรใน
อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย

3.1 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า (Sale & Customer
Service Coordinator)

1. ด้านคุณลักษณะ	จำนวน	6	ข้อ
2. ด้านความรู้	จำนวน	7	ข้อ
3. ด้านทักษะ	จำนวน	11	ข้อ

3.2 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator)

1. ด้านคุณลักษณะ	จำนวน	3	ข้อ
2. ด้านความรู้	จำนวน	5	ข้อ
3. ด้านทักษะ	จำนวน	5	ข้อ

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุมนิทรรศการ และการ
ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม(คำถามปลายเปิด)

การสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด จากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัย และข้อมูลสถิติที่มี
เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษารูปแบบ วิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้าง
เครื่องมือเพื่อการวิจัย

2. สัมภาษณ์บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการจัดประชุมสัมมนา นิทรรศการ
และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 10 คน จาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA)
นักวิชาการ ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้แนวคิดหลัก ในเรื่อง สมรรถนะ
ตามตำแหน่งงานของบุคลากร ดังนี้

2.1 สมรรถนะหลัก ได้แก่

2.1.1 คุณลักษณะ มีความเต็มใจในการให้บริการ

2.1.2 ความรู้ ควรมีภาษาที่ 2 คือ ภาษาอังกฤษดี และควรมีภาษาที่ 3 เช่น
ภาษาจีน เพราะเป็นภาษาที่ใช้ในการทำธุรกิจด้วยบ่อยๆ มีประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหา

เฉพาะหน้า มีความรู้เฉพาะทาง มีความรู้พื้นฐานด้าน MICE ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกา
ท่องเที่ยว และความรู้เรื่องการจัดการ (Management)

2.1.3 มนุษยสัมพันธ์ เนื่องจากต้องมีการติดต่อประสานงาน งานบริการ
(hospitality) คือหัวใจสำคัญในการดำเนินให้ประสบความสำเร็จ

2.1.4 ความคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) สามารถสร้างความแตกต่าง
สร้างจุดขาย มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร

2.1.5 ทักษะเรื่องการสื่อสาร (ไม่ใช่ประเด็นเรื่องภาษา แต่เป็นการสื่อสารกับ
ผู้เกี่ยวข้อง) การวิเคราะห์ลูกค้า

2.1.6 ความตั้งใจและความทุ่มเทในการทำงาน (Service Mind)

2.1.7 การติดตามสถานการณ์ ทันโลกทันเหตุการณ์ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ
และสถานการณ์อื่นๆที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจ อาทิ การเมือง และพลังงาน

2.1.8 มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี (hospitality)

2.2 สมรรถนะตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ หรือส่วนงานภายใน/ส่วนหลัง/
งานปฏิบัติการ ควรมีสมรรถนะ ดังนี้

2.2.1 มีความรู้ข้อจำกัดและรายละเอียดของงาน เช่น ใช้สถานที่ที่ใช้ข้อจำกัดของ
สถานที่ จำนวนความจุของพื้นที่จัดงาน น้ำหนักของการโหลดของสำหรับจัด (กิโลต่อตารางเมตร)
ขนาดของเครื่องจักรที่สามารถนำเข้ามาจัดได้และไม่ได้ กำลังกระแสไฟของพื้นที่ Specification
ของตัวอาคารสถานที่จัดงาน ความจุและความสามารถในการรองรับของห้องของผู้เข้าร่วมงาน

2.2.2 ความรู้ด้านการจัดอาหาร ในโรงแรมจัดเอง หรือต้องสั่งมาจากข้างนอก
การตกแต่งสถานที่ประชุม โต๊ะลงทะเบียน

2.2.3 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี รวมถึงการตัดสินใจ
อย่างชาญฉลาด

2.2.4 มีวินัยในการทำงาน เช่น งานต้องเสร็จเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด
หากไม่เสร็จจะส่งผลเป็นลูกโซ่ ทำให้ทุกอย่างต้องเลื่อนไป และจะเกิดความเสียหาย

2.2.5 ความรู้เรื่องเทคนิคเฉพาะ เช่น ขณะการประชุมเกิดปัญหาทางเทคนิค
หรือผู้พูดยังไม่มา จะต้องรู้ว่าควรจะแก้ไขปัญหาอย่างไร Speaker ไม่มาจะแก้ปัญหอย่างไร

2.2.6 เข้าใจและทำการตลาดให้ลูกค้า เพื่อดึงดูดลูกค้าของแต่ละกลุ่มให้เข้า
มาร่วมงาน สิ่งนี้เป็นพื้นฐานเบื้องต้นที่ผู้บริหารโครงการต้องรู้

2.3 สมรรถนะตำแหน่งตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า หรือ ส่วนภายนอก/ด้านหน้างานบริหารโครงการ/งานการตลาด

