

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการศึกษาคูณลักษณะความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนายของแรงจูงใจในตนเอง ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่พักในเขตพื้นที่ที่ประสบภัยคลื่นสึนามิ ในปี พ.ศ.2547 การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เป็นรายบุคคล และแบบสอบถามประเมินค่าตนเองของผู้ประกอบการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส ศาตราจารย์ด้านจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การประยุกต์ ชาวเยอรมันที่ใช้ในการศึกษากับผู้ประกอบการในประเทศ ซิมบับเว (Zimbabwe) ปี ค.ศ. 1998-1999 ซึ่งแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้รับอนุญาตจาก ดร.อุบลวรรณ ภวกานันท์ ผู้ร่วมโครงการและมีลิขสิทธิ์ในประเทศไทย รวมทั้งแบบสอบถามวัดแรงจูงใจในตนเอง ได้รับอนุญาตจาก ดร.อุบลวรรณ ภวกานันท์ ผู้ทำวิจัยร่วมโครงการ CEO และมีลิขสิทธิ์ในประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ประสบภัยคลื่นสึนามิ ในปี พ.ศ.2547 ดำเนินกิจการหลังปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 152 คน โดยจำนวนของสถานประกอบการได้ข้อมูลมาจากสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีทั้งสิ้น 110 คน ใช้วิธีการคัดเลือกโดยใช้หลักการคำนวณของยามานะ (Yamane) ดังนี้

$$\text{สูตรการคำนวณ} \quad n = N / (1 + Ne^2)$$

โดย $n =$ จำนวนขนาดตัวอย่าง

$N =$ จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

$e =$ ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยในการศึกษานี้กำหนดให้เท่ากับ .05)

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ
 - 1.1. เพศ (Sex)
 - 1.2. อายุ (Age)
2. แรงจูงใจในตนเอง (Self Motivation) แบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ
 - 2.1. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Need for Power)
 - 2.2. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement)
 - 2.3. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Need for Affiliation)
 - 2.4. แรงจูงใจใฝ่รับผิดชอบ (Need for Moral Responsibility)
3. ภูมิความรู้ความชำนาญ (Human Capital) แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ
 - 3.1. จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (Education Year)
 - 3.2. ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill)
 - 3.3. ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)
4. กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Strategic Process) แบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ
 - 4.1. การวางแผนอย่างสมบูรณ์ (Complete Planning)
 - 4.2. การวางแผนเฉพาะส่วนสำคัญ (Critical Planning)
 - 4.3. การแสวงหาโอกาส (Opportunistic Strategy)
 - 4.4. การตั้งรับ (Reactive Strategy)

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Success) วัดจากผลรวมของการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ 4 วิธี คือ
 - 1.1. ผู้ประกอบการประเมินความสำเร็จของตนเอง

- 1.2. การวัดทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ จำนวนลูกค้า ผลกำไร และยอดขายในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา จำนวนพนักงาน และมูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง
- 1.3. วัดด้วยแบบสอบถามภาพของ บรูเดอรัล เพรสเซนเดอร์ฟเฟอร์ และซิกเกเลอร์ (1992)
- 1.4. ผู้สัมภาษณ์ประเมินผลสำเร็จโดยรวมของผู้ประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างเป็นรายบุคคล และแบบสอบถามประเมินค่าตนเองของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส ทำการหาความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content Validity) โดยการแปลต้นฉบับภาษาอังกฤษมาเป็นภาษาไทย (Translation) และทำการแปลกลับเป็นภาษาอังกฤษ (Back Translation) อีกครั้งโดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษาและเทียบตรวจความเที่ยงตรงของเนื้อหากับต้นฉบับ โดยผู้ออกแบบ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส และผู้วิจัยร่วมโครงการ ดร.อุบลวรรณ ภวากานันท์ ผู้สัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้วิจัย ทั้งนี้ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์จริง ผู้สัมภาษณ์ได้รับการฝึกอบรมและทดสอบการสัมภาษณ์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นในการสัมภาษณ์ด้วยวิธี Inter-rating กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้
 - 1.1. ข้อมูลการสัมภาษณ์
 - 1.2. ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ
 - 1.3. ภูมิความรู้ความชำนาญ
 - 1.4. จุดหมาย เป้าหมาย และกลยุทธ์
 - 1.5. ปัญหาทั่วไปของธุรกิจ
 - 1.6. การแข่งขัน
 - 1.7. ความมีนวัตกรรม และการริเริ่ม
 - 1.8. ความเป็นผู้นำ และพนักงาน
 - 1.9. ความสำเร็จ

