

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

วิธีการและอุปกรณ์วิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพนักงาน บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและอุปกรณ์ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 1,534 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างประชากรได้จากการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมด้วยการใช้สูตรของ Yamane's ดังสูตรต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	คือ	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	จำนวนกลุ่มประชากร
	e	คือ	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างในการศึกษา 0.05

เมื่อแทนค่าประชากรในสูตร จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$n = \frac{1,534}{1 + 1,534 (0.05)^2}$$

$$n = 317 \text{ คน}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 317 คน

ขั้นที่ 2 แบ่งจำนวนตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยมีวิธีการดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม/ชั้น} = \frac{\text{จำนวนอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มชั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ดังนั้น สามารถสุ่มจำนวนตัวอย่างแยกตามระดับตำแหน่งได้ดังนี้

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ชื่อหน่วยงาน	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
บริหารส่วนกลาง ซี.พี.เซเวนอีเลฟเว่น	30	6
สำนักประสานรัฐกิจ	27	6
สำนักบริหารนโยบายธุรกิจ	38	8
โครงการร้านหนังสือ	40	8
สำนักบุคคลกลุ่มธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย	17	3
โครงการ Catalog Order	57	12

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชื่อหน่วยงาน	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
สำนักประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสังคม	15	3
สำนักวิศวกรรม	59	12
สำนักธุรกิจสัมพันธ์	32	7
สำนักทรัพยากรบุคคล	65	13
สำนัก Facility Management	51	10
สำนักบัญชีและการเงิน	304	63
สำนักการเงินและลงทุนสัมพันธ์	16	3
สำนักฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล	38	8
สำนักบริหารการตลาด	90	19
สำนักพัฒนาธุรกิจ	150	31
สำนักจัดซื้อ	86	18
สำนักเฟรนไชส์	40	9
สำนักปฏิบัติการ กรุงเทพฯและปริมณฑล	151	31
สำนักปฏิบัติการมณฑล	7	1
สำนักวิจัยและพัฒนาการตลาด	20	4
สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์	51	11
สำนักกระจายสินค้า	150	31
รวม	1,534	317

ขั้นที่ 3 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เมื่อผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสำนักแล้วคิดสัดส่วนต่อจำนวนประชากรของแต่ละสำนัก ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่าไรแล้วจะทำการจับสลากเลือกกลุ่มตัวอย่างจากรายชื่อทั้งหมดของพนักงานตามสำนัก ตามสัดส่วนที่คำนวณได้ข้างต้น โดยไม่มีการทดแทน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างขึ้น จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยใช้คำถามแบบเลือกตอบ และเติมคำ เพื่อเก็บข้อมูลและนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน หน่วยงานที่สังกัด ตำแหน่ง

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร โดยเป็นคำถามแบบ Rating Scale ตามแบบ Likert Scale เป็นมาตรวัดที่ให้เลือกคำตอบ 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นคำถามโดยมีหลักการให้คะแนนดังนี้

	<u>ข้อความเชิงบวก</u>	<u>ข้อความเชิงลบ</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

จากการให้คะแนนดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจะแบ่งเกณฑ์ในการวัดครั้งนี้ออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้สูตรภาคพื้นดังนี้

$$\text{ช่วงกว้างระหว่างชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

<u>ระดับค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์กร</u>
1.00 – 2.33	น้อย
2.34 – 3.66	ปานกลาง
3.67 – 5.00	มาก

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวผู้วิจัยสามารถแปลความหมาย ได้ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ย 1.00-2.33 เท่ากับ ระดับน้อย หมายความว่า พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์กรอยู่ในระดับต่ำหรือน้อย
2. ค่าเฉลี่ย 2.34-3.66 เท่ากับ ระดับปานกลาง หมายความว่า พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
3. ค่าเฉลี่ย 3.67-5.00 เท่ากับ ระดับมาก หมายความว่า พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์กรอยู่ในระดับสูงหรือมาก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการพัฒนาตนเองของพนักงาน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

	<u>ข้อความเชิงบวก</u>	<u>ข้อความเชิงลบ</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

จากการให้คะแนนดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจะแบ่งเกณฑ์ในการวัดครั้งนี้ออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้สูตรภาคชั้นดังนี้

$$\text{ช่วงกว้างระหว่างชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

<u>ระดับค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาตนเอง</u>
1.00 – 2.33	น้อย
2.34 – 3.66	ปานกลาง
3.67 – 5.00	มาก

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวผู้วิจัยสามารถแปลความหมาย ได้ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ย 1.00-2.33 เท่ากับ ระดับน้อย หมายความว่า พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับต่ำหรือน้อย
2. ค่าเฉลี่ย 2.34-3.66 เท่ากับ ระดับปานกลาง หมายความว่า พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับปานกลาง
3. ค่าเฉลี่ย 3.67-5.00 เท่ากับ ระดับมาก หมายความว่า พนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับสูงหรือมาก

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อการวิจัยครั้งนี้ไปทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามแต่ละข้อว่าตรงตามจุดประสงค์ของการวิจัยหรือไม่และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่ทำการศึกษจำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item Analysis) ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยใช้สูตรของ Pearson Product Moment Correlation Coefficient และหาความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธี Cronbachs' alpha coefficient โดยได้ค่า Alpha ดังนี้

บรรยากาสองค์การ	ค่า Alpha เท่ากับ .9040
การพัฒนาตนเอง	ค่า Alpha เท่ากับ .5798

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. โดยการศึกษาจากทฤษฎี เอกสาร ข้อมูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปสอบถามพนักงานบริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 317 คน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2548

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์โดยนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมดคิดเป็น 100 % มาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบรรยากาศองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน

3. ค่า Cramer's V ใช้ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีลักษณะข้อมูลเป็นแบบแบ่งกลุ่ม (Nominal Scale) หรือแบบอันดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดค่าระดับความเข้มของความสัมพันธ์ของสองตัวแปร ดังนี้ (ชัยสิทธิ์, 2537: 120)

ค่า 0 หมายถึง สองตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน (No Association)

ค่า .01-.25 หมายถึง สองตัวแปร มีความสัมพันธ์กันบ้าง (Weak Association)

ค่า .26-.55 หมายถึง สองตัวแปร มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง
(Moderate Association)

ค่า .56-.75 หมายถึง สองตัวแปร มีความสัมพันธ์กันสูง (Strong Association)

ค่า .76-.99 หมายถึง สองตัวแปร มีความสัมพันธ์กันสูงมาก (Very Strong Association)

ค่า 1 หมายถึง สองตัวแปร มีความสัมพันธ์กันสมบูรณ์ (Perfect Association)

4. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการศึกษาหาความสัมพันธ์และทิศทางของความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยตัวแปรที่ใช้การศึกษามีลักษณะข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วน (Ratio Scale) หรืออันตรภาค (Interval Scale) โดยการกำหนดค่าระดับความสัมพันธ์นี้ แม้จะไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนเกี่ยวกับการแปลความหมายค่าระดับความสัมพันธ์ก็ตาม แต่เกณฑ์ดังกล่าวนี้ก็เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป (ประพนธ์ และคณะ, 2546: 258) ดังนี้

ความสัมพันธ์กันเชิงบวก	ความสัมพันธ์กันเชิงผกผัน	การแปลความหมาย
1.00	-1.00	สมบูรณ์
.80 ถึง .99	-.80 ถึง -.99	สูงมาก
.60 ถึง .79	-.60 ถึง -.79	สูง
.40 ถึง .59	-.40 ถึง -.59	ปานกลาง
.20 ถึง .39	-.20 ถึง -.39	ต่ำ
.10 ถึง .19	-.10 ถึง -.19	ต่ำมาก
.00 ถึง .09	-.00 ถึง -.09	ไม่มีนัยสำคัญ

สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .05