

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า การนำพันธมิตรทางกลยุทธ์เข้ามาประยุกต์เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้แต่ละองค์กรนำแนวความคิดในความร่วมมือกันระหว่างองค์กรไปใช้ เพื่อสร้างผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กร การศึกษาพันธมิตรทางกลยุทธ์ของกลุ่มอุตสาหกรรมในการบริการนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ โดยที่ผสมผสานการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับการเก็บข้อมูลทุติยภูมิแล้วนำมายืนยันกัน การวิจัยเชิงสำรวจ จะเก็บข้อมูลทั้งในลักษณะเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ คือ จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยในแบบสอบถามจะมีคำถามปลายเปิดในเรื่องต่าง ๆ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้การวิจัยเชิงสำรวจยังเป็นไปในลักษณะเชิงปริมาณอีกด้วย ส่วนการเก็บข้อมูลทุติยภูมิหรือเชิงประจักษ์ (Empirical) จะนำตัวเลขผลการดำเนินงานที่เปิดเผยต่อสาธารณชนเข้ามาวิเคราะห์ ซึ่งรวมถึงยอดขาย ต้นทุน กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ เป็นต้น

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรทางกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของกลุ่มอุตสาหกรรมในการให้บริการ จะศึกษาจากธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 73 บริษัท ซึ่งมีจำนวนไม่มากจึงใช้ประชากรทุกหน่วยในการทำวิจัย ธุรกิจการให้บริการได้แบ่งแยกออกเป็นหลายกลุ่มดังตารางที่ 3.1 ซึ่งแยกกลุ่มตามลักษณะการดำเนินงาน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอุตสาหกรรมในการให้บริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ตารางรายชื่อกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ	จำนวน
พาณิชย์ (Commerce)	15
บันเทิงและสันทนาการ (Entertainment and Recreation)	13
การแพทย์ (Health Care Services)	12
โรงแรมและบริการท่องเที่ยว (Hotels and Travel Service)	10
การพิมพ์และสิ่งพิมพ์ (Printing and Publishing)	8
บริการเฉพาะกิจ (Professional Services)	2
ขนส่ง (Transportation)	8
คลังสินค้าและไซโล (Warehouse and Silo)	5
รวม	73

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลด้านพันธมิตรทางกลยุทธ์มีความซับซ้อนในการเก็บข้อมูลอย่างมาก และองค์กรในประเทศไทยก็ไม่ได้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวในรายงาน ที่จะทำให้การเก็บข้อมูลเชิงสังเกตจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องใช้ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นหลัก สำหรับข้อมูลผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน เช่น ตัวเลขยอดขาย ต้นทุน กำไรสุทธิและอัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ จะเก็บข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิหรือเชิงประจักษ์ ควบคู่กันไป

ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิหรือการเก็บข้อมูลเชิงสังเกต จะเก็บข้อมูลจากงบการเงินของบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมในการให้บริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี 2542 – 2546 (ภาคผนวก ข.) โดยจะนำตัวเลขในงบการเงินดังกล่าวทั้ง 5 ปี ของแต่ละบริษัท มาพิจารณาควบคู่กับข้อมูลการทำพันธมิตรของแต่ละบริษัทในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อดูแนวโน้มของตัวเลขผลการดำเนินงานทางการเงิน ว่าเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไรและสอดคล้องกับการร่วมเป็นพันธมิตรกับธุรกิจอื่นหรือไม่

สำหรับข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บข้อมูลจากบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมในการให้บริการทั้ง 73 บริษัทนั้น ผู้วิจัยทำการศึกษานำร่อง (Pilot Study) โดยเลือกกลุ่มอุตสาหกรรมในการให้บริการในส่วนของบริษัทบันเทิงและสันทนาการ ซึ่งมีทั้งสิ้นจำนวน 13 บริษัท เพื่อศึกษาข้อมูลในด้านต่าง ๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาปรับปรุงแบบสอบถามในการวิจัยให้เหมาะสมแล้วส่งแบบสอบถามกลับไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้ง 73 บริษัทอีกครั้ง เนื่องจากกลุ่มประชากรในการศึกษา

