

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษา บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) โรงงานสระบุรี” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) การนำเสนอประกอบด้วยส่วนต่างๆดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. แนวทางการสร้างแบบสอบถามที่มีคุณภาพ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่พนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) โรงงานสระบุรี รวมจำนวนทั้งสิ้น 1,125 คน

โรงงาน	จำนวน
โรงงาน 1	284
โรงงาน 2	386
โรงงาน 3	455
รวม	1,125

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) โรงงานสระบุรี จำนวน 330 คน ได้มาตามขั้นตอน ดังนี้
 คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร โดยใช้สูตรของยามาเน (Yamane, 1973)

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{1,125}{1 + 1,125 \times (0.05)^2} \\ &= 295.08 \end{aligned}$$

โดยที่
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนหน่วยประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้กำหนดให้เท่ากับ ร้อยละ 5
 จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 296 คน โดยผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 10% เป็น 330 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนอย่างแท้จริงของกลุ่มประชากร

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

โดยมีวิธีการดังนี้

1. แจ้งความจำนงถึงฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อขอจำนวนและรายชื่อของพนักงานระดับปฏิบัติการที่โรงงานสระบุรี
2. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบลำดับชั้นตามอัตราส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) จำแนกตามโรงงานดังตารางที่ 3.1
3. สุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโรงงาน

โรงงาน	จำนวน (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
โรงงาน 1	284	86
โรงงาน 2	386	111
โรงงาน 3	455	133
รวม	1,125	330

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

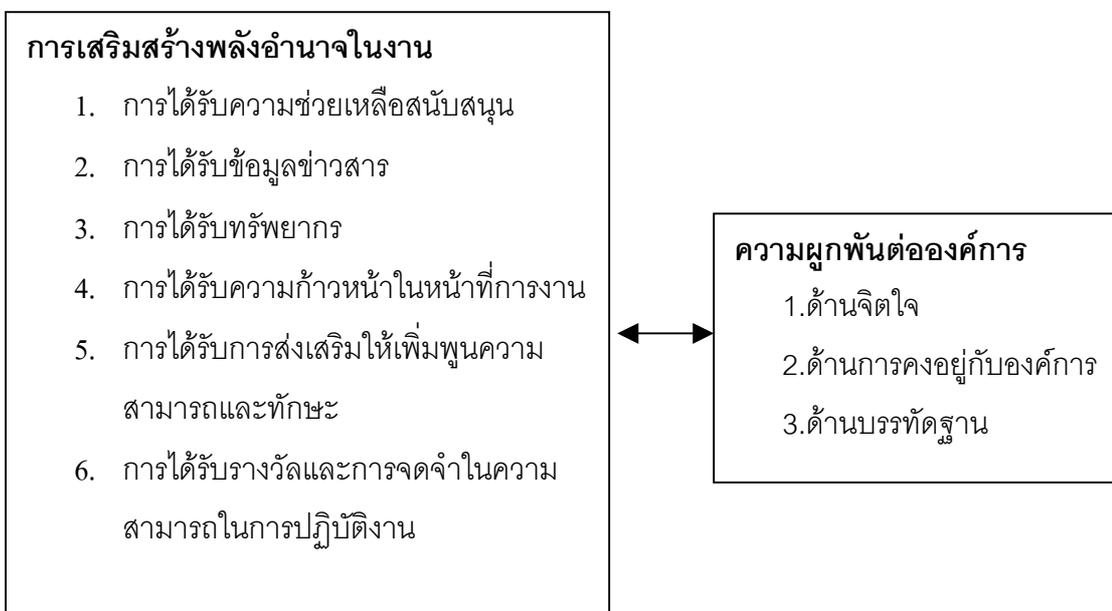
1. การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน แบ่งเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย

- 1.1 การได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน (Support)
- 1.2 การได้รับข้อมูลข่าวสาร (Information)
- 1.3 การได้รับทรัพยากร (Resource)
- 1.4 การได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน (Advancement)
- 1.5 การได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะ (Competence and Skill)
- 1.6 การได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถ (Reward and Recognition)

2. ความผูกพันต่อองค์การ (Organizational Commitment) แบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย

- 1.1 ความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจ (Affective Commitment)
- 1.2 ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่กับองค์การ (Continuance Commitment)
- 1.3 ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment)

กรอบแนวคิดงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษา รวบรวม และสร้างขึ้น โดยดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมทฤษฎี แนวคิด นิยาม หรืองานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กร

2. สร้างข้อคำถามโดยสอบถามลักษณะประชากรจากองค์กรที่ทำการศึกษา จากนั้นปรับปรุงข้อคำถามตามแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่ทำการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน (ภาคผนวก ง) คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และอายุงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการได้รับทรัพยากร การได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน ด้านการได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะ

ด้านการได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถ แบบสอบถามทั้งหมดมีข้อความรวมทุกด้าน 65 ข้อ เป็นข้อความทางบวก 47 ข้อ และข้อความทางลบ 18 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามของแคนเตอร์ (Kanter, 1977) มาแปล และเรียบเรียงให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้วัดความผูกพันต่อองค์กร ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐาน แบบสอบถามทั้งหมดมีข้อความรวมทุกด้าน 21 ข้อ เป็นข้อความทางบวก 14 ข้อ และข้อความทางลบ 7 ข้อ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามของ ประธีร์ ธีรฐิตยงกูร (2549) ซึ่งดัดแปลงมาจากแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของ อัลเลนและเมเยอร์ (Allen & Mayer, 1990 pp. 4-5) มาเป็นต้นแบบในการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 เป็นมาตราประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน ดังแสดงในตาราง 3.2

ตารางที่ 3.2

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามการวัดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กร

ระดับการรับรู้	คะแนนข้อความ	
	เชิงบวก	เชิงลบ
มากที่สุด	5	1
มาก	4	2
ปานกลาง	3	3
น้อย	2	4
น้อยที่สุด	1	5

การวัดผล

การวัดระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กร พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้มาจากการนำคะแนนรวมมาหารด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามจากนั้นแบ่งกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ระดับต่ำ
2. ระดับปานกลาง
3. ระดับสูง

วิธีการแบ่งช่วงระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กร การใช้วิธีเดียวกัน คือการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ตามที่กานดา พูนทวีลาภ (2539, น.22) ได้อธิบายไว้ ดังนี้

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

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถกำหนดแบ่งระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กรได้ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3

แสดงการกำหนดแบ่งระดับคะแนนเฉลี่ยของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กร

ระดับคะแนน	ระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน / ความผูกพันต่อองค์กร
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ระดับสูง
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ระดับสูง
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	ระดับต่ำ

ดังนั้น หากต้องการทราบว่าพนักงานมีระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานในระดับใด และความผูกพันต่อองค์กรระดับใด ให้พิจารณาจากค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ว่าอยู่ในระดับใด

การสร้างและพัฒนาแบบสอบถามให้มีคุณภาพ

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างและปรับปรุงแบบสอบถาม ดังนี้

1.1 แบบสอบถามวัดการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน

ผู้วิจัยได้แปล และเรียบเรียงแบบสอบถามให้เหมาะสมกับลักษณะงานและประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยโดยใช้แนวคิดจากหนังสือของแคนเตอร์ (Kanter, 1977) ที่แบ่งองค์ประกอบของการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเป็น 6 ด้าน จำนวน 65 ข้อ ดังนี้

1) การได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน จำนวน 11 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 9 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 2 ข้อ

2) การได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 10 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 8 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 2 ข้อ

3) การได้รับทรัพยากร จำนวน 10 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 5 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 5 ข้อ

4) การได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 12 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 7 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 5 ข้อ

5) การได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะ จำนวน 12 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 10 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 2 ข้อ

6) การได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถ จำนวน 10 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 8 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 2 ข้อ

1.2 แบบสอบถามการวัดความผูกพันต่อองค์กร

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามการวัดความผูกพันต่อองค์กรของประเสริฐ ธีรรัฐยงกูร (2549) ซึ่งแปลและปรับปรุงจากงานวิจัยของอัลเลนและเมเยอร์ (Allen & Mayer, 1990 pp. 4-5) ที่แบ่งองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ด้าน จำนวน 21 ข้อ ดังนี้

- 1) ด้านจิตใจ จำนวน 7 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 4 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 3 ข้อ
- 2) ด้านการคงอยู่กับองค์กร จำนวน 7 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 4 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 3 ข้อ
- 3) ด้านบรรทัดฐาน จำนวน 7 ข้อ เป็นข้อคำถามทางบวก 6 ข้อ และข้อคำถามทางลบ 1 ข้อ

2. ขั้นตอนการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Ratio)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามวัดการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน และแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร มาทำการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาตามแบบวิธีการของลอวชี (Lawshe, 1975) โดยให้นักศึกษาปริญญาโทสาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 15 คนเป็นผู้ประเมินข้อคำถาม ว่าข้อคำถามในแต่ละข้อมีความเกี่ยวข้อง หรือสอดคล้องกับการรับรู้เสริมสร้างพลังอำนาจในงานและความผูกพันต่อองค์กรหรือไม่ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำผลที่ได้มาคำนวณหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ตามสูตรของลอวชี ซึ่งค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำสุดที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.49 จึงจะมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หลังจากทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแล้ว พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มากกว่า 0.49 จึงไม่มีข้อคำถามใดที่ถูกตัดออก คงเหลือข้อคำถามการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน จำนวน 65 ข้อ และข้อคำถามความผูกพันต่อองค์กรไว้ จำนวน 21 ข้อ (ดูรายละเอียดภาคผนวก ข)

3. การทดลองใช้แบบสอบถาม

นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 305 ชุด ซึ่งตอบได้ครบถ้วนสมบูรณ์นำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Power) รายข้อ ระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่า t-test โดยเริ่มต้นที่การรวมคะแนนของทุกข้อของแต่ละคนเข้าด้วยกัน เรียงลำดับคะแนนจากคนที่ตอบได้คะแนนสูงสุดจนถึงต่ำสุด แล้วจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ได้คะแนนสูง (25%) และกลุ่มที่ได้คะแนนต่ำ (25%) ต่อมาให้หาค่าเฉลี่ยและค่าความแปรปรวนของข้อคำถามแต่ละข้อของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ หลังจากนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนข้อคำถามรายข้อระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ด้วยการทดสอบค่า t (t-test) แบบสอบถามข้อที่มีค่า t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป ถือว่ามีอำนาจการจำแนกสูงอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ (รัตนา ศิริพานิช , 2534 , น. 158-159) ดังนั้น ข้อคำถามที่มีค่า t เท่ากับหรือต่ำกว่า 1.75 จึงเป็นข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์ให้ตัดข้อคำถามนั้นออก

หลังจากทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อแล้ว พบว่าแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจมีข้อคำถามที่ถูกตัดออก 1 ข้อ คือข้อ 29 และแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร มีข้อคำถามถูกตัดออก 2 ข้อ คือ ข้อที่ 9 และ 21 คงเหลือข้อคำถามวัดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานจำนวน 64 ข้อ และข้อคำถามวัดความผูกพันต่อองค์กรจำนวน 20 ข้อ (ดูรายละเอียดภาคผนวก ข)

4. ขั้นตอนการหาความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสอบถามที่วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกแล้วมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการวัดความคงที่ภายใน (Internal Consistency) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (รัตนา ศิริพานิช, 2534, น. 182-185) (ดูรายละเอียดภาคผนวก ข)

จากการดำเนินการสร้างและพัฒนาแบบสอบถามให้มีคุณภาพตามขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยแบบสอบถามที่มีคุณภาพและนำไปใช้ในการวิจัย พร้อมค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังรายละเอียดในตาราง 3.4 และ 3.5

ตารางที่ 3.4

แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวัดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน

การเสริมสร้างพลังอำนาจในงาน	จำนวนข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
1. การได้รับความช่วยเหลือสนับสนุน	11	.809
2. การได้รับข้อมูลข่าวสาร	10	.795
3. การได้รับทรัพยากร	9	.742
4. การได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	12	.796
5. การได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะ	12	.827
6. การได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถ	10	.821
โดยรวมทุกด้าน (ทั้งฉบับ)	64	.936

ตารางที่ 3.5

แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวัดความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	จำนวนข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านจิตใจ	7	.742
2. ด้านการคงอยู่กับองค์กร	6	.543
3. ด้านบรรทัดฐาน	6	.645
โดยรวมทุกด้าน (ทั้งฉบับ)	19	.726

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ทำหนังสือในนามของโครงการปริญญาโทจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อขออนุมัติทำการศึกษาวิจัยไปยังผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลเพื่อขออนุญาตทำการเก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยส่วนบุคคล
2. ประสานงานกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลในการแจกแบบสอบถามพร้อมแนบหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้วิจัย โดยแจ้งวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยอย่างชัดเจนเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจและตอบแบบสอบถามให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับมากกรอกข้อมูลตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social Science: SPSS) เพื่อหาค่าสถิติ โดยในการวิจัยครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ระดับการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานทั้ง 6 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ศึกษาลักษณะรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานมิติต่างๆกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและด้านย่อย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ส่วนที่ 2 การทำนายความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและด้านย่อย โดยนำการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานมาเป็นตัวแปรต้นใช้ในการทำนาย สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis)

ตารางที่ 3.6
แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร มีสมมติฐานย่อย ดังนี้	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.1.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.1.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ในองค์การ	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.1.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.2.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ	Pearson Correlation

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)
แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
สมมติฐานย่อยที่ 1.2.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ในองค์กร	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.2.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 1.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับทรัพยากรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.3.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับทรัพยากรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.3.2 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับทรัพยากรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ในองค์กร	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.3.3 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับทรัพยากรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 1.4.1 การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ	Pearson Correlation

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)
แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
<p><u>สมมติฐานย่อยที่ 1.4.2</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ในองค์กร</p>	Pearson Correlation
<p><u>สมมติฐานย่อยที่ 1.4.3</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน</p>	Pearson Correlation
<p><u>สมมติฐานที่ 1.5</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม</p>	Pearson Correlation
<p><u>สมมติฐานย่อยที่ 1.5.1</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ</p>	Pearson Correlation
<p><u>สมมติฐานย่อยที่ 1.5.2</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร</p>	Pearson Correlation
<p><u>สมมติฐานย่อยที่ 1.5.3</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับการส่งเสริมให้เพิ่มพูนความสามารถและทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน</p>	Pearson Correlation

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)
แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
<u>สมมติฐานที่ 1.6</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	Pearson Correlation
<u>สมมติฐานย่อยที่ 1.6.1</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ	Pearson Correlation
<u>สมมติฐานย่อยที่ 1.6.2</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร	Pearson Correlation
<u>สมมติฐานย่อยที่ 1.6.3</u> การรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานด้านการได้รับรางวัลและการจดจำในความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน	Pearson Correlation
<u>สมมติฐานที่ 2</u> องค์ประกอบของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานอย่างน้อย 1 ด้าน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานได้	Stepwise Multiple Regression Analysis
<u>สมมติฐานย่อยที่ 2.1</u> องค์ประกอบของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานอย่างน้อย 1 ด้าน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของพนักงานได้	Stepwise Multiple Regression Analysis
<u>สมมติฐานย่อยที่ 2.2</u> องค์ประกอบของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานอย่างน้อย 1 ด้าน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ในองค์กรของพนักงานได้	Stepwise Multiple Regression Analysis
<u>สมมติฐานย่อยที่ 2.3</u> องค์ประกอบของการรับรู้การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานอย่างน้อย 1 ด้าน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานของพนักงานได้	Stepwise Multiple Regression Analysis

