

บทที่ 3

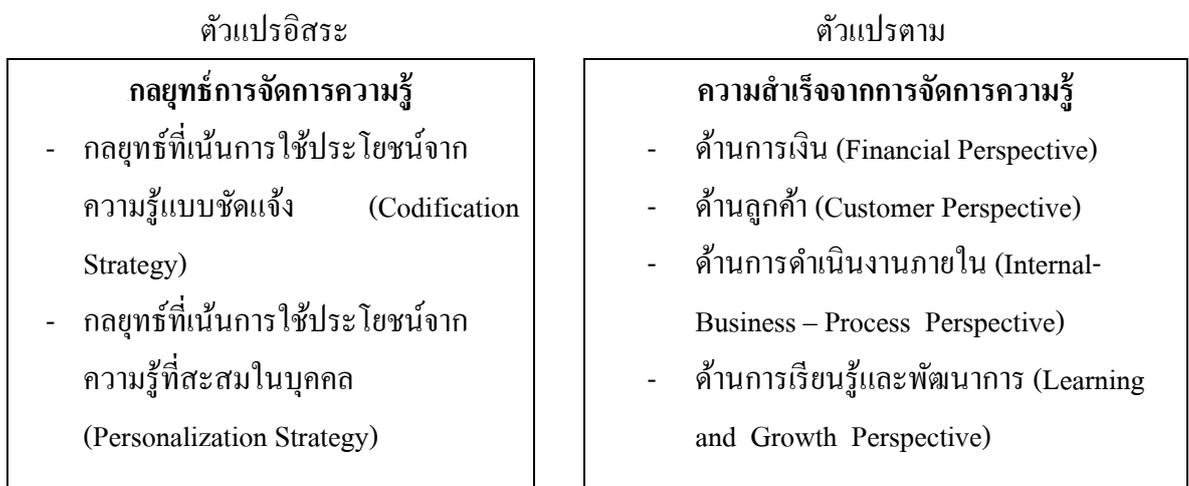
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการความรู้ของบริษัทเงินที่มาลงทุนประเทศไทยด้านการผลิต” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.2 สมมติฐานของการวิจัย
- 3.3 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 สามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้ภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 สมมติฐานของการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำมากำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยเพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินการวิจัย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน ลูกค้า การดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ

สมมติฐานที่ 1.1 (H1) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน

สมมติฐานที่ 1.2 (H2) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้า

สมมติฐานที่ 1.3 (H3) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการดำเนินงานภายใน

สมมติฐานที่ 1.4 (H4) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน ลูกค้า การดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ

สมมติฐานที่ 2.1 (H1) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน

สมมติฐานที่ 2.2 (H2) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้า

สมมติฐานที่ 2.3 (H3) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการดำเนินงานภายใน

สมมติฐานที่ 2.4 (H4) กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ

3.3 ประชากรและตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทเงินที่มำลงทุนในประเทศไทยด้านการผลิต 2 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 29 บริษัทและ

อุตสาหกรรมเคมียางพลาสติก จำนวน 68 บริษัท รวมเป็นจำนวน 97 บริษัททั่วประเทศ (ข้อมูลจาก www.udnbkk.com) โดยผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) คือ ผู้บริหารบริษัทประกอบด้วย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ เป็นต้น

3.3.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่าง (n) ที่ทำให้ความคลาดเคลื่อนของการประมาณสัดส่วนในประชากรมีค่าไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดให้สัดส่วนบริษัทที่ให้ความสำคัญของกลยุทธ์การจัดการความรู้ (p^*) มีค่าประมาณ 50% หรือ 0.5 ดังนั้นเมื่อทำการสุ่มแบบไม่ใส่คืน (Without Replacement) ได้ขนาดตัวอย่างเป็น

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 N p^* (1 - p^*)}{(N-1) E^2 + z_{\alpha/2}^2 p^* (1 - p^*)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (97)(0.5)(0.5)}{(96)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)}$$

$$n \approx 78$$

ฉะนั้น ควรสุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 78 บริษัท

3.3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) และสุ่มบริษัทในแต่ละชั้นภูมิด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างไปตามชั้นภูมิแบบกำหนดสัดส่วน (Proportional Allocation) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การสุ่มตัวอย่าง

| อุตสาหกรรม | ขนาดประชากร | ขนาดตัวอย่าง |
|--|-------------|--------------|
| อุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ | 29 | 23 |
| อุตสาหกรรมเคมียางพลาสติก | 68 | 55 |
| รวม | 97 | 78 |

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการชาวจีนเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการความรู้ของบริษัทจีน

ที่มาลงทุนประเทศไทยด้านการผลิตโดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ทบทวนตำราเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาร่างเป็นแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือและได้ปรับปรุงแก้ไขสำนวนคำชี้แจงต่างๆ ในแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้ประกอบการเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยด้านการผลิต เพื่อตรวจสอบความเข้าใจเรื่องการใช้ภาษาจำนวน2ท่านคือCHEN CHENG NAN (General Manager, SIAM PACIFIC ELECTRIC WIRE& CABLE CO.,LTD. อุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์) และ STEPHENCHEN (GeneralManager, Q-BEST ENTERPRISE CO.,LTD.อุตสาหกรรมเคมียางพลาสติก)
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยด้านการผลิต
5. เมื่อผ่านการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาในการแปลแบบสอบถามระหว่างภาษาไทยและภาษาจีนแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำ Pre-test เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยพิจารณาความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ (Internal Consistency) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในข้อคำถามของตัวแปรที่เป็นการวัดแบบสเกลรวม (Summed Scale) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 0.81-0.87 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ตารางที่ 3.2 การหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

| ตัวแปร | Cronbach's Alpha Coefficient |
|--|------------------------------|
| กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน | 0.811 |
| กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคล | 0.840 |
| ความสำเร็จในด้านการเงิน | 0.875 |
| ความสำเร็จในด้านลูกค้า | 0.852 |
| ความสำเร็จในด้านการดำเนินงานภายใน | 0.856 |
| ความสำเร็จในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ | 0.872 |

3.4.2 แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการจีนเป็นแบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 สอบถามถึงกลยุทธ์การจัดการความรู้ของบริษัทจีนที่มาลงทุนด้านการผลิตของประเทศไทยจำนวน 10 ข้อดังนี้

1. กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน (Codification Strategy) 5 ข้อ

2. กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคล (Personalization Strategy) 5 ข้อ

การให้คะแนนความคิดเห็น (Likert Scale) โดยกำหนดคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด = 5 คะแนน

เห็นด้วยมาก = 4 คะแนน

ไม่แน่ใจ = 3 คะแนน

เห็นด้วยน้อย = 2 คะแนน

เห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 คะแนน

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและสรุปผลช่วงการวัดความคิดเห็นดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{กำหนดความกว้างของแต่ละอันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับภาคชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

| คะแนน | ระดับการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ |
|-----------|------------------------------------|
| 4.21-5.00 | มากที่สุด |
| 3.41-4.20 | มาก |
| 2.61-3.40 | ปานกลาง |
| 1.81-2.60 | น้อย |
| 1.00-1.80 | น้อยที่สุด |

ส่วนที่3 สอบถามความสำเร็จของการจัดการความรู้รวมทั้งสิ้น 13 ข้อ

1. ด้านการเงิน 2 ข้อ
2. ด้านลูกค้า 4 ข้อ
3. ด้านการดำเนินงานภายใน 4 ข้อ
4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ 3 ข้อ

การให้คะแนนความสำเร็จ (Likert Scale) โดยกำหนดคะแนนของแต่ละระดับความสำเร็จของการจัดการความรู้ดังนี้

| | | | |
|---|---|---|-------|
| เพิ่มขึ้นมากหลังจากมีการใช้การจัดการความรู้ | = | 5 | คะแนน |
| เพิ่มขึ้นหลังจากมีการใช้การจัดการความรู้ | = | 4 | คะแนน |
| เท่าเดิม | = | 3 | คะแนน |
| ลดลงหลังจากมีการใช้การจัดการความรู้ | = | 2 | คะแนน |
| ลดลงหลังมากจากมีการใช้การจัดการความรู้ | = | 1 | คะแนน |

คะแนนที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ยและสรุปผลช่วงการวัดความคิดเห็นดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{กำหนดความกว้างของแต่ละอันดับคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

| คะแนน | ระดับความสำเร็จจากการจัดการความรู้ |
|-----------|------------------------------------|
| 4.21-5.00 | มากที่สุด |
| 3.41-4.20 | มาก |
| 2.61-3.40 | ปานกลาง |
| 1.81-2.60 | น้อย |
| 1.00-1.80 | น้อยที่สุด |

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามใน web “wenjuanxing”
2. ส่ง e-mail link แบบสอบถามไปยังบริษัทที่เป็นตัวอย่างเพื่อให้ตอบกลับมาทาง website

3. ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้คืนมาเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อศึกษาคุณลักษณะของข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การประมาณค่า ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ด้วย สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) โดยมีเกณฑ์การแปลระดับดังนี้

| ค่า r | ระดับความสัมพันธ์ |
|-------------|-----------------------------|
| 0.81 - 1.00 | มากที่สุด |
| 0.61 - 0.80 | มาก |
| 0.41 - 0.60 | ปานกลาง |
| 0.21 - 0.40 | น้อย |
| 0.00 - 0.20 | ไม่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด |