

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง 2) เปรียบเทียบอารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การ และบุคลิกภาพ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่ออารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ไว้ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานบริการลูกค้าของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง มีจำนวนทั้งสิ้น 262 คน (ข้อมูล ณ มกราคม 2548)

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเทียบขนาดประชากรกับตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงในพวงรัตน์, 2540) ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรจำนวน 262 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 155 คน ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากประชากรและเลือกข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือได้โดยพิจารณาจากคะแนนรวม Scale – L จากแบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI ที่ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็นประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และ อายุงานในปัจจุบัน

ตอนที่2 เป็นแบบสอบถามการรับรู้บรรยากาศองค์การตามทฤษฎีของ Stringer (2002) เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ ตัวเลือกตอบเป็นมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวน 34 ข้อ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่

มิติโครงสร้าง (Structure) 7 ข้อ	ได้แก่ ข้อที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7
มิติมาตรฐาน (Standard) 7 ข้อ	ได้แก่ ข้อที่ 8, 9, 10, 11, 12, 13 และ 14
มิติรับผิดชอบ (Responsibility) 4 ข้อ	ได้แก่ ข้อที่ 15, 16, 17 และ 18
มิติเห็นคุณค่า (Recognition) 5 ข้อ	ได้แก่ ข้อที่ 19, 20, 21, 22 และ 23
มิติสนับสนุน (Support) 6 ข้อ	ได้แก่ ข้อที่ 24, 25, 26, 27, 28 และ 29
มิติผูกพัน (Commitment) 5 ข้อ	ได้แก่ ข้อที่ 30, 31, 32, 33 และ 34

โดยมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

<u>คำตอบ</u>	<u>ข้อคำถามเชิงบวก</u>	<u>ข้อคำถามเชิงลบ</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน	5 คะแนน

โดยข้อคำถามที่เป็นคำถามเชิงบวกมีจำนวน 29 ข้อ ได้แก่ข้อ 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 33 และ 34 และข้อคำถามเชิงลบจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อ 2, 15, 18, 24 และ 28

### เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การแปลผลคะแนนบรรยากาศองค์การตามการรับรู้ของพนักงานบริการลูกค้า เป็น 3 ระดับ คือ ระดับไม่ดี ระดับปานกลาง และระดับดี โดยนำคะแนนการรับรู้บรรยากาศองค์การในแต่ละมิติ มาหาค่าเฉลี่ยคือ

$$\text{ค่าเฉลี่ยของการรับรู้บรรยากาศองค์การแต่ละมิติ} = \frac{\text{คะแนนรวมในแต่ละมิติ}}{\text{จำนวนข้อในแต่ละมิติ}}$$

การพิจารณาระดับการรับรู้บรรยากาศองค์การแต่ละมิติตามช่วงคะแนนเฉลี่ยดังนี้

<u>ช่วงคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ความหมาย</u>
1.00 – 2.33	มีการรับรู้บรรยากาศองค์การในมิตินั้นไม่ดี
2.34 – 3.67	มีการรับรู้บรรยากาศองค์การในมิตินั้นปานกลาง
3.68 – 5.00	มีการรับรู้บรรยากาศองค์การในมิตินั้นดี

ตอนที่ 3 แบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI (The Eysenck Personality Inventory) ที่พัฒนาโดยถวัลย์ (2536) มีจำนวนข้อคำถาม 57 ข้อ สามารถวัดลักษณะบุคลิกภาพ 2 ด้าน คือ ด้านแสดงตัว – เก็บตัว (Extraversion - Introversion) จำนวนข้อคำถาม 24 ข้อ ด้านหวั่นไหวทางอารมณ์ – มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism – Stability) จำนวนข้อคำถาม 24 ข้อ นอกจากนี้ยังมี Lie Scale ซึ่งใช้วัดการตอบเพื่อให้ตัวเองเป็นที่พึงปรารถนามากกว่าความเป็นจริง จำนวน 9 ข้อ

การแบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI จะให้ผู้ตอบอ่านข้อความแต่ละข้อแล้วพิจารณาว่า “ใช่” หรือ “ไม่ใช่”

### การตรวจให้คะแนน

การตรวจให้คะแนนจะมีคะแนนเป็น 1 และ 0 ตามลักษณะบุคลิกภาพแต่ละด้าน ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในคู่มือแบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI ของแต่ละชุด ในการตรวจให้คะแนนจะแยก

แต่ละสเกลออกจากกัน โดยคะแนนลักษณะบุคลิกภาพด้านแสดงตัว – เก็บตัว (Scale – E) เต็ม 24 คะแนน คะแนนลักษณะบุคลิกภาพด้านหัวน้ําไหวทางอารมณ์ – มั่นคงทางอารมณ์ (Scale – N) เต็ม 24 คะแนน และคะแนนการตอบเพื่อให้ตัวเองเป็นที่พึงปรารถนามากกว่าความเป็นจริง (Scale – L) เต็ม 9 คะแนน

ในกรณีที่ผู้ตอบมีคะแนนการตอบเพื่อให้ตัวเองเป็นที่พึงปรารถนามากกว่าความเป็นจริง (Scale – L) มากกว่า 4 คะแนน ถือว่าคำตอบในแบบสำรวจบุคลิกภาพฉบับนั้นไม่น่าเชื่อถือ ไม่สามารถนำมาแปลผลได้ อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าแบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI ที่จะนำมาแปลผล และมีความน่าเชื่อถือได้ต้องมีคะแนนใน Scale - L น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 ดังนั้นการตรวจให้คะแนนจึงควรเริ่มตรวจที่ Scale - L ก่อน

การแปลผล มีขั้นตอนการแปลผล ดังนี้

1. พิจารณาก่อนว่าสเกลที่จะแปลผลนั้นเป็น Scale - E (ด้านแสดงตัว-เก็บตัว) หรือ Scale – N (ด้านหัวน้ําไหวทางอารมณ์-มั่นคงทางอารมณ์)

2. พิจารณาค่าเฉลี่ยในแต่ละสเกลว่ามีค่าเท่าไร ถ้า

ค่าที่ทดสอบได้มากกว่าค่าเฉลี่ยใน Scale - E ถือว่าคนนั้นมีแนวโน้มเป็นคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

ค่าที่ทดสอบได้น้อยกว่าค่าเฉลี่ยใน Scale - E ถือว่าคนนั้นมีแนวโน้มเป็นคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเก็บตัว

ค่าที่ทดสอบได้มากกว่าค่าเฉลี่ยใน Scale - N ถือว่าคนนั้นมีแนวโน้มเป็นคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบหัวน้ําไหวทางอารมณ์

ค่าที่ทดสอบได้น้อยกว่าค่าเฉลี่ยใน Scale - N ถือว่าคนนั้นมีแนวโน้มเป็นคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน (FEWS: Frankfurt Emotion Work Scales – E) ที่สร้างโดย Zapf et.al. ฉบับภาษาอังกฤษ (Version: 1.0 February 2001) ที่ผู้วิจัยได้แปลและเรียบเรียงออกมาเป็นภาษาไทย และนำไปให้คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ทำการตรวจและแก้สำนวนภาษาไทยให้ถูกต้องและเข้าใจง่าย ประกอบด้วยข้อคำถามอารมณ์ขณะทำงานขององค์ประกอบหลัก 3 ด้าน จำนวน 32 ข้อ และข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นถึงแหล่งที่มาของเกณฑ์ในการแสดงออกทางอารมณ์ จำนวน 8 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการแสดงอารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนดไว้ (Emotional Regulation Requirement: ERR) ประกอบด้วยข้อคำถามองค์ประกอบย่อย 4 ด้านได้แก่

1.1 ด้านการแสดงอารมณ์ทางบวก (Display of Positive Emotions: EP) เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ของการแสดงอารมณ์ทางบวก จำนวน 5 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าควรจะเป็นหรือควรจะทำในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 1 ข้อ

1.2 ด้านการแสดงอารมณ์ทางลบ (Display of Negative Emotions: EV) เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ของการแสดงอารมณ์ทางลบ จำนวน 5 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าควรจะเป็นหรือควรจะทำในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 2 ข้อ

1.3 ด้านการแสดงความเห็นอกเห็นใจ (Emotional Sympathy: EA) เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ของการแสดงออกถึงความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจลูกค้า จำนวน 3 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าควรจะเป็นหรือควรจะทำ ในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 1 ข้อ

1.4 ด้านการให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของลูกค้า (Demands for Sensitivity: ES) เป็นคำถามถึงความถี่ของการแสดงออกของการให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบ

สอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าจะเป็นหรือควรจะทำในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 1 ข้อ

2. การแสดงอารมณ์เท่าที่สามารถทำได้เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนดไว้ (Emotional Regulation Possibility: ERP) ประกอบด้วยข้อคำถามองค์ประกอบย่อย 3 ด้านได้แก่

2.1 ด้านการแสดงอารมณ์เป็นกลาง (Display of Neutral Emotions: EW) เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ของการแสดงอารมณ์เป็นกลาง จำนวน 3 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าจะเป็นหรือควรจะทำ ในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 1 ข้อ

2.2 ด้านการควบคุมอารมณ์ (Emotion Control: EK) เป็นคำถามถึงความถี่ของการจัดการอารมณ์ของตนเองและของลูกค้าได้ตรงที่สุดกับงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่ จำนวน 2 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าจะเป็นหรือควรจะทำในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 2 ข้อ

2.3 ด้านการควบคุมการติดต่อ (Interaction Control: EH) เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ของความเป็นอิสระในการใช้เวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละครั้งของพนักงาน จำนวน 3 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าจะเป็นหรือควรจะทำในระหว่างให้บริการลูกค้า จำนวน 1 ข้อ

3. ปัญหาของการแสดงอารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนดไว้ (Emotional Regulation Problem: EPP) มี 1 ด้านได้แก่ ความไม่สอดคล้องทางอารมณ์ (Emotional Dissonance: ED) เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ของการระงับอารมณ์หรือระงับการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมออกมา จำนวน 4 ข้อ และเปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่

เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุดไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบเห็นว่าควรจะเป็นหรือควรจะทำในระหว่างให้บริการลูกค้าจำนวน 1 ข้อ

#### เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อคำถามที่ถามถึงความถี่ของการแสดงอารมณ์ มีเกณฑ์ในให้คะแนนดังนี้

<u>คำตอบ</u>	<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u>
ไม่เคยเลย	1 คะแนน
เคยบ้าง (สัปดาห์ละครั้ง)	2 คะแนน
เป็นบางครั้ง (วันละครั้ง)	3 คะแนน
บ่อยครั้ง (วันละหลายครั้ง)	4 คะแนน
บ่อยที่สุด (หลายครั้งใน 1 ชั่วโมง)	5 คะแนน

ส่วนข้อคำถามให้เปรียบเทียบข้อความที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่มากที่สุด ไม่ใช่ตอบตามสิ่งที่ผู้ตอบเห็นว่าควรจะเป็นหรือควรจะทำ ในระหว่างให้บริการลูกค้า มีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

<u>คำตอบ</u>	<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u>
เหมือนบุคคลที่ 1 มากที่สุด	1 คะแนน
คล้ายกับบุคคลที่ 1 ในบางครั้ง	2 คะแนน
อยู่ระหว่าง บุคคลที่ 1 และบุคคลที่ 2	3 คะแนน
คล้ายกับบุคคลที่ 2 ในบางครั้ง	4 คะแนน
เหมือนบุคคลที่ 2 มากที่สุด	5 คะแนน

#### เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การแปลผลคะแนนอารมณ์ขณะทำงานตามความถี่ของการแสดงอารมณ์ในแต่ละด้าน เป็น 3 ระดับ คือ น้อย ปานกลาง และมาก โดยนำคะแนนอารมณ์ขณะ

ทำงานตามความถี่ของการแสดงอารมณ์ในแต่ละด้านและคะแนนจากการเปรียบเทียบสถานการณ์ในการทำงานมาหาค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยการแสดงผลงานในแต่ละด้าน เท่ากับ  
คะแนนรวมของความถี่ของการแสดงอารมณ์และเปรียบเทียบสถานการณ์ในแต่ละด้าน  
 จำนวนข้อคำถามทั้งหมดในแต่ละด้าน

การพิจารณาระดับการแสดงผลงานขณะทำงานแต่ละด้านตามช่วงคะแนนเฉลี่ยดังนี้

<u>ช่วงคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ความหมาย</u>
1.00 – 2.33	มีการแสดงผลงานขณะทำงานในด้านนั้นในระดับน้อย
2.34 – 3.67	มีการแสดงผลงานขณะทำงานในด้านนั้นในระดับปานกลาง
3.68 – 5.00	มีการแสดงผลงานขณะทำงานในด้านนั้นในระดับมาก

นอกจากนี้ในแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน (FEWS-E) ยังมีข้อคำถามเกี่ยวกับแหล่งที่มาของเกณฑ์ในการแสดงออกทางอารมณ์ (Norms of Regarding Emotion: EN) ซึ่งเป็นคำถามที่ถามความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับแหล่งที่มาของข้อกำหนดการแสดงผลงานในระหว่างการให้บริการลูกค้า ที่พนักงานนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานปกติ จำนวน 8 ข้อ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

<u>คำตอบ</u>	<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน
เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน

### เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ทำการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยเป็นรายข้อ ข้อใดที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด หมายถึง พนักงานส่วนใหญ่ใช้ข้อกำหนดการแสดงผลอารมณ์ขณะทำงานจากแหล่งที่มาเป็นแนวทางในการแสดงผลอารมณ์ในระหว่างการปฏิบัติงานปกติ

### การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาคุณภาพของแบบสอบถามการรับรู้บรรยากาศองค์การ แบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI และแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน (FEWS-E) ดังนี้

#### การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

แบบสอบถามการรับรู้บรรยากาศองค์การ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน (FEWS-E) ที่ผู้วิจัยแปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทยเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาที่ใช้และนำมาปรับปรุงจนได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงสูงเพียงพอที่จะใช้ในการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

#### การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และการวิเคราะห์รายข้อ

1. นำแบบสอบถามการรับรู้บรรยากาศองค์การที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI ที่พัฒนาโดยถวัลย์ (2536) และแบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน (FEWS-E) ที่ผู้วิจัยแปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงาน เจ้าหน้าที่ พยาบาล โรงพยาบาลลำลูกกา จำนวน 30 คน

2. นำผลที่ได้มาคำนวณค่าอำนาจจำแนก โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-Total Correlation) ด้วยวิธี Pearson's Product Moment Correlation และเลือกเฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนำข้อคำถามที่

มีค่าอำนาจจำแนกแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ด้วยวิธีของ Cronbach ได้ค่าของแบบสอบถามแต่ละชุดดังนี้

แบบสอบถามการรับรู้บรรยากาศองค์กร มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .8959 และเมื่อนำไปวิเคราะห์แยกแต่ละมิติ ได้ความเชื่อมั่น ดังนี้

<u>บรรยากาศองค์กร</u>	<u>ค่าความเชื่อมั่น</u>
มิติโครงสร้าง ( Structure)	.7777
มิติมาตรฐาน ( Standard)	.7926
มิติรับผิดชอบ (Responsibility)	.7177
มิติเห็นคุณค่า (Recognition)	.7147
มิติสนับสนุน (Support)	.9037
มิติผูกพัน (Commitment)	.8893

แบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI (The Eysenck Personality Inventory) มีค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

<u>บุคลิกภาพ</u>	<u>ค่าความเชื่อมั่น</u>
ด้านแสดงตัว – เก็บตัว (Extraversion-Introversion)	.6174
ด้านหวั่นไหวทางอารมณ์ – มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism-Stability)	.8351

แบบสอบถามอารมณ์ขณะทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .8171 และเมื่อนำไปวิเคราะห์แยกแต่ละองค์ประกอบ ได้ความเชื่อมั่น ดังนี้

<u>อารมณ์ขณะทำงาน</u>	<u>ค่าความเชื่อมั่น</u>
การแสดงอารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การที่กำหนดไว้ (Emotional Regulation Requirement : ERR)	.7677
มีค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบย่อย 4 ด้าน ดังนี้	
การแสดงอารมณ์ทางบวก (Display of Positive Emotional: EP)	.6370
การแสดงอารมณ์ทางลบ (Display of Negative Emotion: EV)	.6374
การแสดงถึงความเห็นอกเห็นใจ (Showing Sympathy: EA)	.5310
การให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของลูกค้า(Demands for Sensitivity: ES)	.6083
การแสดงอารมณ์เท่าที่สามารถทำได้เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับของ องค์การที่กำหนดไว้ (Emotional Regulation Possibility: ERP)	.5806
มีความเชื่อมั่นองค์ประกอบย่อย 3 ด้าน ดังนี้	
การแสดงอารมณ์เป็นกลาง (Display of Neutral Emotions: EW)	.5987
การควบคุมอารมณ์ (Emotion Control: EK)	.4987
การควบคุมการติดต่อ (Interaction Control: EH)	.5967
ปัญหาของการแสดงอารมณ์ให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับขององค์การ ที่กำหนดไว้(Emotional Regulation Problem: EPP)	.8478
ได้แก่ ความไม่สอดคล้องทางอารมณ์ (Emotional Dissonance: ED )	.8478
ข้อคำถามเกี่ยวกับแหล่งที่มาของเกณฑ์ในการแสดงออกทางอารมณ์ (Norms of Regarding Emotion: EN)	.7082

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตใช้กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริการลูกค้าในการตอบแบบสอบถามจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัทขายตรงแบบหลายชั้นแห่งหนึ่ง
2. นำแบบสอบถามที่ทดสอบคุณภาพแล้ว ส่งแจกจ่ายให้พนักงานบริการลูกค้าตามรายชื่อจากการสุ่มจับรายชื่อ และเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ทำเสร็จ มาทำตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI ที่จะนำมาแปลผล โดยต้องมีคะแนนใน Scale - L น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 หากแบบสอบถามฉบับใดใช้ไม่ได้ก็ทำการสุ่มชื่อใหม่ (ไม่มีการใส่ชื่อเก่ากลับคืน) และส่งแบบสอบถามให้เพื่อเก็บข้อมูลใหม่
3. แบบสอบถามที่พนักงานบริการลูกค้าตอบกลับมา 146 คน จากจำนวนประชากร 262 คน ที่มีคะแนนใน Scale - L จากแบบสำรวจบุคลิกภาพ EPI น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 คิดเป็น 94.10 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ 155 คน (เทียบจากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan) ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 1 เดือน (เดือนธันวาคม 2548)
4. บันทึกรหัสข้อมูลและนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป
2. ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ในการแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ
3. ใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

4. ใช้สถิติเชิงอนุมาน t-test และ F-test (One Way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของอารมณ์ขณะทำงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การ และบุคลิกภาพของพนักงานบริการลูกค้า

5. ใช้สถิติเชิงอนุมานการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นต้อน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาผลของปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้บรรยากาศองค์การ และบุคลิกภาพ ที่มีต่ออารมณ์ขณะทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01