

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และความผูกพันของบุคลากรภายในบริษัทฯ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งการศึกษารวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงาน บริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำนวน 155 ราย แยกตามหน่วยงาน ได้ดังนี้

<u>หน่วยงาน</u>	<u>จำนวน/ราย</u>	<u>ร้อยละ</u>
1. <u>บริษัทเอไอ สาขากรุงเทพมหานคร</u>	<u>100</u>	<u>64.52</u>
1.1 ผู้บริหารระดับสูง	5	3.23
1.2 เจ้าหน้าที่การตลาด	60	38.71
1.3 เจ้าหน้าที่การเงิน และบัญชี	20	12.90
1.4 เจ้าหน้าที่ธุรการ	10	6.45
1.5 พนักงานรับส่งเอกสาร	5	3.23
2. <u>บริษัทเอไอ สาขาเชียงใหม่</u>	<u>55</u>	<u>35.48</u>
2.1 ผู้บริหารระดับสูง	5	3.23
2.2 เจ้าหน้าที่การตลาด	30	19.35
2.3 เจ้าหน้าที่การเงิน และบัญชี	10	6.45
2.4 เจ้าหน้าที่ธุรการ	10	6.45
รวม	155	100

แหล่งที่มา : บริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (2554)

ผู้ศึกษาพิจารณากำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสำหรับพิจารณาขนาดตัวอย่างตามทัศนะของ R.V. Krejcie และ D.W. Morgan (ตาราง 3.1 จากประชากรทั้งหมด 155 ราย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่าง สำหรับใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท เอ ไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำนวน 111 ราย

ตาราง 3.1 สำหรับพิจารณาขนาดตัวอย่างตามทักษะของ R.V. Krejcie และ D.W. Morgan

ประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	69	380	191	2800	338
75	58	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108 /	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

แหล่งที่มา : สัจจิตรา บุญยรัตนพันธ์ (2543: 181 -182)

การสุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 111 ราย ผู้ศึกษาใช้วิธี การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. จัดแบ่งพนักงานบริษัทฯ ทั้งหมดออกเป็นตามหน่วยงานใหญ่ ๆ 2 กลุ่ม คือ

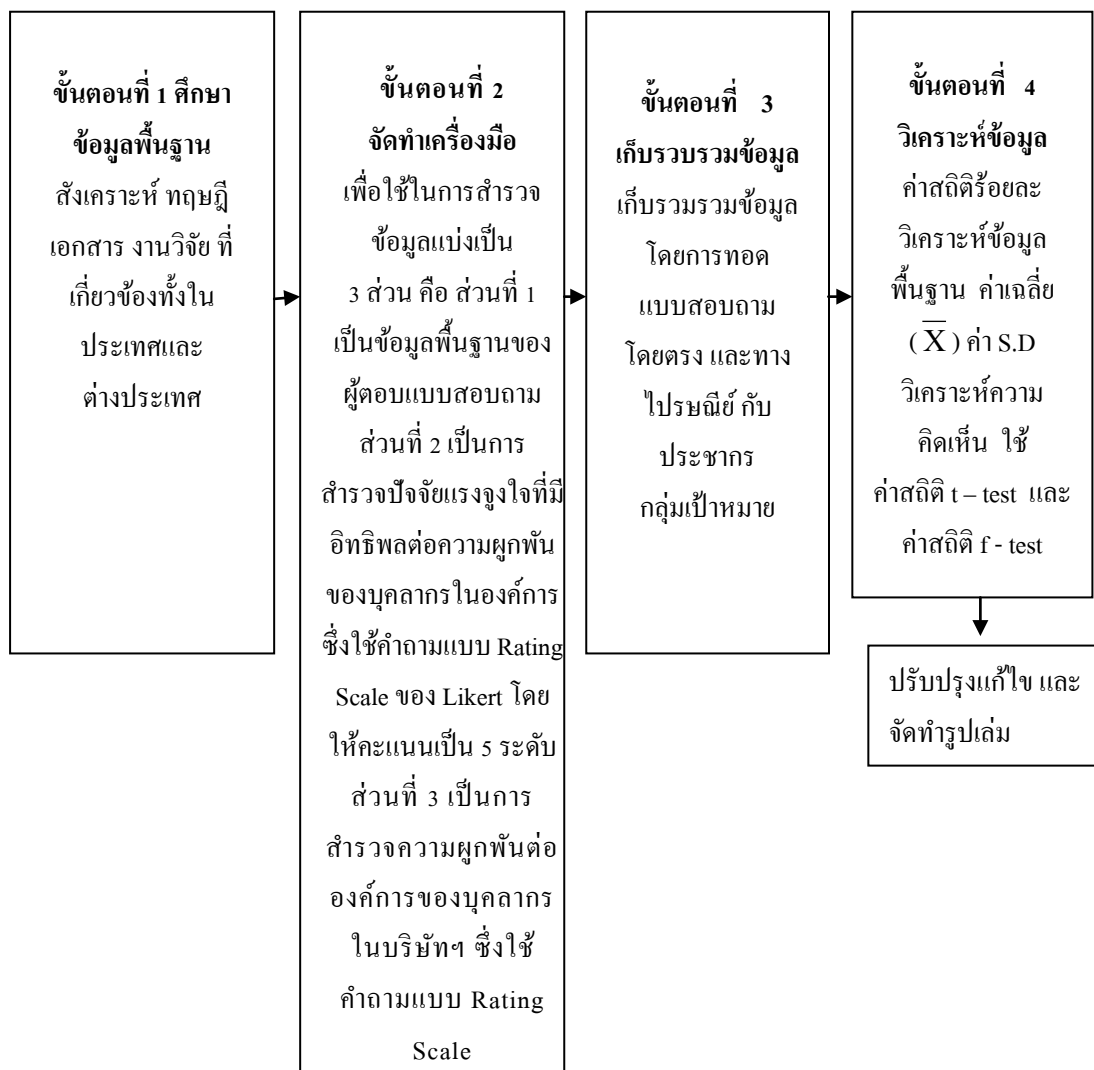
1.1 กลุ่มที่ประจำอยู่สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มที่ประจำอยู่สำนักงาน จังหวัดเชียงใหม่

2. เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การกระจายแบบสัดส่วนร้อยละ จากจำนวนพนักงานของแต่ละกลุ่มเป็นตัวแทนประชากร จากสำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 73 ราย และจากสำนักงาน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 ราย จากนั้นสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เป็นตัวแทนประชากรทั้งหมด จำนวน 113 ราย

### ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Study) เกี่ยวกับข้อมูลและปัจจัยเชิงต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

### เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของพนักงานบริษัทฯ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ซึ่งมีลำดับการสร้างเครื่องมือวิจัยดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาและประเด็นที่ศึกษา
2. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบ (pre - test) จำนวน 20 ชุด

เพื่อหาข้อบกพร่อง และเป็นการทดสอบความเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถาม กับพนักงาน บริษัทฯ สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร แล้วนำผลที่ได้มาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha ซึ่งค่าความเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือ (Alpha) ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.80

3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบปรับปรุง แก้ไขในส่วนที่บกพร่องให้เหมาะสม และมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เตรียมนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรเป้าหมายต่อไป

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพการสมรส
4. อายุการทำงาน (จำนวนปีที่เข้าทำงานอยู่ในบริษัทฯ)
5. ระดับการศึกษา
6. ระดับเงินเดือน
7. ระดับตำแหน่งในหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของบุคลากรในบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

- ปัจจัยจูงใจ
- ความสำเร็จในการทำงาน
  - การได้รับการยอมรับนับถือ
  - ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ
  - ความรับผิดชอบ
  - ความก้าวหน้าในการทำงาน
  - ความเจริญเติบโตในตนเองและอาชีพ

- ปัจจัยอ้อม
- นโยบายการบริหารขององค์กร
  - การบังคับบัญชา
  - ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา
  - ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
  - สภาพการทำงาน
  - เงินเดือนและผลตอบแทน
  - เสรีภาพในการปฏิบัติงาน
  - ระบบในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert Scale ซึ่งกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากเกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นทั้ง 5 ระดับข้างต้น สามารถนำมาหาอันตรภาคชั้น เพื่อวัดระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับได้ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว เมื่อได้ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของพนักงานบริษัทฯ สามารถนำมาจัดช่วงของคะแนนในแต่ละระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	เฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบ Likert Scale ซึ่งกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	น้อยที่สุด

จากเกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นทั้ง 5 ระดับข้างต้น สามารถนำมาหาอันตรภาคชั้น เพื่อวัดระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับได้ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูง} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว เมื่อได้ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของพนักงานบริษัทฯ สามารถนำมาจัดช่วงของคะแนนในแต่ละระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น
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

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปแจกด้วยตนเอง ณ สถานที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. จัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ พร้อมซองจดหมายตอบกลับ สำหรับพนักงานของบริษัทที่มีสถานที่ทำงานในส่วนภูมิภาค ประจำสำนักงาน จังหวัดเชียงใหม่
3. ทำการตรวจสอบความครบถ้วน ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์



## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องของการลงรหัสข้อมูลผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว มาประมวลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS (Statistic Package for the Social Science for Windows) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล
  1. ค่าร้อยละ
  2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
  3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ
  - ค่าสถิติ T-test และค่าสถิติ F- test
3. สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ  $r_{xy}$  แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนน X

$\sum Y$  แทน ผลรวมของคะแนน Y

$\sum X^2$  แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง

$\sum Y^2$  แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง

$\sum XY$  แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง และ

n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1 ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้นด้วย ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย

3. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง และ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า  $r = 0$  แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
6. ถ้า  $r$  เข้าใกล้ 0 แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์กันน้อย

#### เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.81-1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.61-0.80	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.41-0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.21-0.40	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.01-0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน