

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานบริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน)” ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ดังนี้

รูปแบบการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้รูปแบบการวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Study) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานในองค์กร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูลของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 30 กันยายน 2552 พบว่า บริษัทฯ มีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 941 คน โดยแยกย่อยเป็นจำนวนพนักงานในแต่ละสายงาน จำนวน 5 สายงานดังต่อไปนี้

- สายงานสวนและพัฒนาปาล์ม	จำนวน	322 คน
- สายงานปฏิบัติการ	จำนวน	488 คน
- สายงานการตลาดและขาย	จำนวน	73 คน
- สายงานการเงินและบัญชี	จำนวน	48 คน
- สายงานบริหารทรัพยากรบุคคล	จำนวน	10 คน
รวม	จำนวน	941 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัท ชุมพรอุตสาหกรรม น้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ทั่วถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จึงใช้การคำนวณโดยอาศัยสูตรของ Taro Yamane (1973, p. 725, อ้างถึงใน อำนาจ วัฒนกุล, 2550, น. 32) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มาคำนวณ ดังนี้

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

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าตามสูตรได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} N &= \frac{941}{1 + 941(0.05)^2} \\ &= 281 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น เมื่อแทนค่าในสูตรจะคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 281 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน

จากการคำนวณข้างต้น การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 281 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนพนักงานในแต่ละสายงาน แบ่งออกตามสายงาน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1
แสดงสัดส่วนจำนวนพนักงานในแต่ละสายงาน

สายงาน	จำนวนประชากร	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
สายงานสวนและพัฒนาปาล์ม	322	$\frac{322 \times 100}{941} = 34.22$	96
สายงานปฏิบัติการ	488	$\frac{488 \times 100}{941} = 51.86$	146
สายงานการตลาดและขาย	73	$\frac{73 \times 100}{941} = 7.76$	22
สายงานการเงินและบัญชี	48	$\frac{48 \times 100}{941} = 5.10$	14
สายงานบริหารทรัพยากรบุคคล	10	$\frac{10 \times 100}{941} = 1.06$	3
รวม	941	$\frac{941 \times 100}{941} = 100$	281

2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะพนักงานที่ปฏิบัติงานในแต่ละสายงาน ดังนี้

2.1 สายงานสวนและพัฒนาปาล์ม เจาะจงเก็บข้อมูลที่ฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

- ฝ่ายสวน ได้แก่ สวนปะทิว สวนห้วยสัก สวนเขาไชยราช สวนบางสน และสวนคลองวังช้าง

- ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาปาล์ม

2.2 สายงานปฏิบัติการ เจาะจงเก็บข้อมูลที่ฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

- ฝ่ายผลิต 1

- ฝ่ายผลิต 2

- ฝ่ายผลิต 3

- ฝ่ายประกันคุณภาพและวางแผนการผลิต

- ฝ่ายวิศวกรรม

- ฝ่ายสำนักงานโรงงาน

2.3 สายงานการตลาดและขาย จะะงเก็บข้อมูลที่ฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

- ฝ่ายขาย
- ฝ่ายบริหารงานผลิตภัณฑ์
- ฝ่ายการตลาดองค์กรและโลจิสติกส์

2.4 สายงานการเงินและบัญชี จะะงเก็บข้อมูลที่ฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

- ฝ่ายบัญชีและการเงิน
- ฝ่ายจัดซื้อ
- ฝ่ายสารสนเทศ
- ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ
- ฝ่ายจัดหาผลปาล์มสด

2.5 สายงานบริหารทรัพยากรบุคคล จะะงเก็บข้อมูลที่ฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

- ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล
- ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลโรงงาน

3. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ในวันที่ทำการแจกแบบสอบถาม โดยไม่ได้เจาะจงผู้ตอบแบบสอบถาม และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- สายงานสวนและพัฒนาปาล์ม จำนวน 96 คน
- สายงานปฏิบัติการ จำนวน 146 คน
- สายงานการตลาดและขาย จำนวน 22 คน
- สายงานการเงินและบัญชี จำนวน 14 คน
- สายงานบริหารทรัพยากรบุคคล จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอ้างอิงจากแนวคิดการสื่อสารภายในองค์กร แนวคิดเรื่องการรับรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งคำถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา รวม 3 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ของ บริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) รวม 24 ข้อ จำแนกตามรูปแบบการสื่อสาร ภายในองค์กร ได้แก่

คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารจากบนลงล่าง	จำนวน 8 ข้อ
คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารจากล่างขึ้นบน	จำนวน 6 ข้อ
คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารในแนวนอน	จำนวน 5 ข้อ
คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารแบบไขว้	จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่ม ตัวอย่าง รวม 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการใช้ช่องทางการสื่อสารในหน่วยงาน ของกลุ่มตัวอย่าง รวม 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสาร ภายในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง รวม 13 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรของ กลุ่มตัวอย่าง รวม 7 ข้อ

ส่วนที่ 7 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ถามถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารของพนักงานบริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน)” ได้กำหนดตัวแปร อิสระและตัวแปรตาม ตามสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของบริษัท ได้แก่ นโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมาย
ภารกิจ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน ข้อกำหนดมาตรฐาน ข้อบังคับ ประกาศ แนวปฏิบัติ ข้อมูลองค์กร
ข้อมูลสินค้า และกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท

โดยสามารถจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-นโยบายแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-วิสัยทัศน์แตกต่าง

กัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-เป้าหมายแตกต่าง

กัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ภารกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ระเบียบแตกต่าง

กัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-วิธีปฏิบัติงาน

แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.7 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อกำหนดมาตรฐาน

แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.8 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อบังคับแตกต่าง

กัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.9 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ประกาศแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.10 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-แนวปฏิบัติ

แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.11 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อมูลองค์กร

แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.12 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อมูลสินค้า

แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.13 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-กิจกรรมต่าง ๆ

ของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.14 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในภาพรวม

แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.15 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-นโยบายแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.16 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-วิสัยทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.17 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-เป้าหมายแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.18 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ภารกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.19 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ระเบียบแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.20 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-วิธีปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.21 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อกำหนดมาตรฐานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.22 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อบังคับแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.23 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ประกาศแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.24 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.25 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อมูลองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.26 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-ข้อมูลสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.27 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-กิจกรรมต่างๆของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.28 อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในภาพรวมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.29 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-นโยบายแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.30 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
วิสัยทัศน์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.31 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
เป้าหมายแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.32 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ภารกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.33 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ระเบียบแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.34 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-วิธี
ปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.35 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ข้อกำหนดมาตรฐานแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.36 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ข้อบังคับแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.37 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ประกาศแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.38 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-แนว
ปฏิบัติแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.39 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ข้อมูลองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.40 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
ข้อมูลสินค้าแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.41 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร-
กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.42 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใน
ภาพรวมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารจากบนสู่ล่าง การสื่อสารจากล่างสู่บน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแบบไขว้

โดยสามารถจำแนกเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารจากบนสู่ล่างแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารจากล่างสู่บนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารในแนวนอนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารแบบไขว้แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 เพศที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.6 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารจากบนสู่ล่างแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.7 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารจากล่างสู่บนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.8 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารในแนวนอนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.9 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารแบบไขว้แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.10 อายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.11 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารจากบนสู่ล่างแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.12ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารจากล่างสู่บนแตกต่างกัน

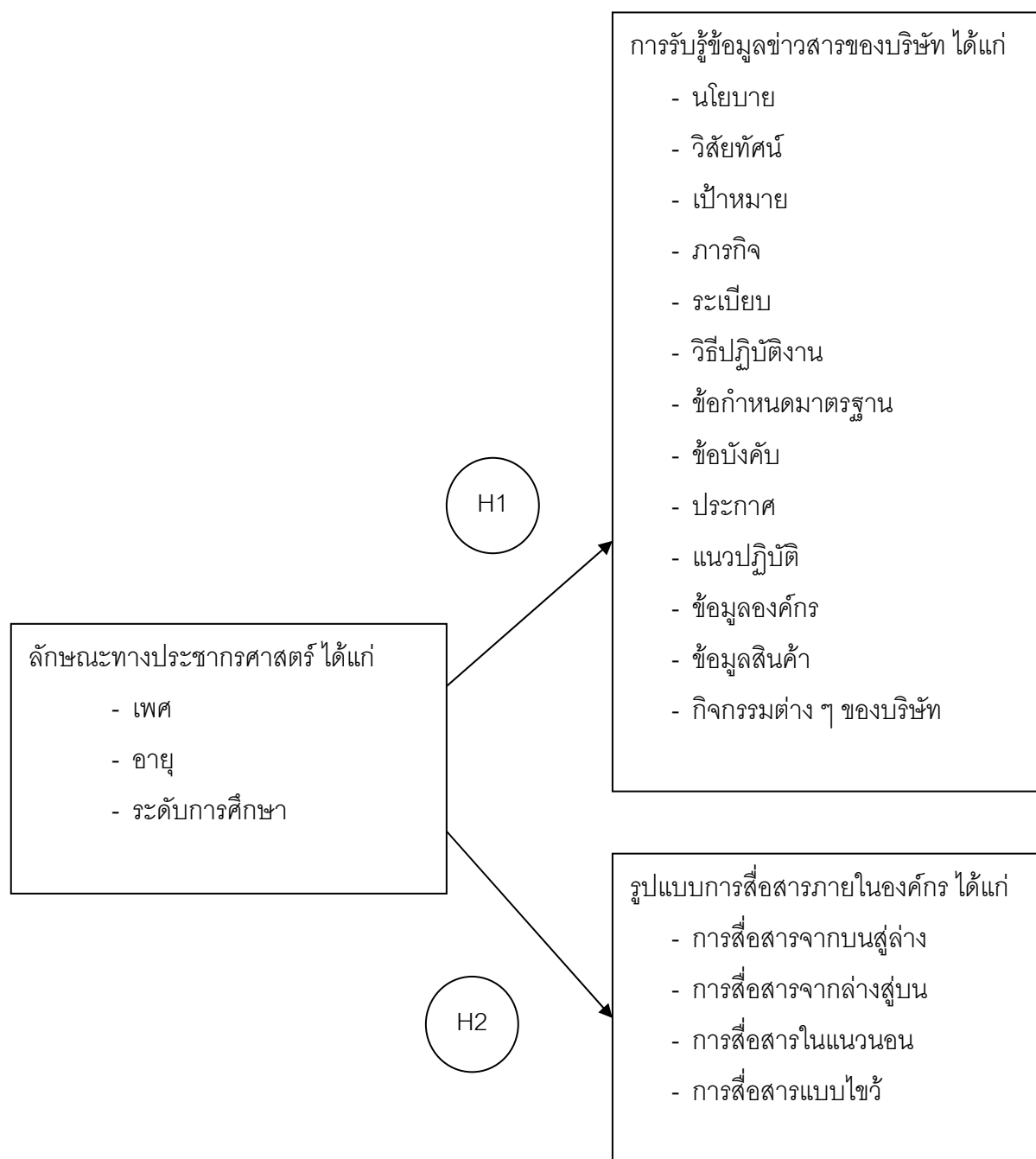
สมมติฐานย่อยที่ 2.13ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารในแนวนอนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.14ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสาร-การสื่อสารแบบไขว้แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.15ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการภายในองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน

ภาพที่ 3.1

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา



หมายเหตุ

H1 แทน สมมติฐานที่ 1

H2 แทน สมมติฐานที่ 2

เกณฑ์การวัดค่าตัวแปร

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารจากบนสู่ล่าง การสื่อสารจากล่างสู่บน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแบบไขว้ โดยใช้มาตรวัดแบบไลเคิร์ต (Likert Scale) และมีเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับคะแนนของคำถาม		
ระดับความคิดเห็น	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
เฉย ๆ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

หลังจากนั้นนำคะแนนจากแต่ละข้อของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมารวมกัน เพื่อหาระดับเฉลี่ยของรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรแต่ละข้อ โดยมีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เฉย ๆ
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับการวัดตัวแปรเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับความถี่	ระดับคะแนนของคำถาม
มากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5
มาก	ให้คะแนนเป็น 4
ปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเป็น 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเป็น 1

หลังจากนั้นนำคะแนนจากแต่ละข้อของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมารวมกัน เพื่อหาระดับเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยมีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	เปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	เปิดรับข้อมูลข่าวสารมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เปิดรับข้อมูลข่าวสารปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	เปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	เปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการใช้ช่องทางการสื่อสารในหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับความถี่	ระดับคะแนนของคำถาม
มากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5
มาก	ให้คะแนนเป็น 4
ปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเป็น 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเป็น 1

หลังจากนั้นนำคะแนนจากแต่ละข้อของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมารวมกัน เพื่อหาระดับเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยมีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ใช้ช่องทางการสื่อสารนั้นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ใช้ช่องทางการสื่อสารนั้นมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ใช้ช่องทางการสื่อสารนั้นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ใช้ช่องทางการสื่อสารนั้นน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ใช้ช่องทางการสื่อสารนั้นน้อยที่สุด

การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 281 ชุด และมีช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 ถึง เดือนมกราคม 2553

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามนั้น ผู้ศึกษาได้ทดสอบ ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและขอคำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุง โดยเน้นความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา แล้วนำข้อเสนอแนะนั้นมาปรับปรุงแบบสอบถามต่อไป

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วคำนวณหาความเชื่อมั่นของการวัด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Alpha Coefficient of Cronbach) ได้ค่าเท่ากับ 0.807 ผลที่ได้จากแบบสอบถาม แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และความคิดเห็น ในรูปของจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ย ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) มี T-Test และ One-way ANOVA

ผู้ศึกษาประมวลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ คือ โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science)