

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน ดังนั้นเพื่อให้ผลการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการศึกษาที่มีรายละเอียดขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน
- 3.4 เครื่องมือการศึกษา
- 3.5 การรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.1 รูปแบบการศึกษา

การศึกษารูปแบบนี้เป็นการศึกษา วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการออกแบบการศึกษา ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ถึงแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาและทำให้การศึกษา สามารถครอบคลุมประเด็นที่จะทำการศึกษา กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา และสมมติฐานการศึกษา ไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษา เพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 11 สาขา ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 จำนวน 440 คน
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ได้แก่ พนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเทียบตารางสัดส่วนของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan 1970)

กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งจำนวนประชากร 440 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 205 คน

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan

จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260
15	14	110	86	290	165	850	265
20	19	120	92	300	169	900	269
25	24	130	97	320	175	950	274
30	28	140	103	340	181	1,000	278
35	32	150	108	360	186	1,100	285
40	36	160	113	380	191	1,200	291
45	40	170	118	400	196	1,300	297
50	44	180	123	420	201	1,400	302
55	48	190	127	440	205	1,500	306
60	52	200	132	460	210	1,600	310
65	56	210	136	480	214	1,700	313
70	59	220	140	500	217	1,800	317
75	63	230	144	550	226	1,900	320
80	66	240	148	600	234	2,000	322
85	70	250	152	650	242		
90	73	260	155	700	248		
95	76	270	159	750	254		

ที่มา: Krejcie and Morgan (1970)

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ ทบทวนวรรณกรรม บทความ แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในงานวิจัย จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา และความหมายของตัวแปรให้ตรงตามแนวคิดทฤษฎี

2. การกำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา

3. จัดทำแบบสอบถามร่าง โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา กรอบแนวคิดทฤษฎี และขอบเขตของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา หน่วยงาน / องค์กร / บริษัทที่ทำการเก็บข้อมูลในการศึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ตลอดจนเพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ และความต้องการขององค์กร

5. ปรับปรุงแบบสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

6. นำแบบสอบถามชุดที่ผ่านการตรวจแก้ไขความถูกต้องไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลจากแบบสอบถามมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ของค่าความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Consistency, 1974 อ้างถึงใน ยูริ โกะ ลินทวิ, 2557) เพื่อทดสอบว่า คำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนในแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ และสามารถอธิบายความคงที่ของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ยอมรับค่าของสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ที่มากกว่า 0.700 จึงถือว่า แบบสอบถามชุดนี้ยอมรับได้ ครอนบาค (Cronbach, 1990) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right]$$

เมื่อ

α = ค่าความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s_x^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์ Alpha ของ Cronbach's โดย

1. ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า เท่ากับ 0.986

2. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามทฤษฎีของ Herzberg's dual factor theory ที่นำมาวัดปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.990

3. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตามทฤษฎีของ Hoy & Rees (1974) ที่นำมาวัด ความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กรมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ เท่ากับ 0.982 ดังนั้นแบบสอบถามฉบับนี้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 เครื่องมือการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากการพัฒนาแบบสอบถาม ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ดัดแปลงเพื่อให้มีความเหมาะสมกับแนวคิดในการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือน แบบสอบถามส่วนนี้เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 6 ข้อ (ข้อที่ 1 - 6)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ โอกาสเจริญก้าวหน้าในงาน และ ปัจจัยค่าจุน ประกอบด้วย ค่าตอบแทนและสวัสดิการ นโยบายและการบริหารองค์กร ความสัมพันธ์กับบุคลากรในองค์กร สภาพการทำงาน การปกครองบังคับบัญชา ความมั่นคงในการทำงาน ซึ่งแบบสอบถามในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้พัฒนาแบบสอบถามจากงานวิจัยของ จีรภัคร อนุทวีติ. (2557) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา โรงแรมเอเชีย แอร์พอร์ท. ซึ่งเครื่องมือในการศึกษาได้มีประเมิณผลโดยผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว รูปแบบของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 2 ปัจจัย ตามแนวคิดของเฮอริชเบอร์ก (Herzberg) ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค่าจุน จำนวน 35 ข้อ

ปัจจัยจูงใจ ได้แก่

- | | | |
|--------------------------------|-------------|--------------------------------|
| 1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 1 ถึง ข้อที่ 3) |
| 2. ด้านได้รับการยอมรับนับถือ | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 4 ถึง ข้อที่ 6) |
| 3. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ | จำนวน 4 ข้อ | (คำถามข้อที่ 7 ถึง ข้อที่ 10) |
| 4. ด้านความรับผิดชอบ | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 11 ถึง ข้อที่ 13) |
| 5. ด้านโอกาสเจริญก้าวหน้าในงาน | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 14 ถึง ข้อที่ 16) |

ปัจจัยค่าจุน ได้แก่

- | | | |
|------------------------------|-------------|--------------------------------|
| 1. ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ | จำนวน 4 ข้อ | (คำถามข้อที่ 17 ถึง ข้อที่ 20) |
| 2. ด้านนโยบายและการบริหาร | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 21 ถึง ข้อที่ 23) |

- | | | |
|-------------------------------|-------------|--------------------------------|
| 3. ด้านความสัมพันธ์กับบุคลากร | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 24 ถึง ข้อที่ 26) |
| 4. ด้านสภาพการทำงาน | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 27 ถึง ข้อที่ 29) |
| 5. ด้านการปกครองบังคับบัญชา | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 30 ถึง ข้อที่ 32) |
| 6. ด้านความมั่นคงในการทำงาน | จำนวน 3 ข้อ | (คำถามข้อที่ 33 ถึง ข้อที่ 35) |

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กร เป็นคำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อองค์กร การเห็นคุณค่าในตนเอง ในด้านพฤติกรรมที่แสดงออก ด้านความรู้สึก ด้านการรับรู้ซึ่งแบบสอบถามในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้พัฒนาแบบสอบถามจากงานวิจัยของ จีรภัทร เอนกวิถิ. (2557) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงาน วิทยาลัย โรงเรียนเอเชีย แอร์พอร์ต. ซึ่งเครื่องมือในการศึกษาได้มีประเมิณผลโดยผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว รูปแบบของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

- | | | |
|---------------------------|-------------|--------------------------------|
| 1. ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก | จำนวน 4 ข้อ | (คำถามข้อที่ 1 ถึง ข้อที่ 4) |
| 2. ด้านความรู้สึก | จำนวน 6 ข้อ | (คำถามข้อที่ 5 ถึง ข้อที่ 10) |
| 3. ด้านการรับรู้ | จำนวน 5 ข้อ | (คำถามข้อที่ 11 ถึง ข้อที่ 15) |

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามที่เป็นข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการสร้างความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กร

เกณฑ์กำหนดให้ค่าคะแนน

ผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์สำหรับวัดระดับโดยแบ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งระดับคะแนน ส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 เป็นประเภทที่มีคำตอบให้เลือกในลักษณะของแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาของคะแนนเป็นตัวชี้วัดและแปลความหมายของคะแนนในมาตรวัดแบบ 5 ระดับ (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (Likert) (อ้างถึงใน ยูริโกะ สินทวิ, 2557) ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนักของตัวเลือก
เห็นด้วยในระดับ มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
เห็นด้วยในระดับ มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
เห็นด้วยในระดับ ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
เห็นด้วยในระดับ น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
เห็นด้วยในระดับ น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1

สำหรับการหาค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ตโดยใช้มาตราลิเคิร์ท (Likert Scale) ได้แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับจากนั้นคำนวณช่วงระดับคะแนนในแต่ละระดับดังต่อไปนี้

การแปลผลแบบสอบถามในส่วนนี้ ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีเกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

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

การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับค่าเฉลี่ย	การแปลค่า
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	อยู่ในระดับเห็นด้วย มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	อยู่ในระดับเห็นด้วย มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	อยู่ในระดับเห็นด้วย ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	อยู่ในระดับเห็นด้วย น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	อยู่ในระดับเห็นด้วย น้อยที่สุด

3.5 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมมาจากการศึกษาเอกสารต่างๆ รวมทั้งศึกษาจากผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น

1) หนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ

2) หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ สถิติข้อมูลต่างๆ และ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 205 คน มีลำดับขั้นดำเนินการ ดังนี้

2.1 ผู้ศึกษาเตรียมแบบสอบถามจำนวน 250 ชุด

2.2 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจำนวน โดยได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 237 ชุด ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถาม และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ต้องการ 205 ชุด

2.3 นำแบบสอบถามฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

2.4 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของคำถามในแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามในแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัคของแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าใกล้เคียงมากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีระดับความน่าเชื่อถือที่ได้มาตรฐาน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาประกอบด้วย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป อธิบายลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ค่าเฉลี่ย (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เพื่อหาความเป็นกลางของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. ค่า t-test (Independent sample t-test) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรอิสระของกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เช่น วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ กับความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กร

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวน F-test หรือ One Way (ANOVA : Analysis of Variance) ใช้วิเคราะห์ตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

3. Multiple Regression ใช้การวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในองค์กรของพนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบ Multiple Regression เพื่อหาค่าการวิเคราะห์หาค่าถดถอยของพหุคูณ