

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดการ
แข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการ
สัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาหาแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการเครื่องปรุงรสไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการหรือ
ผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง ทั้งหมด 16 บริษัท รวม 16 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่
เกี่ยวข้องด้านผู้ผลิตและจำหน่าย จำนวน 11 ท่าน และผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องด้านผู้
ซื้อ จำนวน 5 ท่าน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Proposive) ซึ่งด้านผู้ผลิตและจำหน่ายนั้น
ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกจากรายชื่อบริษัทที่ผลิตเครื่องปรุงรสไทย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
ปริมณฑลและจังหวัดในภาคตะวันออก ที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจ SMEs ที่มีการขยายธุรกิจ
หรือมีแนวโน้มการขยายธุรกิจไปในต่างประเทศ รวม 11 บริษัท ซึ่งทั้ง 11 บริษัทนี้ได้กระจายไป
ครอบคลุมธุรกิจเครื่องปรุงรสทั้งหมด อาทิ ผู้ผลิตและจำหน่ายเกลือ น้ำตาล น้ำมันพืช เครื่องเทศ
(Spice) เช่น พริกไทย น้ำปลา กะปิ ซอสถั่วเหลือง (soy sauce) ถั่วเน่า เต้าเจี้ยว เต้าเจี้ยวญี่ปุ่น (miso)
พริกคอง น้ำส้ม ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ เป็นต้น และกระจายไปในหลายธุรกิจที่ผลิตเครื่องปรุง
รสในลักษณะสินค้าที่แตกต่างกันไป ส่วนด้านผู้ซื้อ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดย
คัดเลือกจากผู้ซื้อหลักที่นิยมใช้สินค้าเครื่องปรุงรสไทย อาทิ โรงแรมระดับ 3-5 ดาว ภัตตาคาร
อาหารไทยขนาดใหญ่ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยขนาดใหญ่ เป็นต้น โดยติดต่อขอความร่วมมือ

จากแต่ละบริษัท ซึ่งบริษัทเหล่านั้นต้องให้ความอนุเคราะห์โดยสมัครใจ เนื่องจากการขอสัมภาษณ์ในระดับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องทั้งด้านผู้ผลิตและจำหน่าย และด้านผู้ซื้อนั้น ต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ดี และความเต็มใจที่จะให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจของตนเอง และระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้เข้าพบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีงบประมาณและระยะเวลาในการทำวิจัยที่จำกัด จึงสามารถขอสัมภาษณ์หรือขอข้อมูลการให้สัมภาษณ์ จำนวน 16 บริษัท ดังกล่าว

ในการอนุญาตให้เข้าสัมภาษณ์จากผู้บริหารของบริษัททั้งด้านผู้ผลิตและจำหน่าย และด้านผู้ซื้อนั้น หากบริษัทใดไม่สมัครใจ ก็จะเลือกบริษัทอื่นต่อไปจนกว่าจะครบ 16 บริษัท ซึ่งน่าจะเหมาะสมและสอดคล้องกับกรอบเวลาและงบประมาณ ในการทำวิจัยชิ้นนี้ อีกทั้งผู้ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักของกลุ่มที่หนึ่ง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย ซึ่งเป็นผู้รู้ข้อมูลในภาพรวมของบริษัทที่อยู่แล้ว รวมถึงผู้บริหารที่รับผิดชอบดูแลการค้าขายของธุรกิจ จึงถือว่าเป็นตัวแทนที่ดีของการเก็บข้อมูล และกลุ่มที่สองคือ กลุ่มผู้ซื้อหลัก เพื่อจะได้ทราบแนวความคิดด้านผู้ซื้อหรือลูกค้ารายสำคัญของธุรกิจเครื่องปรุงรส อาทิเช่น โรงแรม โรงเรียนสอนทำอาหาร ภัตตาคารหรือร้านอาหารไทย ที่ดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 5 แห่ง โดยใช้รูปแบบสัมภาษณ์เน้นถามในด้านกลยุทธ์การตลาดและการแข่งขันของธุรกิจเครื่องปรุงรสไทย โดยใช้คำถามเดียวกันกับคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ แต่เป็นการถามเพื่อทราบแนวความคิดหรือความคิดเห็นของด้านผู้ซื้อ ในเวลาที่ผู้ซื้อต้องตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสของไทย เพื่อจะได้ทราบว่าความคิดเห็นของผู้ประกอบการสอดคล้องตรงกันกับความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือลูกค้าหรือไม่ อันจะทำให้การวางกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันของผู้ประกอบการเครื่องปรุงรสไทยไม่เกิดความผิดพลาด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกในแต่ละประเด็นคำถาม โดยผู้วิจัยมีการร่างแบบสัมภาษณ์จากกรอบแนวคิด ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นประเด็นคำถามกว้างๆ ครอบคลุมประเด็นสำคัญของงานวิจัย และมีการปรับประเด็นคำถามย่อยเชิงลึกให้แปรตามสถานการณ์ในขณะที่สัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากที่สุด ในขณะที่เดียวกัน ไม่สร้างความกดดัน อึดอัดแก่ผู้ถูกสัมภาษณ์

ดังนั้น แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยแหล่งข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ ตำราวิชาการ หนังสือพิมพ์ ราชสัปดาห์/รายวัน นิตยสาร ตลอดจนบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประกอบการสร้างกรอบแนวคิด ตลอดจนวิธีการศึกษา วิเคราะห์และอภิปรายผล

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรส ในรูปแบบของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือก ประกอบกับผลสัมภาษณ์ที่ปรากฏในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ที่ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้เวลา 12 เดือน ี่ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2556 – มิถุนายน พ.ศ. 2557 เนื่องจากใช้เวลาในการติดต่อและนัดหมายหลายครั้งด้วยกัน และผู้บริหารไม่ค่อยมีเวลาดำเนินการ ต้องเดินทางไปต่างประเทศบ่อยครั้ง จึงทำให้การนัดหมายกว่าจะสำเร็จได้ ต้องใช้เวลานาน โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยและคณะจะเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยมีหนังสือแนะนำตัวจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติพร้อมแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตัวของทีมวิจัยเอง และจะใช้วิธีการบันทึกและถอดเทประหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยวิธีการสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึกในประเด็นของความสามารถในการประกอบการ ทั้งด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการตลาดและบริการ ด้านการดำเนินงานผลิต และด้านการเงิน และการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ประเด็นการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ รวมถึงประเด็นศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การสัมภาษณ์แต่ละบริษัทในแต่ละครั้ง จะสัมภาษณ์ครั้งละ 1 ท่าน เพื่อนำข้อมูลมาประมวลผลก่อน และหากได้ข้อมูลยังไม่ครบถ้วน หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ผู้วิจัยจะได้สัมภาษณ์เพิ่มเติมนอกเหนือจากที่กำหนดคำถาม การสัมภาษณ์ไว้กับท่านอื่นในแต่ละบริษัทอีกด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด และผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในประเด็นต่างๆ ในลักษณะพรรณนาความอธิบายปรากฏการณ์ โดยมีตารางประกอบการอธิบายในบางหัวข้อและจะเลือกนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาเท่านั้น