2.3.1 ต้องรู้จักการวางแผน และการเตรียมการล่วงหน้า

2.3.2 ต้องรู้และต้องศึกษาว่าลูกค้าอยู่ในส่วนไหนของตัว M I C E และจะต้องให้บริการอย่างไร หรือกรณีของผู้มาแสดงสินค้า (Exhibitor) หรือผู้มาเข้าร่วมประชุม ต้องเข้าใจว่าบุคคลเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร เช่น มีความต้องการในการแสดงสินค้า ขนาดของพื้นที่ ตำแหน่งพื้นที่ในการจัดงาน การทำการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.3.3 มีความรู้ วิชาชีพการขาย เข้าใจในเนื้องานการประชุม ต้องแยกแยะการประชุมให้ออกระหว่างประชุมConference กับ Meeting และส่วนที่เกี่ยวกับการเสวนา การแสดงความคิดเห็น การวิจัยค้นคว้ามาแล้วผู้กันทั้ง

2.3.4 สามารถดึงดูดจุดเด่นของงานที่จะจัดมาเสนอขายได้ เช่น คุณสมบัติของสินค้าที่จะจัดผู้พูด (speaker) กรณีงานเสวนา ใครบ้างที่จะมาร่วมฟัง สิ่งที่จะดึงดูดให้ speaker มาพูด คือ Sponsor เพราะผู้พูดคนนั้นสามารถนำไปสร้างเป็น Profile ภาพลักษณ์ของตนเองได้ หากผู้ฟังเป็นบุคคลที่อยู่ในวงการเดียวกันกับผู้พูด ผู้พูดคนนั้นอาจต้องการเผยแพร่ความรู้เป็นวิทยาทาน

2.3.5 การเชิญชวนให้ลูกค้ามาออกงานแสดงสินค้า จำเป็นต้องมีทักษะในการเชิญชวน และการต่อรอง

2.3.6 ทักษะในการสื่อสารที่ดี สามารถสื่อสารกับผู้รับสารให้เข้าใจตรงกัน เช่น เมื่อพูดถึงสีขาว อาจเป็นสีขาวครีม หรือขาวหม่นก็ได้

2.3.7 ความสามารถในการจูงใจให้มาใช้บริการจากความพร้อมของบริษัท และทีมงาน

3. กำหนดกรอบแนวความคิด

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา โดยวิเคราะห์ สังเคราะห์ แยกประเด็นที่ต้องการศึกษา และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา

4. ออกแบบ และสร้างแบบสอบถามที่มีรายการคำถาม ที่ทำให้ได้ระดับความต้องการ จากกลุ่มตัวอย่าง และตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ได้ประเด็นข้อคำแนะนำ แล้วทำการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

6. ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1 ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ และรอบรู้เฉพาะเรื่อง จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาทำการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับลักษณะของคำถาม (Index of Consistency: IOC) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น และกำหนดให้มีแบบเลือกตอบ คือ ไม่สอดคล้อง ไม่แน่ใจ และสอดคล้อง และช่องข้อเสนอแนะ

กรณี ผู้เชี่ยวชาญตอบว่าไม่สอดคล้อง	ผู้วิจัยกำหนดให้มีค่า	เท่ากับ -1
กรณี ผู้เชี่ยวชาญตอบว่าไม่แน่ใจ	ผู้วิจัยกำหนดให้มีค่า	เท่ากับ 0
กรณี ผู้เชี่ยวชาญตอบว่าสอดคล้อง	ผู้วิจัยกำหนดให้มีค่า	เท่ากับ 1

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ดร.เกษวดี	พุทธภูมิพิทักษ์
ดร.ศิริเพ็ญ	ดาบเพชร
ดร.จารุวรรณ	แดงบุผา
คุณรักศักดิ์	คุณานุรักษ์ (ตำแหน่ง Director of Marketing บริษัท

เอ็น ซี ซี แมนเนจเม้นท์แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด)

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนแล้ว ผู้วิจัยหาอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (IOC) ค่าดัชนีความเที่ยงตรงในแต่ละข้อย่อยแล้ว ค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 ถือว่าเที่ยงตรงตามเนื้อหา จึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มประชากร

6.2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงนี้ไปใช้ทดลองจริงกับกลุ่มบริษัท 7 กลุ่มบริษัท จำนวน 30 ชุด และนำมาคำนวณในโปรแกรมประยุกต์หาค่าทางสถิติ โดยมีค่าเท่ากับ 0.98

7. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเอง โดยส่งแบบสอบถามไปตามกลุ่มประชากรทางไปรษณีย์ E-mail และ Fax ในช่วงเดือนธันวาคม 2555 – กุมภาพันธ์ 2556

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ทั้ง 7 กลุ่ม บริษัท มาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัสและนำมาบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมประยุกต์หาค่าทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น และให้ความหมายที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ต้องการมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	ต้องการมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ต้องการปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ต้องการน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	ต้องการน้อยที่สุด