- 1.10. เรื่องสมมติ
2. แบบประเมินผู้ถูกสัมภาษณ์
3. แบบสอบถาม

เครื่องมือวัดภูมิความรู้ความชำนาญ

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้วัดภูมิความรู้ความชำนาญ วัดได้จาก 3 ตัวแปร มีดังต่อไปนี้

1. จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา (Education Year)
จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาวัดจากจำนวนปีที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลจริงที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ถูกสัมภาษณ์
2. ความชำนาญในวิชาชีพ (Skill)
ความชำนาญในวิชาชีพเป็นข้อคำถาม แบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) โดยแบ่งระดับออกเป็น 1 ถึง 5
3. ประสบการณ์ในการบริหาร (Experience in Management)
ประสบการณ์ในการบริหารเป็นข้อคำถาม แบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) โดยแบ่งระดับออกเป็น 1 ถึง 5

เครื่องมือวัดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวัดเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบสอบถามที่มีข้อคำถามในเรื่อง จุดหมาย เป้าหมาย กลยุทธ์ โดยผู้สัมภาษณ์จะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจตามลำดับความสำคัญและประเมินลักษณะของกลยุทธ์ตามเป้าหมายหลัก 2 เป้าหมาย การสัมภาษณ์นั้นเป็นการสนทนาเรื่องทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์และทวนคำพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ใช้กลยุทธ์ใดในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยผู้สัมภาษณ์จะไม่ถามนำและไม่หยุดถามจนกว่าจะแน่ใจว่าผู้ถูกสัมภาษณ์ใช้กลยุทธ์ใดในการดำเนินธุรกิจ จากนั้นผู้สัมภาษณ์จะประเมินข้อคำถามทางบวกแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) มี 5 อันดับภาคขึ้นและนำค่าคะแนนที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้สัมภาษณ์ (Intra Rater Reliability) กับค่าความเที่ยงแบบความคงเส้นคงวภายใน (Internal Consistency) ของผู้สัมภาษณ์แต่ละท่าน ของรูปแบบกลยุทธ์ทั้ง 4 แบบ ดังนี้

1. การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ (Complete Planning)
2. การวางแผนเฉพาะส่วนสำคัญ (Critical Point Planning)
3. การแสวงหาโอกาส (Opportunistic Strategy)
4. การตั้งรับ (Reactive Strategic)

เครื่องมือวัดความสำเร็จ

เครื่องมือที่ใช้วัดความสำเร็จทั้ง 10 ตัวแปร มีดังต่อไปนี้

1. แนวโน้มของกำไร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ โดยมี 3 คำตอบคือ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ไม่เปลี่ยนแปลง และลดลง เมื่อเทียบกับปีก่อน และทำการแปลงรหัสข้อมูล โดยคำตอบ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ให้คะแนนเท่ากับหนึ่ง (1), ไม่เปลี่ยนแปลง ให้คะแนนเท่ากับศูนย์ (0) และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ให้คะแนนเท่ากับลบหนึ่ง (-1)

2. แนวโน้มของจำนวนลูกค้า ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ โดยมี 3 คำตอบคือ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ไม่เปลี่ยนแปลง และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน และนำคำตอบมาให้คะแนนโดย แนวโน้มของจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เท่ากับหนึ่ง (1), ไม่เปลี่ยนแปลง ให้คะแนนเท่ากับศูนย์ (0) และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ให้คะแนนเท่ากับลบหนึ่ง (-1)

3. แนวโน้มของยอดขาย ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ โดยมี 3 คำตอบคือ เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ไม่เปลี่ยนแปลง และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน และนำคำตอบมาให้คะแนนโดย แนวโน้มของยอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เท่ากับหนึ่ง (1), ไม่เปลี่ยนแปลง ให้คะแนนเท่ากับศูนย์ (0) และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ให้คะแนนเท่ากับลบหนึ่ง (-1)

4. แนวโน้มของธุรกิจโดยรวม ใช้แบบสอบถามด้วยภาพของบรูเดอรัล เพรสเซนดอร์ฟ เฟอ์ และซิกเกลอร์ (1992)

5. การประเมินความสำเร็จโดยผู้อื่น โดยคำตอบเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) เรียงจากไม่ประสบความสำเร็จเลยจนถึงประสบความสำเร็จมาก โดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5

6. ความพึงพอใจในความสำเร็จเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยคำตอบเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) เรียงจากไม่ประสบความสำเร็จเลยจนถึงประสบความสำเร็จมาก โดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5

7. ความพึงพอใจในฐานะเจ้าของกิจการ โดยมีคำตอบเป็นรูปภาพหน้าคนทั้งหมด 7 รูป แปลงรหัสโดยให้คะแนนตั้งแต่ -3 ถึง 3

8. ความพึงพอใจในรายได้ โดยมีคำตอบเป็นรูปภาพหน้าคนทั้งหมด 7 รูป แปลงรหัสโดยให้คะแนนตั้งแต่ -3 ถึง 3

9. จำนวนพนักงานในปัจจุบัน โดยทำการแปลงรหัสข้อมูลจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เท่ากับหนึ่ง (1), ไม่เปลี่ยนแปลง เท่ากับศูนย์ (0) และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน เท่ากับลบหนึ่ง (-1)

10. การประเมินโดยผู้สัมภาษณ์ วัดได้จากแบบประเมิน โดยคำตอบเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scale) โดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5

เครื่องมือวัดแรงจูงใจในตนเอง

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้วัดแรงจูงใจในตนเอง เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินลักษณะแรงจูงใจใน 4 แบบ ของ ดร.เดวิด แมคคัสลินแลนด์ โดยใช้แบบสอบถามวัดแรงจูงใจในตนเองที่พัฒนาโดย ภวภัทร ภัทรหิรัญกนก (2548) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 41 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 39 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 2 ข้อ โดยคำตอบเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต มีอันตรภาค 5 ชั้น เรียงจากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด โดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 ในข้อคำถามทางบวก และให้คะแนนตั้งแต่ 5 ถึง 1 ในข้อคำถามทางลบ และนำค่าคะแนนที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัดค่าความเที่ยงแบบความคงเส้นคงวภายใน (Internal Consistency) ของแบบสอบถาม ซึ่งข้อคำถามประกอบด้วย

1. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Need for Power) จำนวน 10 ข้อ
2. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ผล (Need for Achievement) จำนวน 10 ข้อ
3. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Need for Affiliation) จำนวน 10 ข้อ
4. แรงจูงใจใฝ่รับผิดชอบ (Need for Moral Responsibility) จำนวน 11 ข้อ

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแรงจูงใจในตนเอง โดยการวัดความคงที่ภายในของแบบสอบถามทั้งหมด (Internal Consistency) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ที่ .869

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมืออีกครั้ง โดยทำการหาค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน (Intra Rater Reliability) สำหรับตัวแปรที่วัดโดยการประเมิน ได้แก่ กลยุทธ์ในการดำเนินงาน ประกอบด้วย การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ การแสวงหาโอกาส และการตั้งรับ ส่วนด้านภูมิความรู้ความชำนาญ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการบริหาร ความชำนาญในวิชาชีพ และด้านความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมินในการศึกษาครั้งนี้ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1
ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประเมิน
การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์	0.97
การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ	0.97
การแสวงหาโอกาส	0.97
การตั้งรับ	0.97
ประสบการณ์ในการบริหาร	0.95
ความชำนาญในวิชาชีพ	1.00
ความสำเร็จที่ประเมินโดยผู้สัมภาษณ์	0.91

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. ติดต่อขอความเห็นชอบจาก ดร.อุบลวรรณ ภวากานันท์ ในการนำแบบสัมภาษณ์ แบบประเมินผู้ถูกสัมภาษณ์ และแบบสอบถามของ ดร.ไมเคิล เฟรเซอร์ส มาใช้เพื่อการวิจัย
2. อบรมวิธีการสัมภาษณ์
3. ติดต่อขอนัดสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่าง
4. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พร้อมกับให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม
5. เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ทำการประเมินเรียบร้อยแล้ว ลงรหัสข้อมูลแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
6. นำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าฐานนิยม (Mode) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน (Test of Independence) ระหว่างเพศกับแรงจูงใจในตนเอง ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จของผู้ประกอบการ สถิติที่ใช้ คือ การทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square Test)
3. การหาความสัมพันธ์ สถิติที่ใช้ คือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product - Moment Correlation Coefficient)
4. การหาสมการทำนาย สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการวิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล