

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

จากกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การวิจัยเรื่อง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยเลือกใช้แนวทางการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ และในบทนี้ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

2.1 ขั้นตอนการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources)

- 2.2 ขั้นตอนการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย
- 2.4 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 2.5 ขั้นตอนการสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย
- 2.6 ขั้นตอนการเผยแพร่ผลงานวิจัยเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อ

ผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) Creswell (2009) ผู้วิจัยได้ศึกษาใน 3 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนแรก ได้ศึกษากับผู้บริหารที่มีส่วนร่วมในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจSMEs ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยศึกษาถึงปัจจัยเหตุและผลที่สำคัญในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย เพื่อสร้างเป็นแนวคำถามในการสร้างแบบสอบถาม และส่วนที่สอง ศึกษากับผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup

ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามที่ได้โครงสร้างแบบสอบถามหรือแนวคำถามจากการศึกษาในส่วนที่หนึ่ง เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยซึ่งประกอบไปด้วย ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และความร่วมมือระหว่างองค์กร และในส่วนที่สามซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Interview) โดยศึกษาถึงเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขัน ในมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมาย ที่สำคัญยิ่งคือผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ทั้งในเชิงวิชาการและในเชิงวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย โดยการศึกษาถึงปัจจัยเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ที่มีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อเป็นการยืนยันกรอบแนวคิด โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยใช้ในการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นผู้ที่บริหารวางแผนหรือเป็นผู้รับผิดชอบในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีกระบวนการดำเนินการ 6 ขั้นตอนหลัก เพื่อศึกษาปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย อธิบายได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: ขั้นตอนการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัย และพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2: ขั้นตอนการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ คือ ผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ทั้งในเชิงวิชาการและในเชิงวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย โดยการศึกษาถึงปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศ

ไทย โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อเป็นการยืนยันกรอบแนวคิด โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ของตองโค (Tongco, 2007) ที่เป็นผู้บริหารหรือผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประโยชน์ของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP จำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีรายละเอียดดังปรากฏ ในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

ตำแหน่ง	ผู้ให้ข้อมูลหลัก(Key Informant)
1. ผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศักดิ์ดาเบญจรงค์ ชุมชนวัดบางกะพ้อม	คุณศักดิ์ดา เพชรดารากุล
2. ผู้ประกอบการ กลุ่มเยาวชนบ้านเบญจรงค์บางช้าง	คุณธนฉัตร โพธิ์อ่อง
3. พิพิธภัณฑสถานชุมชนจ้านงจันนารักษ์	คุณจารุณี สุขพรั่งพร้อม

ขั้นตอนที่ 3: ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในส่วนแรกกับผู้บริหารหรือผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาถึงปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup เพื่อสร้างเป็นแนวคำถามในการสร้างแบบสอบถามในเชิงปริมาณ ซึ่งการสร้างเครื่องมือการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสร้างข้อคำถามตามนิยามเชิงปฏิบัติการ พัฒนาเครื่องมือวัดและประเด็นคำถามที่ได้ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่ได้พัฒนาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup เพื่อตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหาของข้อคำถามที่ได้จากการแปลจากภาษาอังกฤษให้เป็นภาษาไทย เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่ผู้วิจัยนำมาจากรรณกรรมต่างประเทศ และผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่างที่เหมาะสมและอยู่ในบริบทเดียวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup ในประเทศไทย หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างดังกล่าวมาทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ข้อคำถาม ซึ่งแสดงตัวแปร วิธีการวัด มาตรวัดและแหล่งข้อมูลการพัฒนาคำถามของผู้วิจัยดังนี้

ตารางที่ 15 วิธีการวัด มาตรวัดและแหล่งข้อมูลการพัฒนาคำถามของผู้วิจัย

ตัวแปร	วิธีการวัด	มาตรวัด	จำนวนข้อคำถาม	แหล่งข้อมูลการพัฒนาคำถามของผู้วิจัย
ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)	5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ระดับความคิดเห็นมาก 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	อันตรภาค	15 ข้อ	(Porter, 1985, p. 3). (Kettunen, 2002; Lall, 2001) Zaridis, (2009)
ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability)	5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ระดับความคิดเห็นมาก 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	อันตรภาค	15 ข้อ	(Bridge and Peel, 1999; Bu'rc'a et al., 2005; Bruque and Moyano, 2007).
ความร่วมมือระหว่างองค์กร (Interorganizational Collaboration)	5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ระดับความคิดเห็นมาก 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	อันตรภาค	15 ข้อ	(Kayhan Tajeddini, Ulf Elg and Pervez N. Ghauri, 2015) (Un,Cuervo Cazorra, and Asakawa, 2010).

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ตัวแปร	วิธีการวัด	มาตรวัด	จำนวนข้อคำถาม	แหล่งข้อมูลการพัฒนาคำถามของผู้วิจัย
ผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STARTUP Firm Performance)	5 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ระดับความคิดเห็นมาก 3 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 = ระดับความคิดเห็นน้อย 1 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	อันตรภาค	15 ข้อ	(Baard and van den Berg, 2004; Molapo, 2007; white paper 1995; Storey, 1994)

แบบสอบถาม (Questionnaire)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) จำนวน 6 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ Startup

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup โดยมาตรวัดที่ใช้ในการวัดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) นั้น ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัย (Porter, 1985, p. 3; Kettunen, 2002; Lall, 2001; Zaridis, 2009) ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ คือ (5) หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด (4) หมายถึง เห็นด้วยมาก (3) หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (2) หมายถึง เห็นด้วยน้อย (1) หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด การวัดความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale จำนวน 15 ข้อคำถาม ตัวอย่างคำถาม เช่น ท่านเห็นว่าธุรกิจของท่านนำเสนอสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน เป็นต้น

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ (Bridge and Peel, 1999; Bu'rcá et al., 2005; Bruque and Moyano, 2007) โดยมาตรวัดที่ใช้เป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ คือ (5) หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด (4) หมายถึง เห็นด้วยมาก (3) หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (2) หมายถึง เห็นด้วยน้อย (1) หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด การวัดความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale จำนวน 15 ข้อ

คำถาม ตัวอย่างคำถาม เช่น ท่านเห็นว่าธุรกิจของท่านมีความสามารถในการพัฒนาเทคนิคการทำงานที่สูงขึ้น เป็นต้น

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างองค์กร (Interorganizational Collaboration) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ (Tajeddini, Elg and Ghauri, 2015) (Un, Cuervo Cazurra, and Asakawa, 2010) โดยมาตรวัดที่ใช้เป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ คือ (5) หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด (4) หมายถึง เห็นด้วยมาก (3) หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (2) หมายถึง เห็นด้วยน้อย (1) หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด การวัดความร่วมมือระหว่างองค์กร เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale จำนวน 15 ข้อคำถาม ตัวอย่างคำถาม เช่น ท่านเห็นว่า หน่วยงานของท่านมีความร่วมมือกับลูกค้าหรือซัพพลายเออร์หรือหน่วยงานภาครัฐหรือบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันกับท่านในการพัฒนาองค์กรร่วมกัน เป็นต้น

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STARTUP Firm Performance) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ (Baard and van den Berg, 2004; Molapo, 2007; white paper 1995; Storey, 1994) โดยมาตรวัดที่ใช้เป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ คือ (5) หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด (4) หมายถึง เห็นด้วยมาก (3) หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (2) หมายถึง เห็นด้วยน้อย (1) หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด การวัดผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale จำนวน 15 ข้อคำถาม ตัวอย่างคำถาม เช่น ท่านเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีการปรับตัวที่เพิ่มขึ้นของรายได้และกำไรสุทธิ เป็นต้น

ผู้วิจัยใช้การแปลความของค่าเฉลี่ยเป็นแบบแบ่งช่วงการแปลความตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้เกณฑ์ในการประเมินผลของวิจิต คู่อัน (2557) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ดังนี้

1. การทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity)

(1) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) Thompson (2004) เพื่อต้องการพิสูจน์และตรวจสอบความเหมาะสม ความถูกต้องขององค์ประกอบปัจจัยเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup คือ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability) ความร่วมมือระหว่างองค์กร (Interorganizational Collaboration) ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup ในประเทศไทย

(2) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) Kimberlin and Winetrstein (2008) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการ ดังนี้

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

เมื่อ

IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R = คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คำถามแต่ละข้อ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ ดังนี้
+1 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือ
นิยามปฏิบัติการ

-1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือ
นิยามปฏิบัติการ

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการ
วิจัยหรือนิยามปฏิบัติการเกณฑ์การแปลความหมาย
มีดังนี้

ค่า $IOC \geq .50$ หมายความว่า คำถามตรง
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า $IOC < .50$ หมายความว่า คำถามไม่ตรง
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

สำหรับการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมศรี อัสวศรีพงษ์ธร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระดับ 8 คนบดี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วุฒิกการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยจันทรเกษม

2. อาจารย์ ดร.สุรางค์รัตน์ แสงศรี

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร วุฒิกการศึกษา ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Mini Master Management Program หลักสูตรการพัฒนาการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ปริญญาเอก บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

3. ดร.อนุพงษ์ แต่ศิลป์สาธิต

การศึกษา ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ สาขาวิชาการตลาด พ.ศ. 2531 ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม สาขาการจัดการการกีฬา พ.ศ. 2550 ปริญญาเอก บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม สาขาวิชาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง พ.ศ. 2555

4. ดร.วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์

ปริญญาตรี ศึกษาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2528 Mini MBA (Sports Management) มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ. 2542 ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม พ.ศ. 2549 ประกาศนียบัตรผู้บริหารการกีฬานานาชาติ United States Sports Academy พ.ศ. 2552 ประกาศนียบัตรผู้บริหารการกีฬานานาชาติ World Sport Academy, Manchester, United Kingdom พ.ศ. 2554 ปริญญาเอก บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม พ.ศ. 2554

5. รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระวัช

อาจารย์ประจำและเลขานุการหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม วุฒิมหาวิทยาลัย ครุศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต (การวัดและประเมินผลการศึกษา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ University of Newcastle upon Tyne, UK และ Cert. (Multilevel Modeling), University of East Anglia, England

ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสม และความชัดเจนของการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีตั้งแต่ 70% ขึ้นไป หรือมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.70–1.00 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ($IOC \geq 0.50$) แสดงว่า ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และมีความเหมาะสม มีความชัดเจนของภาษา และครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขคำถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ เช่น ปรับเรียงข้อคำถามตามลำดับความสำคัญ การแก้ไขประเด็นคำถามให้มีความชัดเจน การแก้ไขภาษาที่ไม่เป็นทางการให้เป็นทางการ การตัดคำในประเด็นคำถามที่ไม่จำเป็นออกซึ่งได้ข้อคำถามจำนวน 65 ข้อ

2. การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยทำการวัดค่าความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ครอนบาค (Cronbach, 1990, p. 204) ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_x^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลจากการตรวจสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามพบว่า ข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้ และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามสามารถ แสดงความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัยได้

ตารางที่ 16 ความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิด/ทฤษฎี	ตัวแปร	จำนวน คำถาม	Cronbach's Alpha Coefficient
1. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)	1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	5	0.78
	2. การสร้างความแตกต่าง	5	0.70
	3. การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม	5	0.83
	รวม	15	0.77
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability)	1. การเรียนรู้	5	0.80
	2. การสื่อสาร	5	0.70
	3. การสนับสนุนการปฏิบัติการ	5	0.81
	รวม	15	0.77
3. ความร่วมมือระหว่างองค์กร (Interorganizational Collaboration)	1. การขายและการตลาด	5	0.70
	2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	5	0.81
	3. การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้	5	0.80
	รวม	15	0.77
4. ผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STARTUP Firm Performance)	1. ผลตอบแทนด้านการเงิน	5	0.83
	2. ผลตอบแทนด้านลูกค้า	5	0.70
	3. ผลตอบแทนด้านกระบวนการภายใน	5	0.76
	4. ผลตอบแทนด้านการเรียนรู้และพัฒนา	5	0.81
	รวม	20	0.78

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ (Internal Consistency Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาต่ำสุด คือ 0.70 และตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาสูงสุด คือ 0.87 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 13 ตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.70 - 0.87 ซึ่งยอมรับได้ ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์การทดสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังนั้น ตัวแปรสังเกตได้จึงมีความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เหมาะสมกับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามการวิจัยได้

