

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและความสัมพันธ์ของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (3-5 ดาว) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เป็นรายบุคคล แบบสอบถามประเมินค่าด้วยตนเองของผู้ประกอบการ และแบบสอบถามประเมินค่าโดยผู้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และวิธีการสัมภาษณ์ของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ อดีตนายกสมาคมจิตวิทยาประยุกต์นานาชาติ (International Association of Applied Psychology : IAAP) ซึ่งได้อนุญาตให้ผู้วิจัยนำมาใช้ได้ ภายใต้การควบคุมดูแลและการฝึกหัดของ ดร.อุบลวรรณ ภวกานันท์ ผู้ทำโครงการวิจัยร่วมในประเทศไทย และการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสำรวจของ ออร์พินท์ ออศิริชัยเวทย์ ที่ได้ปรับปรุงขึ้นจากแบบสำรวจรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ของ เคอร์ตัน (Kirton, 1994) ที่ได้พัฒนาขึ้นจากทฤษฎี The Adaption-Innovation Theory (A-I Theory)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (3-5 ดาว) ปี 2549 ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 65 คน

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (3-5 ดาว) ปี 2549 ประเภท สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 65 คน ซึ่งได้มาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. โทรศัพท์ติดต่อผู้ประกอบการทั้ง 65 คน เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย และขอที่อยู่ในการจัดส่งจดหมายขอความร่วมมือและความอนุเคราะห์ข้อมูล
2. ส่งจดหมายขอความร่วมมือและความอนุเคราะห์ข้อมูล เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ในการวิจัยโดยส่งเข้าไปให้กับผู้ประกอบการทั้ง 65 คน ทางไปรษณีย์และโทรสาร
3. ติดต่อผู้ประกอบการทั้ง 65 คน อีกครั้ง เพื่อนัดหมายวัน เวลาและสถานที่ในการเข้าพบ เพื่อสัมภาษณ์และทำแบบสอบถาม
4. ผู้ประกอบการที่สามารถติดต่อได้และสมัครใจให้ความร่วมมือมีจำนวน 38 คน

### ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

1. รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ (Style of Creativity) หมายถึง แบบอย่างหรือแบบแผนของแต่ละบุคคลใช้เป็นหลักในการคิดสร้างสรรค์ เพื่อการแก้ปัญหาและตัดสินใจ เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่มีความคงเส้นคงวา ประกอบด้วย 2 รูปแบบ คือ
  - 1.1 ความคิดสร้างสรรค์แบบปรับเปลี่ยน (Adaptive style)
  - 1.2 ความคิดสร้างสรรค์แบบสร้างใหม่ (Innovative style)
2. ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) หมายถึง ความรู้และความชำนาญทั้งหลาย รวมถึงทักษะและประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการมี และสามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่
  - 2.1 ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year)
  - 2.2 ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill)
  - 2.3 ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)
3. กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Strategic Process) หมายถึง ลำดับการกระทำเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายซึ่งจะถูกนำมาใช้ในการจัดการกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน ประกอบด้วย

- 3.1 การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ (Complete Planning)
  - 3.2 การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ (Critical Point Planning)
  - 3.3 การแสวงหาโอกาส (Opportunistic Strategy)
  - 3.4 การตั้งรับ (Reactive Strategy)
4. ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Success) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลเป็นที่พึงพอใจ โดยการพิจารณาจาก 10 ด้าน ได้แก่
- 4.1 แนวโน้มของกำไร
  - 4.2 แนวโน้มของจำนวนลูกค้า
  - 4.3 แนวโน้มของยอดขาย
  - 4.4 แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม
  - 4.5 การประเมินความสำเร็จในมุมมองของผู้อื่น
  - 4.6 ความพึงพอใจในความสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
  - 4.7 ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ
  - 4.8 ความพึงพอใจในรายได้
  - 4.9 แนวโน้มของจำนวนพนักงาน
  - 4.10 การประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยผู้สัมภาษณ์

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างเป็นรายบุคคล และแบบสอบถามประเมินค่าด้วยตนเองของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ เพื่อใช้ประเมินกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ

แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง และแบบสอบถามประเมินค่าด้วยตนเองของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ ทำการหาความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content Validity) โดยการแปลต้นฉบับภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาไทย (Translation) และทำการแปลกลับเป็นภาษาอังกฤษ (Back Translation) อีกครั้ง โดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษาและตรวจสอบความตรงของเนื้อหากับต้นฉบับ โดยผู้ออกแบบ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ และผู้วิจัยร่วมโครงการ ดร.อุบลวรรณ ภวานันท์

ผู้สัมภาษณ์ฝึกการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์นี้กับผู้ทำโครงการวิจัยร่วมในประเทศไทย คือ ดร.อุบลวรรณ ภวกันันท์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ฝึกหัดและประเมินผลการสัมภาษณ์ โดยมีการฝึกหัดกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน เมื่อผู้ฝึกหัดประเมินผลการสัมภาษณ์อนุญาตให้ออกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจริงได้ จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือแบ่งตามประเภทของข้อมูลที่เก็บ ดังนี้

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

ทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับอายุ การเป็นเจ้าของกิจการ อายุของกิจการ จำนวนพนักงาน ชั่วโมงการทำงาน และเงินทุนที่ใช้ในการจดทะเบียน

### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ที่ใช้กับเป้าหมายที่มีความสำคัญที่สุด 2 ลำดับแรกโดยละเอียดตามวิธีการที่กำหนด แล้วประเมินรูปแบบกลยุทธ์ทั้ง 4 รูปแบบ คือ การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ การแสวงหาโอกาส และการตั้งรับ ที่ผู้ประกอบการใช้กับเป้าหมายลำดับที่ 1 และ 2 ได้ข้อคำถามรูปแบบกลยุทธ์ละ 2 ข้อ

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิความรู้ความชำนาญ

ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับประวัติการศึกษา การเข้ารับการศึกษาปริญญาตรี และการทำงานตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันตามวิธีการในแบบสัมภาษณ์ และทำการประเมินภูมิความรู้ความชำนาญด้วยตัวแปรที่กำหนดจำนวน 3 ตัวแปร ดังนี้

3.1 ระยะเวลาในการศึกษา (Education Year) วัดจากจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จริงจากผู้ประกอบการ

3.2 ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill) ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการทำงานที่ผ่านมามาตั้งแต่ก่อนมาทำธุรกิจนี้ ประสบการณ์ และความชำนาญที่นำมาใช้ในการทำธุรกิจปัจจุบัน

3.3 ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management) ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้วยการให้ผู้ประกอบการเล่ารายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารงานที่ผ่านมามาตั้งแต่ก่อนมาทำธุรกิจนี้ และที่นำมาใช้ในการทำธุรกิจปัจจุบัน

#### 4. ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจตามแบบสัมภาษณ์ตามแนวทางของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ ได้แก่ แนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า แนวโน้มของยอดขาย แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม แนวโน้มของจำนวนพนักงาน และทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความสำเร็จในมุมมองของผู้อื่น ความพึงพอใจในความสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ความพึงพอใจในฐานะของเจ้าของกิจการ ความพึงพอใจในรายได้ รวมทั้งการประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยผู้สัมภาษณ์

#### ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ภูมิความรู้ความชำนาญและความสำเร็จ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 38 คน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ โดยทำการหาค่าความเชื่อมั่นแบบคงเส้นคงวาภายใน (Internal Consistency Reliability) สำหรับตัวแปรที่มีข้อประเมินมากกว่า 1 ข้อ ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส และกลยุทธ์การตั้งรับ ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบคงเส้นคงวาภายใน ดังแสดงในตารางที่ 3.1 โดยวิธีการหาค่าความเชื่อมั่นแบบการสัมภาษณ์ของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ และหาค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน (Inter Rater Reliability) สำหรับตัวแปรที่วัดโดยการประเมิน ได้แก่ กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส กลยุทธ์การตั้งรับ ประสิทธิภาพในการบริหาร ความชำนาญในวิชาชีพ และความสำเร็จที่ประเมินโดยผู้สัมภาษณ์ ได้ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน ดังแสดงในตารางที่ 3.2 โดยวิธีการหาค่าความเชื่อมั่นแบบการสัมภาษณ์ของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์

ตารางที่ 3.1  
ค่าความเชื่อมั่นแบบคงเส้นคงวภายใน

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่นแบบคงเส้นคงวภายใน	
	ผู้ประเมินคนที่ 1	ผู้ประเมินคนที่ 2
กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์	0.92	1.00
กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ	1.00	1.00
กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส	1.00	1.00
กลยุทธ์การตั้งรับ	1.00	0.97

ตารางที่ 3.2  
ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน
กลยุทธ์การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์	1.00
กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ	1.00
กลยุทธ์การแสวงหาโอกาส	1.00
กลยุทธ์การตั้งรับ	0.96
ประสบการณ์ในการบริหาร	0.97
ความชำนาญในวิชาชีพ	1.00
ความสำเร็จที่ประเมินโดยผู้สัมภาษณ์	0.97

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ตามแนวทฤษฎี The Adaption-Innovation Theory (A-I Theory) โดยนำแบบวัดมาจาก อรพินท์ ออศิริชัยเวทย์ (2546) ซึ่งพัฒนามาจากแบบสำรวจรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ของเคอร์ตัน (Kirton, 1994) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ โดยแบ่งเป็นข้อคำถามทางลบเกี่ยวกับลักษณะความคิดสร้างสรรค์แบบปรับเปลี่ยน จำนวน 10 ข้อ และเป็นข้อคำถามทางบวกเกี่ยวกับลักษณะความคิดสร้างสรรค์แบบสร้างใหม่ จำนวน 10 ข้อ โดยให้คะแนนของคำตอบเป็นมาตรวัดแบบลิเกิร์ต แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

## ตารางที่ 3.3

## การให้คะแนนของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์

ลักษณะคำตอบ	การให้คะแนนของ ข้อคำถามเชิงบวก	การให้คะแนนของ ข้อคำถามเชิงลบ
มากที่สุด	5	1
มาก	4	2
ปานกลาง	3	3
น้อย	2	4
น้อยที่สุด	1	5

จากนั้นรวมคะแนนของทั้ง 20 ข้อ โดยผู้ที่ได้คะแนนมาก แสดงว่า มีความคิดสร้างสรรค์แบบสร้างใหม่ และนำมาเปรียบเทียบระดับของคะแนนตามแนวทฤษฎี The Adaption-Innovation Theory (A-I Theory) ดังตารางที่ 3.4 ซึ่งในที่นี้คะแนนต่ำสุดคือ 20 คะแนน และคะแนนสูงสุดคือ 100 คะแนน โดยแบ่งคะแนนจากแบบสำรวจเป็น 8 ระดับ และทำการแบ่งช่วงของคะแนนด้วยวิธีการหาความกว้างอันตรภาคชั้น (Kirton, 1994) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด (100) - คะแนนต่ำสุด (20)}}{\text{จำนวนชั้น(8)}} \\
 &= \frac{80}{8} = 10
 \end{aligned}$$

ในที่นี้ความกว้างอันตรภาคชั้น คือ 10 จะได้คะแนนจากแบบสำรวจเป็น 8 ระดับ ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4  
ระดับของคะแนนรูปแบบความคิดสร้างสรรค์

รูปแบบความคิดสร้างสรรค์	ช่วงคะแนน	ระดับคะแนน
แบบปรับเปลี่ยน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30	สูงมาก
	31-40	สูง
	41-50	ปานกลาง
	51-60	ต่ำ
แบบสร้างใหม่	61-70	ต่ำ
	71-80	ปานกลาง
	81-90	สูง
	มากกว่าหรือเท่ากับ 91	สูงมาก

#### ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดรูปแบบความคิดสร้างสรรค์

เนื่องจากเป็นแบบสำรวจที่มีการพัฒนามาแล้ว และได้ทำการเก็บข้อมูลใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้นำแบบสำรวจรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวนี้มาใช้กับงานวิจัย โดยนำแบบสำรวจทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (try out) ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวน 30 คน และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของมาตรวัด โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายใน (Coefficient of Internal Consistency) ชนิด Cronbach's Coefficient Alpha ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของมาตรโดยรวม เท่ากับ .62

#### ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. ติดต่อกรมพัฒนาชุมชนเพื่อขอรายชื่อของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2549 ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. คัดแยกรายชื่อผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเลือกเฉพาะผู้ประกอบการที่ได้รับคัดสรรเป็นสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (3-5 ดาว) ปี 2549 ซึ่งเป็นประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

3. ติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทางโทรศัพท์ พร้อมทั้งส่งจดหมายขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์
4. เข้าพบและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการตามเวลานัด ทำการสัมภาษณ์ตามวิธีการสัมภาษณ์ ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที
5. หลังจากจบการสัมภาษณ์ให้ผู้ประกอบการทำแบบสอบถามประเมินค่าด้วยตนเอง และแบบสำรวจรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ใช้เวลาประมาณ 30 ถึง 45 นาที
6. ระหว่างรอผู้ประกอบการทำแบบสอบถาม ผู้สัมภาษณ์ทำการประเมินผู้ประกอบการด้วยแบบประเมินโดยผู้สัมภาษณ์
7. หลังเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์และการทำงานแบบสอบถาม จึงกล่าวขอบคุณและลาผู้ประกอบการที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และทำแบบสอบถาม
8. เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและลงรหัสข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science : SPSS) ดังนี้

1. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ
2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสรุปผล (Inferential Statistics) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานต่างๆ ในการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5  
แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p>สมมติฐานที่ 1 : รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)</p>
<p>สมมติฐานที่ 2 : ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">2.1 ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">2.2 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">2.3 ประสบการณ์ในการบริหารมีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)</p>
<p>สมมติฐานที่ 3 : กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">3.1 การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์มีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">3.2 การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญมีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">3.3 การแสวงหาโอกาสมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ</p> <p style="padding-left: 40px;">3.4 การตั้งรับมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)</p>

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)  
แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์
<p><u>สมมติฐานที่ 4</u> : รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับภูมิ ความรู้ความชำนาญ</p> <p>4.1 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาในการศึกษา</p> <p>4.2 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับ ความชำนาญในวิชาชีพ</p> <p>4.3 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับ ประสบการณ์ในการบริหาร</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)</p>
<p><u>สมมติฐานที่ 5</u> : รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ</p> <p>5.1 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการ วางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์</p> <p>5.2 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการ วางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ</p> <p>5.3 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการ แสวงหาโอกาส</p> <p>5.4 รูปแบบความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการ ตั้งรับ</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)</p>
<p><u>สมมติฐานที่ 6</u> : ภูมิความรู้ความชำนาญมีความสัมพันธ์กับ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ</p> <p>6.1 ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์กับการ วางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์</p> <p>6.2 ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์กับการ วางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ</p>	<p>ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)</p>

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)  
แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้วิเคราะห์	
6.3 ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์กับการแสวงหาโอกาส	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Coefficient of Correlation)	
6.4 ระยะเวลาในการศึกษามีความสัมพันธ์กับการตั้งรับ		
6.5 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์		
6.6 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ		
6.7 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาโอกาส		
6.8 ความชำนาญในวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับการตั้งรับ		
6.9 ประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์กับการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์		
6.10 ประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์กับการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ		
6.11 ประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาโอกาส		
6.12 ประสิทธิภาพในการบริหารมีความสัมพันธ์กับการตั้งรับ		
สมมติฐานที่ 7 : รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ภูมิความรู้ความชำนาญ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสามารถร่วมกันทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการ		การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)