

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร” เป็นการวิจัยต่อเพื่อพัฒนาความสมบูรณ์เชิงการประยุกต์ใช้ และการทดสอบให้กว้างขวางครอบคลุมองค์กรต่าง ๆ ให้มากขึ้น ดังนั้นเนื้อหาของการวิจัยจะเกี่ยวข้องกับการทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) การทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) และความเหมาะสมในการใช้งานของแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งจะช่วยพัฒนาแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้งานได้จริง ขั้นตอนการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1) ทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร ขั้นตอนที่ 2) การทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร และ 3) การทดสอบความเหมาะสมในการใช้งานของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

ขั้นตอนที่ 1) ทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร

การทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร เป็นการทดสอบหาความถูกต้องของข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กร โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งเป็นวิธีทางสถิติสำหรับการตรวจสอบโครงสร้าง โดยการลดจำนวนตัวแปรลงให้เป็นจำนวนองค์ประกอบ หรือลักษณะร่วม ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก ลักษณะเช่นนี้จะช่วยให้คำบรรยายพฤติกรรมต่างๆ ง่ายขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นเทคนิคทางสถิติเกี่ยวข้องกับคน (หรือผู้ให้ข้อมูล) จำนวนมาก ตัวแปรจำนวนมาก และองค์ประกอบจำนวนมาก

ในการทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความวัดภาพลักษณ์จากแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรของศุภลิน วนาเกษมสันต์ (2552) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 94 ข้อความ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ขนาดตัวอย่าง 500 ตัวอย่างกับประชาชนทั่วไป ตามที่ Comrey และ Lee (1992, อ้างถึงใน เพชร

น้อย สิงห์ช่างชัย: 2549) กล่าวว่า ขนาดตัวอย่าง 500 ตัวอย่างเป็นขนาดตัวอย่างที่อยู่ในเกณฑ์ดีมากในการวิเคราะห์องค์ประกอบ สอดคล้องกับ สุวิมล ว่องวานิช และนางลักษณ วิรัชชัย (2546) ได้กล่าวว่า ในการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาด 5 หน่วยต่อ 1 ตัวแปร และมีขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมอย่างน้อย 100 คน ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบจะได้กลุ่มของความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามต่างๆ ไว้ในกลุ่มเดียวกัน จะนำมาใช้เพื่อปรับแก้แบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ขึ้นอีก

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

การทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) จะทำการทดสอบหลังจากการปรับแก้แบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรที่ได้มาจากขั้นตอนของการทดสอบการทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความทั้งหมดแล้ว จึงนำแบบสอบถามนั้นมาทดสอบทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งคำนวณได้ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

α	คือ	ค่าความเชื่อมั่น
K	คือ	จำนวนข้อ
V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ขั้นตอนที่ 3 การทดสอบความเหมาะสมในการใช้งานของแบบวัด ภาพลักษณ์องค์กร

หลังจากทำการทดสอบเชื่อมั่นของแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรแล้ว จะทำการทดสอบความเหมาะสมในการใช้งานของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร ในด้านเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับองค์กรที่ใช้วัด ความสะดวกสบายในการวัดภาพลักษณ์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการทดสอบโดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้บริหารของ 5 กลุ่มองค์กรที่มีความแตกต่างกันตามลักษณะวัตถุประสงค์ขององค์กร คือ องค์กรทางเศรษฐกิจ องค์กรทางการเมือง องค์กรทางสังคม องค์กรทางด้านความปลอดภัยของประชาชน และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร พิจารณาแสดงความเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กร โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose sampling) โดยมีเกณฑ์คือผู้บริหารระดับสูงของในแต่ละประเภทองค์กร และสามารถให้สัมภาษณ์ได้ ได้แก่

กำหนดการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน ดังนี้

1. องค์กรทางเศรษฐกิจ
 - คุณณัฐฐิกา จันทอินทร์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ฟิตเนส เฟริส ประเทศไทย จำกัด สาขาแจ้งวัฒนะ
2. องค์กรทางการเมือง
 - คุณวิรดา วัฒนการ หัวหน้าฝ่ายอำนวยการ เทศบาลเมืองอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. องค์กรทางสังคม
 - นพ.ดร. ปิยะ หาญวรงค์ชัย ที่ปรึกษามูลนิธิ China Medical Board ประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
4. องค์กรทางด้านความปลอดภัยของประชาชน
 - ด.ต. สมหมาย ใจวสุกุล, เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาล ประชาชื่น
5. องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร



- ผศ.ทพ.ดร.วีระศักดิ์ พุทธาศรี, สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ ประเทศไทย

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ได้แก่

- แบบสอบถามมีความเหมาะสมกับการใช้วัดภาพลักษณ์องค์กรของท่านหรือไม่ มากน้อยเพียงใด อะไรที่เหมาะสม อะไรที่ไม่เหมาะสม เพราะอะไร
- แบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรมีความสะดวกในการใช้งานมากน้อยเพียงใด เพราะอะไร
- ท่านมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการใช้แบบสอบถามวัดภาพลักษณ์องค์กรนี้อย่างไร โปรดบรรยายละเอียด

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาร์ช (Conbach's Alpha Coefficient) เกณฑ์การยอมรับต้องมากกว่า 0.80

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงสรุปความ สร้างข้อสรุปด้วยการจัดกลุ่มสาระตามประเด็นการวิจัย และใช้ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องมือวัดเป็นกรอบในการตีความ

การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลตามประเด็นการวิจัย โดยแบ่งเป็นบท ดังนี้

- บทที่ 4 ผลการทดสอบความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อความ และการทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร
- บทที่ 5 ต้นแบบและผลการทดสอบความเหมาะสมในการใช้งานของแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร
- บทที่ 6 ต้นแบบแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร อภิปรายผล และเสนอแนะ