ขั้นตอนที่ 4: ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัยและนำมาใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ (Interview Questionnaire) กับผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย หรือผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการแข่งขันของ Startup ได้แก่ รองผู้จัดการฝ่ายการตลาด ชุมชนศักดาเบญจรงค์ ชุมชนวัดบางกะพ้อม ผู้จัดการด้านกลุ่มเยาวชน บ้านเบญจรงค์บางช้าง จำกัด เนื่องจากผู้บริหารหรือผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดความสำเร็จในการแข่งขันของ Startup เป็นบุคคลที่เหมาะสมที่สุดในการให้ข้อมูล รวมถึงเป็นบุคคลที่รู้รายละเอียดของข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับประสิทธิภาพการสอบบัญชีมากที่สุด หลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม กับผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 8 ภาค ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของไฟว์เลอร์ จูเนียร์ (Fowler Jr., 2013) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup ที่มีต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 8 ภาค จำนวน 420 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แนชเมียมส์ (Nachmias, 1993, p. 177-185) โดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดย

ชั้นที่ 1 จำแนกผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย ที่เปิดเผยข้อมูลกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามภูมิภาค (cluster) แกล บรอกและแกล (Gall, Brog and Gall, 1996, p. 227) แบ่งได้ทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 934 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตปริมณฑล จำนวน 262 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคกลาง จำนวน 31 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันตก จำนวน 7 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออก จำนวน 41 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 23 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ จำนวน 44 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคใต้ จำนวน 42 ตัวอย่าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) ดังมีรายละเอียดดังนี้

(1) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 50 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตหนองจอก เขตบางรัก เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระโขนง เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตยานนาวา เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขตธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ เขตห้วยขวาง เขตคลองสาน เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางขุนเทียน เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตราชบุรีบูรณะ เขตบางพลัด เขตดินแดง เขตบึงกุ่ม เขตสาทร เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตประเวศ เขตคลองเตย เขตสวนหลวง เขตจอมทอง เขตดอนเมือง เขตราชเทวี เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา เขตบางแค เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตคลองสามวา เขตบางนา เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ และเขตบางบอน จำนวน 934 ตัวอย่าง

(2) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตปริมณฑล ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 262 ตัวอย่าง

(3) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคกลาง ประกอบด้วย 16 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดอ่างทอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดชัยนาท จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดลพบุรี จังหวัดนครนายก จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสระบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 31 ตัวอย่าง

(4) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันตก ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดตาก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดราชบุรี จำนวน 7 ตัวอย่าง

(5) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออก ประกอบด้วย 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดระยอง จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว จำนวน 41 ตัวอย่าง

(6) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 20 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดสกลนคร จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดนครพนม จังหวัดเลย จังหวัดยโสธร จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดมุกดาหาร จำนวน 23 ตัวอย่าง

(7) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ ประกอบด้วย 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 44 ตัวอย่าง

(8) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคใต้ ประกอบด้วย 14 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชุมพร จังหวัดกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดพังงา จังหวัดพัทลุง จังหวัดภูเก็ต จังหวัดระนอง จังหวัดสตูล จังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดตรัง และจังหวัดยะลา จำนวน 42 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 2 การจัดสรรขนาดของตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) (Chen, Tse, and Yu, 2001) เป็นการเลือกจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ที่เปิดเผยข้อมูลกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

ตารางที่ 17 จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ที่เปิดเผยข้อมูลกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค

ผู้ประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย (ที่เปิดเผยข้อมูล) 8 เขต	จำนวน ประชากร	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง	ร้อยละ
(1) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร	934	284	67.62
(2) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตปริมณฑล	262	80	19.05
(3) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคกลาง	31	9	2.14
(4) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันตก	7	2	0.48
(5) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออก	41	12	2.86
(6) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	23	7	1.67
(7) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ	44	13	3.09
(8) กลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคใต้	42	13	3.09
รวม	1,384	420	100

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 2 โดยใช้ตารางเลขสุ่มของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) กับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาที่เป็นผู้ประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ที่เปิดเผยข้อมูลกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 300 ตัวอย่าง และเพื่อเป็นการสำรองเพิ่มสัดส่วนหรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้ทำการบวกเพิ่มประมาณอัตราการตอบกลับ (0.4) ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น จึงสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นมีจำนวนเท่ากับ 420 ตัวอย่าง $[(300 \times 0.4) + 300]$ (Kaplowitz, Hadlock, and Levine, 2004) โดยกลุ่มตัวอย่างแบ่งได้ทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 284 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตปริมณฑล จำนวน 80 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคกลางจำนวน 9 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันตก จำนวน 2 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออก จำนวน 12 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 7 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ จำนวน 13 ตัวอย่าง ผู้ประกอบการในเขตภาคใต้

จำนวน 13 ตัวอย่าง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) สำหรับขั้นตอนของการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีหนังสือนำเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม พร้อมกับหนังสือแนะนำตัวของผู้วิจัย แบบสอบถามและคำอธิบายเกี่ยวกับการกรอกแบบสอบถาม ของจดหมายเจ้าหน้าที่ของส่งถึงผู้วิจัย พร้อมติดตราไปรษณียากรเพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งแบบสอบถามกลับคืน ซึ่งสอดคล้องกับ Dillman (2000)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดสถิติที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีเนื้อหา 4 ส่วน ดังนี้

1. สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อการอธิบาย บรรยายถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ ตามปัจจัยด้านคุณลักษณะของกลุ่ม โดยกำหนดการวัดเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ตัวแปร เพื่อนำมาใช้ในการอธิบาย บรรยายถึงลักษณะการแจกแจง และการกระจายของตัวแปรสังเกตได้ โดยกำหนดการวัดเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 20 รวมถึงการทดสอบสมมติฐานความเบ้และความโด่งว่าแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ ด้วยสถิติทดสอบ Z (Z-test) โดยถ้าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติ SK จะเท่ากับ 0 ($SK = 0$) แสดงว่า ตัวแปรที่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ถ้าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงโค้งในลักษณะเบ้ซ้าย SK จะมีค่าเป็นลบ ($SK < 0$) หรือข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่จะมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูง และถ้าตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงโค้งในลักษณะเบ้ขวา SK จะมีค่าเป็นบวก ($SK > 0$) หรือข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่จะมีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำ และโค้งการแจกแจงปกติจะมีค่า $KU = 3$ แสดงว่าโค้งแจกแจงปกติแบบ Mesokurtic หรือโค้งการแจกแจงความถี่มีขนาดความสูงปานกลาง ถ้า $KU > 3$ แสดงว่าโค้งแจกแจงแบบ Leptokurtic หรือโค้งการแจกแจงความถี่มีขนาดสูงโด่ง ถ้า $KU < 3$ แสดงว่าโค้งแจกแจงแบบ Platykurtic หรือโค้งการแจกแจงมีขนาดเตี้ยแบน

2. สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) ซึ่งทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ (ทางบวกหรือทางลบ) ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับใด เพื่อใช้เป็น

ข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup ในประเทศไทย โดยเกณฑ์การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่ถ้าหากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงเกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับของความสัมพันธ์
$r > 0.8$	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
$0.6 < r < 0.8$	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
$0.4 < r < 0.6$	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
$0.2 < r < 0.4$	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
$r < 0.2$	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

โดยเครื่องหมาย +, - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ โดยที่

r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าสูงตามไปด้วย)

r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

3. สถิติการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง

ผู้วิจัยพิจารณาความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability : ρ_c) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted : ρ_v) โดยการใช้สูตรของ Diamantopoulos and Siguaw (2013) ดังนี้

ความเที่ยงของตัวแปรแฝง หรือ Composite Reliability

$$\rho_c = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma(\theta)}$$

λ คือ นำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

θ คือ ความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Σ คือ ผลรวม

ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงควรมีค่ามากกว่า 0.60 ตามเกณฑ์ที่ Diamantopoulos and Siguaw ได้กำหนดไว้

ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกลบได้

$$\rho_v = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma(\theta)}$$

ค่า ρ_v เป็นค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกตได้ซึ่งมีค่าเทียบเท่ากับค่าไอเกน (Eigen values) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ควรมีค่ามากกว่า 0.5 ตามเกณฑ์ที่ Diamantopoulos and Siguaw ได้กำหนดไว้ (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 อ้างใน สุขมาศ อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2554)

4. สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผู้วิจัยนำข้อมูลข้างต้นมาใช้เพื่อวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) หาความสัมพันธ์ปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup ในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย กำหนดให้เป็นโมเดลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม LISREL for Windows version 8.80 และตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยใช้ดัชนีในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งประกอบด้วย ดัชนีค่า Chi-Square, χ^2/df , CFI, GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 19 ดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์		อ้างอิง
(χ^2 -test)	ไม่มีนัยสำคัญ ($p > 0.05$)		ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2000 : 83)
(χ^2/df)	< 2.00	สอดคล้องกลมกลืนดี	บอลลเลน (Bollen, 1989 : 278)
	2.00 - 5.00	สอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้	ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 98)
CFI (Comparative Fit Index)	≥ 0.95	สอดคล้องกลมกลืนดี	แคปแลน (Kaplan, 2000 : 110)
	0.90 - 0.95	สอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้	ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 88)
GFI (Goodness of Fit Index)	≥ 0.95	สอดคล้องกลมกลืนดี	ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 87)
	0.90 - 0.95	สอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้	ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 87)
AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	≥ 0.95	สอดคล้องกลมกลืนดี	ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 87)
	0.90 - 0.95	สอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้	ไดแมนโทปัวลอสและ ชิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 87)

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์		อ้างอิง
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	< 0.05	สอดคล้องกลมกลืนดี	ไดแมนโทปัวลอสและซิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 85)
	0.05 - 0.08	สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้	ไดแมนโทปัวลอสและซิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 85)
	0.08 - 0.10	สอดคล้องกลมกลืนไม่ค่อยดี	ไดแมนโทปัวลอสและซิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 85)
	> 0.10	สอดคล้องกลมกลืนไม่ดี	ไดแมนโทปัวลอสและซิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 85)
SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)	< 0.05		ไดแมนโทปัวลอสและซิกกัว (Diamantopoulos and Siguaw, 2013 : 88)
	< 0.08		ฮูและเบนท์เลอร์ (Hu and Bentler, 1999)

การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

(1) ค่า Chi-Square (χ^2 -test) ค่าไค-สแควร์ เป็นค่าสถิติทดสอบที่ใช้ในการทดสอบว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์จริงตามสมมุติฐาน และตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยถ้าค่าไค-สแควร์มีนัยสำคัญแสดงว่าโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่สอดคล้องกลมกลืนกัน

(2) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) การพิจารณาค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ควรมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

(3) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index : CFI) การพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ CFI ที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

(4) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ที่นิยมใช้และผู้วิจัยนำมาใช้ในการพิจารณา 2 ดัชนี คือ ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดล และดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระ โดยทั่วไปค่า GFI และค่า AGFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งค่า GFI และค่า AGFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90

(5) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยค่า RMSEA ที่ดีมากควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าระหว่าง 0.05 ถึง 0.08 หมายถึงโมเดลค่อนข้างสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าระหว่าง 0.08 ถึง 1.00 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เล็กน้อย และค่าที่มากกว่า 0.10 แสดงว่าโมเดลยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

(6) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน โดยดัชนีที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการพิจารณา คือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR) เป็นค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standardized Residual) ซึ่งเป็นค่าความคลาดเคลื่อนหารด้วยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Estimated Standard Error) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงจะสรุปได้ว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ถ้าโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกัน ผู้วิจัยจะต้องปรับโมเดล แล้วดำเนินการใหม่จนกว่าโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะสอดคล้องกลมกลืนกัน

ขั้นตอนที่ 5: ขั้นตอนการสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้จัดทำกรสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้บริหารหรือผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันของ Startup ในประเทศไทย ที่เปิดเผยข้อมูลกับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) จำนวน 8 กลุ่ม กลุ่มๆ ละ 2 คน เพื่อยืนยันผลการวิจัย โดยใช้เวลาสนทนากลุ่มละประมาณ 1 ชั่วโมง เพื่อให้

ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น โดยทำการบันทึกการสนทนาในกระดาษและเครื่องบันทึกเสียง โดยก่อนจบการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัย และผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มได้มีการกล่าวสรุปสิ่งที่ได้จากการสนทนาคร่าวๆ และกล่าวขอบคุณผู้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้วิจัย โดยหลังการสนทนากลุ่มถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำต่อคำออกเป็นบทสนทนาที่เป็นตัวอักษรด้วยตนเอง จัดข้อความที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ดังปรากฏในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 การสนทนากลุ่มย่อยจำแนกตามเขตพื้นที่ (Focus Group)

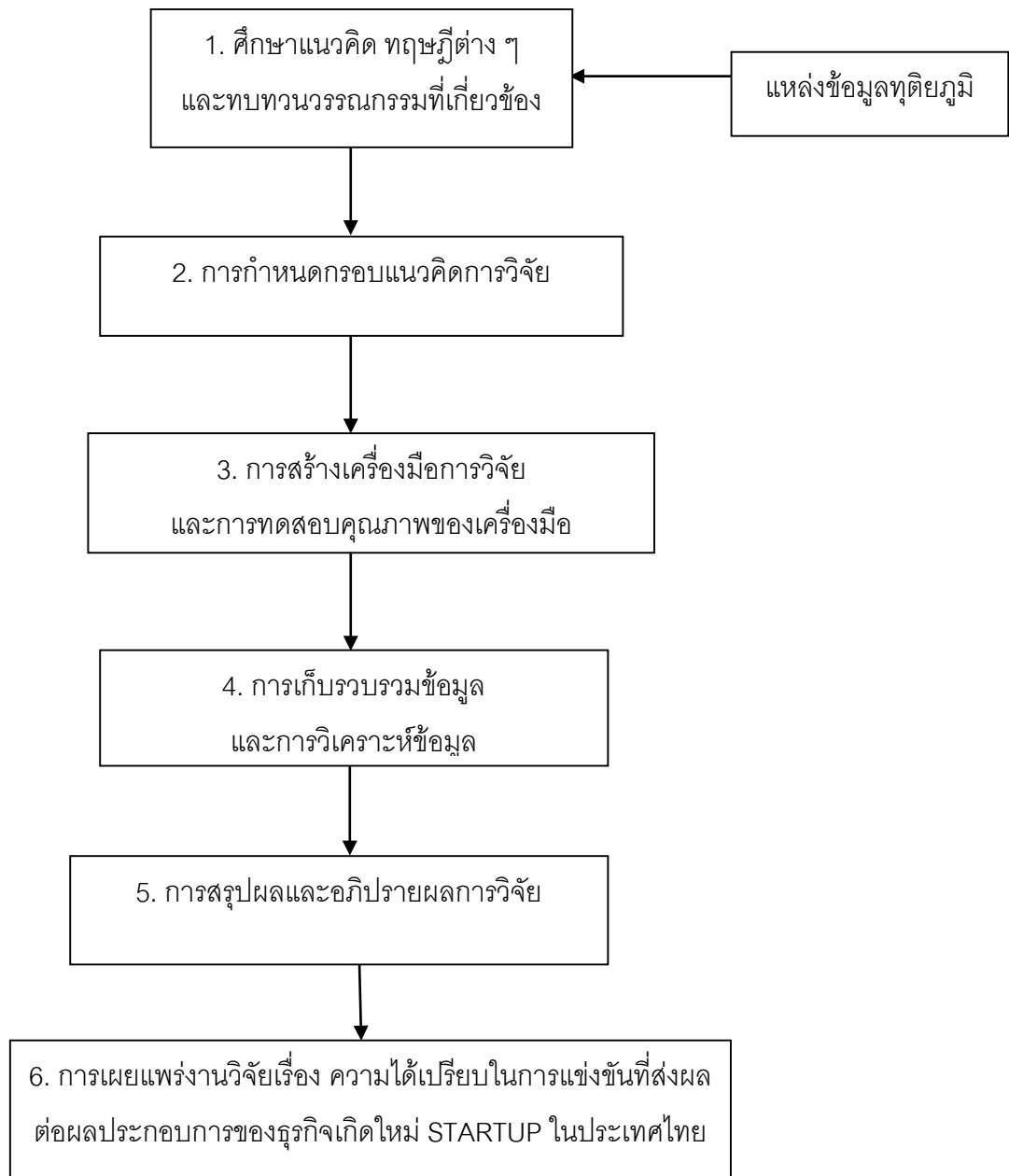
ผู้ประกอบการของ Startup จำแนกตามเขต	จำนวน
1. ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1
2. ผู้ประกอบการในเขตปริมณฑล	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1
3. ผู้ประกอบการในเขตภาคกลาง	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1
4. ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันตก	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1
5. ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออก	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1
6. ผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1
7. ผู้ประกอบการในเขตภาคเหนือ	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ผู้ประกอบการของ Startup จำแนกตามเขต	จำนวน
8. ผู้ประกอบการในเขตภาคใต้	
ตัวแทนผู้บริหารฯ	1
ตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1

ขั้นตอนที่ 6: ขั้นตอนการเผยแพร่ผลงานวิจัยเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้รับการตอบรับการนำผลงานวิจัย เรื่อง เรื่อง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ให้นำลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร International Journal of International Studies ซึ่งอยู่ในฐานข้อมูล SCOPUS เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่บทความทางวิชาการในระดับนานาชาติและให้ผู้เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป



ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