ครั้งนี้มีจำนวนไม่มากนัก จึงส่งแบบสอบถามกลับไปยังประชากรทุกหน่วยรวมถึงประชากรที่ได้ทำการศึกษานำร่องไปแล้วด้วย

ผลจากการศึกษานำร่องกับบริษัทในส่วนของธุรกิจบันเทิงและสันตนาการจำนวน 13 บริษัทนั้น ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้พร้อมทั้งขอสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง แต่จากการไปเก็บข้อมูล บริษัทส่วนใหญ่จะตอบเพียงแค่แบบสอบถามเท่านั้น โดยไม่อนุญาตให้ทำการสัมภาษณ์ใด ๆ เลย ส่วนแบบสอบถามที่สามารถเก็บมาได้นั้น มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.2 รายละเอียดการตอบกลับแบบสอบถามจากการศึกษานำร่อง

แบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
สมบูรณ์	5	38.46
ไม่สมบูรณ์	3	23.08
ไม่ตอบกลับ	5	38.46
รวม	13	100

โดยรายชื่อของทั้ง 3 บริษัทที่ตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ได้แก่

1. บริษัท ไอทีวี จำกัด(มหาชน)
2. บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด(มหาชน)
3. บริษัท ทราฟฟิคคอร์เนอร์โฮลดิ้งส์ จำกัด(มหาชน)

โดยลักษณะของแบบสอบถามที่ตอบไม่สมบูรณ์เนื่องมาจาก คำถามในส่วนที่ 3 ของแบบสอบถามที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินจากการร่วมเป็นพันธมิตร ที่ให้บริษัทกรอกข้อมูลความเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาปี 2542 – 2546 ของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงของยอดขายสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ กำไรสุทธิและอัตราผลตอบแทนจากการให้สินทรัพย์ ซึ่งทั้ง 3 บริษัทไม่สามารถตอบได้ เนื่องจากทั้ง 3 บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เพียง 1 - 3 ปีเท่านั้น ส่วนเหตุผลอื่น ๆ นั้น คือ หัวหน้าฝ่ายไม่อนุญาตให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นสาเหตุให้คำถามในส่วนนี้ไม่ได้รับคำตอบ เป็นผลให้แบบสอบถามของทั้ง 3 บริษัทไม่สมบูรณ์ ส่วนคำถามในส่วนอื่น ๆ นั้น ทั้ง 3 บริษัทดังกล่าวข้างต้น สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน

สำหรับรายชื่อของทั้ง 5 บริษัทที่ไม่สามารถตอบแบบสอบถาม ได้แก่

1. บริษัท ดิจิตอลออนป้า อินเทอร์เน็ต จำกัด(มหาชน)
2. บริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด(มหาชน)
3. บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด(มหาชน)
4. บริษัท อาร์.เอส.โปรโมชั่น จำกัด(มหาชน)
5. บริษัท ซาฟารีเวิลด์ จำกัด(มหาชน)

โดยเหตุผลที่ทั้ง 5 บริษัทไม่สามารถตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อมูลผลการดำเนินงานและข้อมูลด้านกลยุทธ์เป็นส่วนใหญ่ หลายบริษัทถือว่าเป็นข้อมูลภายใน ซึ่งโดยปกติแล้วนโยบายของบริษัทเหล่านี้จะไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลให้แก่บุคคลภายนอกได้ ซึ่งถ้าให้ข้อมูลดังกล่าวไปแล้ว อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ บริษัทเหล่านี้จึงใช้เป็นเหตุผลในการไม่ตอบแบบสอบถาม จึงถูกปฏิเสธตั้งแต่โทรศัพท์ไปขอความร่วมมือ

2. หลาย ๆ บริษัท ผู้วิจัยได้โทรศัพท์ไปขอความร่วมมือแล้วได้รับการตอบตกลง แต่เนื่องจากข้อมูลในแบบสอบถามจำเป็นใช้เวลาในการตอบสักกระยะหนึ่ง ผู้วิจัยจึงทิ้งไว้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกและนัดไปรับแบบสอบถามคืนวันหลัง แต่เมื่อถึงวันนัดรับแบบสอบถามคืน ผู้ตอบแบบสอบถามแจ้งว่าข้อมูลดังกล่าวตนเองไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลและต้องขออนุญาตจากหัวหน้าฝ่าย จึงได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลในส่วนนี้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้จัดการฝ่ายหรือผู้มีอำนาจในแผนก ซึ่งเมื่อไปถึงมือผู้มีอำนาจในการใช้ข้อมูลเหล่านั้นแล้ว จึงไม่ได้รับความเห็นชอบให้นำข้อมูลดังกล่าวออกไปเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอก ทำให้ไม่สามารถนำแบบสอบถามกลับมาวิเคราะห์และปรับปรุงแบบสอบถามได้

3. เนื่องจากเวลาที่แจกแบบสอบถามและขอเข้าสัมภาษณ์เป็นช่วงเวลาใกล้สิ้นปีบริษัทส่วนใหญ่จึงให้เหตุผลว่าเป็นช่วงเวลาที่ยังยุ่งเพราะเป็นช่วงต้องทำงบการเงินและปิดบัญชีตอนสิ้นปี จึงเกรงว่าถ้าส่งแบบสอบถามมาแล้วจะไม่สามารถตอบแบบสอบถามให้ได้ เพราะไม่มีเวลาที่จะตอบแบบสอบถามหรือถ้าตอบไปแล้วอาจได้ข้อมูลที่ผิดพลาด เป็นผลให้การวิเคราะห์และประมวลผลผิดพลาดไปด้วย จึงได้รับการปฏิเสธที่จะตอบแบบสอบถาม

ส่วนเหตุผลอื่น ๆ เช่น ได้มีการโทรศัพท์ขอความร่วมมือจากบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด(มหาชน) โดยทางบริษัทแจ้งว่า ไม่สามารถให้ข้อมูลทางด้านการบัญชีได้ เนื่องจากก่อนหน้านี้ทางบริษัท อีจีวี ได้มีการรวมบริษัทกับบริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) แล้ว ซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวเลขทางการบัญชีส่วนใหญ่ บริษัท เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) จะเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ทางบริษัท อีจีวี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

(มหาชน) จึงไม่สามารถให้ข้อมูลกับผู้วิจัยได้ จึงทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์จากบริษัท อีจีวี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด(มหาชน) ได้ นอกจากนี้ บางบริษัทจะให้ฝากแบบสอบถามไว้ที่พนักงานประชาสัมพันธ์หลังจากนั้นจะมารับแบบสอบถามจากพนักงานประชาสัมพันธ์ไปรอกเอง แต่เมื่อโทรศัพท์กลับไปเพื่อขอรับแบบสอบถามคืน ทางผู้ที่เคยติดต่อไว้ได้แจ้งว่าไม่ได้รับแบบสอบถามหรือเอกสารใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้วิจัยจึงไม่สามารถนำแบบสอบถามกลับมาได้เช่นกัน

ส่วนปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากแบบสอบถาม จะเป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจความหมายของศัพท์บางคำที่มีลักษณะเฉพาะ ทำให้คำตอบที่ได้อาจไม่ตรงกับความเป็นจริงเท่าที่ควร ทำให้แบบสอบถามที่แจกไปนั้นบางคำตอบจึงไม่ชัดเจนนัก ซึ่งปัญหาเหล่านี้จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนเพียง 8 ฉบับเท่านั้น ซึ่งแบ่งเป็นสมบูรณ์ 5 ฉบับ และไม่สมบูรณ์อีก 3 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยจะได้มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นต่อไป

จากการรอกแบบสอบถามของหลาย ๆ บริษัท ทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า คำถามในแบบสอบถามบางส่วนยังไม่ชัดเจนจนทำให้ข้อมูลที่หลาย ๆ บริษัทตอบมีความคลาดเคลื่อนรวมทั้งปัญหาต่าง ๆ จากคำถามที่ผู้วิจัยพบจากการทำศึกษานำร่องไม่สามารถวัดผลได้อย่างถูกต้อง ผู้วิจัยจึงมีการเปลี่ยนแปลงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจในรายละเอียดของแบบสอบถามได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามก็จะสามารถวัดผลได้อย่างถูกต้อง ยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงแบบสอบถามดังนี้

1. จากการทำศึกษานำร่อง พบว่า หลาย ๆ บริษัทไม่เข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่มีลักษณะเฉพาะบางคำ เช่น พันธมิตรทางกลยุทธ์หรือลักษณะของพันธมิตรในรูปแบบต่าง ๆ ทางผู้วิจัยจึงได้อธิบายคำศัพท์เฉพาะบางคำ พร้อมทั้งยกตัวอย่างเพื่อที่จะสามารถอธิบายให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งคาดว่าจะช่วยทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบแบบสอบถามได้อย่างถูกต้อง

2. เนื่องจากเดิมภายในแบบสอบถามได้ระบุให้กรอกชื่อพันธมิตรที่มีอยู่โดยกำหนดเป็นช่วงเวลาเป็นผลให้การตอบแบบสอบถามนั้นไม่สามารถระบุได้ว่าการเป็นพันธมิตรในช่วงเวลานั้นจะมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทเมื่อใด เพื่อให้สามารถวัดผลได้ จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุปีที่ได้มีการทำพันธมิตร เพื่อจะได้สามารถวัดได้ว่าปีที่มีการทำพันธมิตรหรือหลังจากปีที่มีการทำพันธมิตรมีการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินหรือไม่อย่างไร

3. การเปลี่ยนแปลงในส่วนนี้เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของคำถามข้างต้น โดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุปัจจัยอื่นที่เกิดขึ้นในปีที่เป็นพันธมิตรหรือหลังจากการเป็นพันธมิตร ว่าปัจจัยที่นอกเหนือจากการร่วมเป็นพันธมิตร ปัจจัยใดจะมีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยอื่นใดที่มีผลต่อการความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน

4. คำถามในส่วนนี้จะเพิ่มขึ้นจากแบบสอบถามเดิม คือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามระบุปัจจัยอื่นที่มีส่วนทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินเปลี่ยนแปลงแล้ว จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณเปอร์เซ็นต์ ระหว่างปัจจัยที่เกิดจากการร่วมเป็นพันธมิตรกับปัจจัยด้านอื่น ๆ ว่าปัจจัยทั้งสองมีสัดส่วนเป็นเท่าใดต่อความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยใด ช่วยให้การสรุปผลมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

5. เนื่องจากเดิมจะให้ระบุเพียงผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร จึงทำให้ไม่สามารถแยกได้อย่างชัดเจนระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงนั้นมาจากการทำพันธมิตรหรือปัจจัยอื่น คำถามในส่วนนี้จึงเพิ่มเติมขึ้น โดยมีรายละเอียดให้ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณถึงผลความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านต่าง ๆ จากการร่วมเป็นพันธมิตรที่อยู่ในช่วงปี 2542 - 2546 โดยให้ระบุเป็นเปอร์เซ็นต์โดยเทียบเปอร์เซ็นต์ความเปลี่ยนแปลงจากปีก่อน เนื่องจากหลายบริษัทมีพันธมิตรหลังปี 2542 และให้ผู้ตอบแบบสอบถามวงกลมล้อมรอบปีที่ได้ร่วมพันธมิตรกับบริษัทอื่นเพื่อเป็นกันยันกับคำถามในส่วนอื่น ๆ เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุกลุ่มผลประโยชน์ที่คิดว่ามีความสำคัญอีกครั้งหนึ่งเพื่อเป็นการยันกับคำถามในส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6. เมื่อทราบถึงผลความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานที่เกิดจากพันธมิตรแล้ว ในคำถามส่วนนี้จึงให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกตัวเลขเปอร์เซ็นต์ความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านต่าง ๆ จากภาพรวมขององค์กรในช่วงปี 2542 - 2546 โดยให้ระบุเป็นเปอร์เซ็นต์ความเปลี่ยนแปลงจากปีก่อนแทนที่จะใช้ปี 2542 เป็นปีฐานเพียงปีเดียว เนื่องจากหลายบริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์หลังปี 2542 และให้ผู้ตอบแบบสอบถามวงกลมล้อมรอบปีที่ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้หลาย ๆ บริษัทพยายามที่จะแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยเขียนข้อความลงบนพื้นที่ว่างของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเพิ่มหัวข้อความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงทัศนคติและความคิดเห็นที่จะช่วยให้ข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลและผลจากการทำการศึกษา นำร่องเป็นผลให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงคำถามบางส่วนจากแบบสอบถามเดิม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้องและครบถ้วนมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และประมวลผลที่จะทำให้ผลที่ได้มีความแม่นยำขึ้นและเป็นผลการวิจัยที่ถูกต้องจนทำให้สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับบริษัทอื่น ๆ นำแนวความคิดของการนำพันธมิตรทางกลยุทธ์เข้ามาประยุกต์เพื่อสร้างผลการดำเนินงานที่ดีและประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ให้กับองค์กร

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม มีขั้นตอนและวิธีการสร้างดังนี้

1. ศึกษาถึงปัจจัยในที่ทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรเกิดความเปลี่ยนแปลง จากเอกสาร ตำรา บทความ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมากำหนดโครงสร้างหลักของแบบสอบถามให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้
3. ทำการทดสอบแบบสอบถาม ได้มีการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มอุตสาหกรรมบริการในส่วนของธุรกิจบันเทิงและสันทนาการทั้งสิ้น จำนวน 13 บริษัท ได้ทดลองตอบแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ได้กลับมาจากการศึกษานำร่องมาปรับแก้ให้เหมาะสม เนื่องจากหลังจากที่บริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานำร่องส่งแบบสอบถามกลับมา พบว่าคำถามบางข้อผู้ที่ตอบยังไม่เข้าใจ อีกทั้งคำถามบางคำถามเมื่อตอบแล้วยังไม่สามารถนำมาประมวลผล อีกทั้งยังไม่สามารถตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน จึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามได้ จึงรวบรวมปัญหาจากการตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่พบมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น เพื่อให้การตอบแบบสอบถามสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ชัดเจนมากขึ้น จากนั้นจึงจัดส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งรวมถึงกลุ่มที่มีการศึกษานำร่องด้วย

3.3.2 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ใช้ทั้งแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ดังภาคผนวก ก. โดยมีส่วนประกอบดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ตำแหน่งที่ทำงาน อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม อีกส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูลของบริษัท จะเป็นคำถามที่เน้นภาพรวมขององค์กร เช่น จำนวนพนักงานที่มีอยู่ในบริษัท เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของพันธมิตรที่องค์กรมีอยู่ โดยให้ระบุชื่อพันธมิตรที่องค์กรมีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งให้ระบุปีที่ทำพันธมิตรและรูปแบบของพันธมิตรที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินจากการร่วมเป็นพันธมิตรและความสัมพันธ์ของการทำพันธมิตร กับกลุ่มผลประโยชน์ในลักษณะต่าง ๆ คำถามในส่วนนี้จึงประกอบด้วยปัจจัยที่จะมีผลกระทบจากกลุ่มผลประโยชน์และจากปัจจัยอื่น เช่น การทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์จำนวนมากหรือการทำพันธมิตรกับบริษัทที่มีชื่อเสียง เป็นต้น โดยในตอนสุดท้ายของส่วนนี้ จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุตัวเลขความเปลี่ยนแปลงทั้งจากการร่วมเป็นพันธมิตรและจากภาพรวมขององค์กร

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนสุดท้ายของแบบสอบถาม เป็นคำถามที่วัดความสำคัญหลังจากร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยคำถามในส่วนนี้จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบถึงความสำคัญของกลุ่มผลประโยชน์แต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาสรุปว่าองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญและนิยมร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มประประโยชน์ใดมากที่สุด

3.3.3 มาตรวัดที่ใช้ในแบบสอบถาม

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายปิดแบบ Likert Scale โดยให้แต่ละบริษัทพิจารณาว่า การมีพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างไร โดยผู้วิจัยแบ่งมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. ส่งผลกระทบน้อยที่สุด
2. ส่งผลกระทบน้อย
3. ส่งผลกระทบปานกลาง
4. ส่งผลกระทบมาก
5. ส่งผลกระทบมากที่สุด

นอกจากนี้คำถามในส่วนที่ 3 ที่เกี่ยวข้องกับควมามีชื่อเสียงของพันธมิตร โดยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับคะแนนของพันธมิตรที่บริษัทมีอยู่ โดยผู้วิจัยแบ่งมาตราส่วนประมาณค่าออกเป็น 5 ระดับเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มีชื่อเสียงน้อยที่สุด
2. มีชื่อเสียงน้อย
3. มีชื่อเสียงปานกลาง
4. มีชื่อเสียงมาก
5. มีชื่อเสียงมากที่สุด

ในส่วนของคำถามส่วนที่ 4 ก็เป็นคำถามปลายเปิดแบบ Likert Scale เช่นเดียวกันโดยให้แต่ละบริษัทพิจารณาว่า การเป็นพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ในลักษณะต่าง ๆ มีความสำคัญกับบริษัทในระดับใด โดยผู้วิจัยแบ่งมาตราส่วนประมาณค่า ออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. สำคัญน้อยที่สุด
2. สำคัญน้อย
3. สำคัญปานกลาง
4. สำคัญมาก
5. สำคัญมากที่สุด

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามไปทดสอบกับบริษัทในกลุ่มของบันเทิงและสันทนาการ ซึ่งได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อสะดวกต่อการเข้าใจ ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื้อหา ความเป็นไปได้ ในแง่ของคำตอบที่จะได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจากนั้นนำข้อคิดเห็นที่สมควรต่อการปรับปรุงแบบสอบถามมาแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนจะนำไปใช้จริง

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

วิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปของค่าสถิติพื้นฐาน เช่น ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด เพื่ออธิบายการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยเพื่อดูค่าเฉลี่ยในการตอบคำถามในแต่ละข้อ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และตอบคำถามการวิจัยต่อไป

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้สถิติที่เหมาะสมกับประเภทของตัววัดที่ใช้ นั่นคือ การทดสอบสมมติฐานในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน จะใช้เทคนิคของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ส่วนการทดสอบสมมติฐานในเรื่องความแตกต่างของพันธมิตร ในแต่ละรูปแบบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน จะใช้ ANOVA (Analysis of Variance) ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม นอกจากนั้นข้อมูลผลการดำเนินงานจากงบการเงินโดยตรงซึ่งเป็น Ratio Scale ก็จะทำมาตรวจสอบ (Triangulate) กับข้อมูลที่อยู่ในแบบสอบถามที่ถามถึงเปอร์เซ็นต์ความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานอันเนื่องมาจากการทำพันธมิตร เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานชัดเจนมากขึ้นและทำให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ว่าการทำพันธมิตรทางกลยุทธ์มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรหรือไม่

ระเบียบวิธีวิจัยข้างต้น บอกให้ทราบถึงแนวทางในการทำวิจัยทั้งหมด ตั้งแต่กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบเครื่องมือ รวมไปถึงสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและการทดสอบสมมติฐาน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด