

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายการดำเนินงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างธุรกิจใหม่ของนักศึกษา โดยระเบียบวิธีการวิจัยจะประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กรอบตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยชิ้นนี้อยู่บนฐานของการวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นหลัก โดยที่ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต การเลือกนักศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีข้อดีหลายประการตามที่ Altinay et al. (2012, p.493) ได้ให้ทัศนะว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะทำให้นักวิจัยสามารถศึกษากระบวนการของความตั้งใจในตัวบุคคลได้ก่อนที่ปรากฏการณ์จริงจะเกิดขึ้น (นั่นคือการมีธุรกิจแล้ว) และกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความหลากหลายเกี่ยวกับเจตนาของการเป็นผู้ประกอบการ หรืออีกนัยหนึ่งคือบางคนมีความตั้งใจ ในขณะที่หลายคนอาจไม่ต้องการจะเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้ง ผู้วิจัยสามารถควบคุมปัจจัยที่มีผลต่อความคลาดเคลื่อนของผลลัพธ์ โดยเฉพาะในเรื่องระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมากมักจะมียุทธพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

ประชากร

ประชากรของการศึกษาได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยสวนดุสิต

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน (TARO YAMANE) ที่มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (.05) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ดังนี้

สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{15,005}{1+15,005(.05)^2}$$

$$n = 389.6138 \approx 390$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด
 e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ เป็นจำนวน 390 คน และเมื่อผู้วิจัยได้คำนวณหาอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คำนวณขนาดตัวอย่างคณะวิทยาการจัดการ และคณะอื่น ๆ จากสูตร

$$ni = n \frac{Ni}{N}$$

$$ni = 390 \frac{2,753}{15,005} = 71.554 \approx 72$$

เมื่อ n_i แทน ขนาดตัวอย่างที่ทำการสุ่มในแต่ละคณะ
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
 N_i แทน จำนวนประชากรของแต่ละคณะ
 N แทน จำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

จะได้ขนาดประชากรและขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำแนกตามคณะ

ลำดับที่	คณะ/โรงเรียน	จำนวน ประชากร (N=15,005)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (n=390)
1	คณะวิทยาการจัดการ	2,753	72
2	โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ	2,998	78
3	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2,494	65
4	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1,940	50
5	คณะพยาบาลศาสตร์	380	10
6	โรงเรียนการเรือน	2,362	61
7	คณะครุศาสตร์	2,078	54
รวม		15,005	390

ที่มา: สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน (ข้อมูลภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558)

ดังนั้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ ทำให้ได้ขนาดของตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้จำนวน 390 คน และทำการแจกแบบสอบถามนักศึกษาชั้นปีที่ 2- 4 เนื่องจากมีประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยมากกว่า 1 ปี จะทำให้ได้ผู้เรียนได้เรียนรู้วิชาที่มีความสัมพันธ์กับการทำธุรกิจ หรือมีทิศทางของอาชีพที่ชัดเจนมากขึ้นเมื่อเทียบกับผู้เรียนในชั้นปีที่ 1 ซึ่งส่วนใหญ่จะเรียนวิชาพื้นฐาน และยังต้องมีการปรับตัว ปรับแนวความคิดทางด้านอาชีพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยประยุกต์มาจากงานวิจัยในอดีตของ Solesvil et al. (2012) Yurtkoru et al. (2014) และ Mueller & Thomas (2001) โดยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. ตรวจสอบแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์เนื้อหา การเลือกใช้คำด้วยการวิเคราะห์ค่าคะแนนความเที่ยงตรงของเครื่องมือ หรือ IOC (Index of Item Objective Congruence)

สูตรการหาค่า IOC

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC	แทน ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์
$\sum R$	แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ
N	แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดีควรมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 เป็นต้นไป ซึ่งจากการหาค่า IOC ได้ค่าความเที่ยงตรงของทุกข้อมากกว่า 0.6

2. ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม คำนวณโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าดังนี้

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ลำดับ	ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
1	ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการหรือสร้างธุรกิจขึ้นใหม่	0.905
2	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการ	0.887
3	ทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ	0.810
4	การรับรู้ต่อการสนับสนุนจากสังคม	0.950
5	การรับรู้ถึงการสนับสนุนทางการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ	0.943
6	ความมีนวัตกรรมในตัวเอง	0.800
รวมทั้งฉบับ		0.950

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน จะมีการนำมาวิเคราะห์ดังนี้

- ข้อมูลส่วนแรกเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ข้อมูลส่วนที่สองเป็นข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างธุรกิจใหม่ซึ่งจะวัดระดับในรูปแบบของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดระดับของคะแนนไว้ 7 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
7	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความเห็นด้วยมากที่สุด
6	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความเห็นด้วยมาก
5	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความเห็นด้วย
4	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความเฉยๆ
3	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความไม่เห็นด้วย
2	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความไม่เห็นด้วยมาก
1	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อข้อความไม่เห็นด้วยมากที่สุด

การแปลผลแบบสอบถามของ มาตรฐานประมาณค่า 7 ระดับ ตามหลักเกณฑ์ของ Likert Scale จะคำนวณช่วงชั้นหรือพิสัยและแปลผลคะแนนเฉลี่ยจากเกณฑ์ต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{7} \\ &= \frac{(7 - 1)}{7} = 0.86 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.000 - 1.856	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่เห็นด้วยมากที่สุด
1.857 - 2.713	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่เห็นด้วยมาก
2.714 - 3.570	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่เห็นด้วย
3.571 - 4.427	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่เฉยๆ
4.428 - 5.284	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่ไม่เห็นด้วย
5.285 - 6.142	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่ไม่เห็นด้วยมาก
6.143 - 7.000	ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการสร้างธุรกิจใหม่ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ข้อมูลในส่วนที่ 2 จะใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการสร้างธุรกิจใหม่ของเพศที่ต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ Independent Samples t-test

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านต่าง ๆ และความตั้งใจในการสร้างธุรกิจใหม่ของคณะต่าง ๆ จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งจะมีขั้นตอนคือ

2.1 ทำการทดสอบ Test of Homogeneity of Variances เพื่อดูความแตกต่างของความแปรปรวนของตัวแปร หากตัวแปรตัวใดมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ($\text{sig} < 0.05$) จะใช้สถิติ Welch ในขั้นของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย แต่กรณีนี้ที่ตัวแปรมีความแปรปรวนเท่ากันก็จะใช้สถิติ F ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยแทน

2.2 เมื่อมีการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรและพบว่าตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญ ก็จะมีการทดสอบรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดมีความแตกต่างกันบ้าง วิธีการเลือกสถิติทดสอบรายคู่จะใช้สถิติใดจึงจะเหมาะสมให้พิจารณาจากความแปรปรวนที่ได้ทำการทดสอบไว้แล้ว ตัวแปรที่มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ให้เลือกใช้สถิติ Dunnett's T3 ส่วนตัวแปรที่มีความแปรปรวนเท่ากันให้เลือกใช้สถิติ Scheffe เป็นต้น

สูตร Welch Test

$$\text{สูตร } t = \frac{\bar{X}_1 + \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

$$\text{สูตร } v = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{s_1^4}{n_1^2 v_1} + \frac{s_2^4}{n_2^2 v_2}}$$

โดยที่ v : องศาความเป็นอิสระ t : ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาค่า t-test
 \bar{X} : ค่าเฉลี่ย S^2 : ความแปรปรวน n : ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สูตร การวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

โดยที่ \bar{d}_D คือ ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
 q_D คือ ค่าจากตาราง Critical Values of Dunnett test
 $MS_{S/A}$ คือ ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 S คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างธุรกิจใหม่จะใช้การวิเคราะห์พหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis)