

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา และความผูกพันในงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย และนำแบบสอบถามมาพัฒนาให้มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โดยนำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถาม (Discrimination Power) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามลำดับ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ประจำที่ทำงานให้กับกลุ่มองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรด้านมูลนิธิด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 51 องค์กร (กรมการปกครอง; ข้อมูล ณ วันที่ 18 กันยายน 2550) ส่วนประชากรที่จะทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ระดับผู้ได้บังคับบัญชาหรือผู้ตาม จำนวน 423 คน

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{โดยที่} \quad \begin{array}{l} n = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \\ N = \text{จำนวนประชากร} \\ e = \text{ความคลาดเคลื่อน} \end{array}$$

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ได้บังคับบัญชาหรือผู้ตามทั้งหมดจำนวน 205 คน จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยแบ่งตามเขตที่สำนักงานของมูลนิธิที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ได้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1
แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเขตที่สำนักงานของมูลนิธิฯตั้งอยู่ในเขต
กรุงเทพมหานคร

เขตในกรุงเทพมหานคร	จำนวนมูลนิธิ	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
เขตคลองเตย	3	22	11
เขตคลองสาน	3	27	14
เขตจตุจักร	2	20	10
เขตดินแดง	4	30	15
เขตดุสิต	4	39	19
เขตบางเขน	5	36	18
เขตบางรัก	2	17	9
เขตปทุมวัน	2	18	9
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	2	13	7
เขตพญาไท	2	15	8
เขตพระนคร	5	40	20
เขตยานนาวา	2	15	8
เขตราชเทวี	3	52	26
เขตลาดพร้าว	1	8	4
เขตวัฒนา	4	30	15
เขตสะพานสูง	1	6	3
เขตสัมพันธวงศ์	1	6	3
เขตสาทร	2	13	7
เขตหนองจอก	1	5	3
เขตห้วยขวาง	2	11	6
รวม	51	423	215

โดยในแต่ละเขต ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามในจำนวนที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ คือเป็นจำนวน 250 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว ดังนี้

1. ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม ซึ่งภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงมี 4 องค์ประกอบด้วยกัน (Bass, Avolio, & Howell, 1992) คือ

- 1) ภาวะผู้นำเชิงบารมี หรือการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Charismatic Leadership/Idealized Influence)
- 2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation)
- 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation)
- 4) การตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration)

2. การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม มี 4 องค์ประกอบด้วยกัน (Spreitzer, 1995) คือ

- 1) ด้านความหมาย (Meaning)
- 2) ด้านสมรรถนะ (Competence)
- 3) ด้านอัตลิติต (Self-determination)
- 4) ด้านผลกระทบ (Impact)

3. ความผูกพันในงาน (Job Involvement) (Kanungo, 1982)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และแบบสอบถามความผูกพันในงาน โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาสร้างและพัฒนาแบบสอบถามขึ้น มีรายละเอียดในทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่ประจำขององค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรของมูลนิธิที่ดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ลักษณะของการตอบแบบสอบถามคือ ให้ผู้ตอบเขียนตอบ หรือทำเครื่องหมาย X ในข้อที่ตรงตามความเป็นจริง รวมมีคำถามทั้งหมด 4 ข้อในส่วนนี้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาข้อคำถามโดยการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของแบส อวอลิโอ และไฮเวล (Bass, Avolio, & Howell, 1992) ซึ่งมีข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 45 ข้อ โดยแบ่งองค์ประกอบได้เป็น 4 ด้านได้ดังนี้

- | | | |
|-------------------------------------|-----------------|--------|
| 1. ภาวะผู้นำเชิงبارมี | มีข้อคำถามจำนวน | 13 ข้อ |
| 2. การสร้างแรงบันดาลใจ | มีข้อคำถามจำนวน | 11 ข้อ |
| 3. การกระตุ้นทางปัญญา | มีข้อคำถามจำนวน | 10 ข้อ |
| 4. การตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล | มีข้อคำถามจำนวน | 11 ข้อ |

แบบสอบถามใช้มาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยในการประเมินค่า มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยแบบสอบถามเป็นเชิงบวก 36 ข้อ และเป็นข้อคำถามเชิงลบ 9 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามส่วนนี้จะเป็นการประเมินภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของเจ้าหน้าที่ประจำขององค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรของมูลนิธิที่ดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงและพัฒนาจากแบบสอบถามของภัครวรรณ ปิ่นแก้ว (2548) มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .83 ซึ่งสร้างและพัฒนาโดยการแปลและเรียบเรียงข้อคำถามในการวัดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาของสไปร์ทเซอร์ (Spreitzer, 1995) และจากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา มีข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 39 ข้อ โดยแบ่งองค์ประกอบได้เป็น 4 ด้านดังนี้

- | | | |
|------------------|-----------------|--------|
| 1. ด้านความหมาย | มีข้อคำถามจำนวน | 9 ข้อ |
| 2. ด้านสมรรถนะ | มีข้อคำถามจำนวน | 10 ข้อ |
| 3. ด้านอัตลักษณ์ | มีข้อคำถามจำนวน | 10 ข้อ |
| 4. ด้านผลกระทบ | มีข้อคำถามจำนวน | 10 ข้อ |

แบบสอบถามใช้มาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยในการประเมินค่า มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยแบบสอบถามเป็นเชิงบวก 32 ข้อ และเป็นข้อคำถามเชิงลบ 7 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามส่วนนี้จะให้เจ้าหน้าที่ประจำขององค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรของมูลนิธิที่ดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเป็นผู้ประเมินตนเอง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความผูกพันในงาน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาแบบสอบถามที่สร้างและพัฒนาขึ้นโดย อโณทัย สินวีรุทัย (2550) มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ .8484 ซึ่งสร้างและพัฒนาโดยการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความผูกพันในงานตามแนวคิดของคานันโก (Kanungo, 1982) ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 22 ข้อ

แบบสอบถามใช้มาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยในการประเมินค่า มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยแบบสอบถามเป็นเชิงบวก 16 ข้อ และเป็นข้อคำถามเชิงลบ 6 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามส่วนนี้จะให้เจ้าหน้าที่ประจำขององค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรของมูลนิธิที่ดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเป็นผู้ประเมินตนเอง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปให้เห็นถึงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้แก่แบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และแบบสอบถามความผูกพันในงาน ดังในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2
แสดงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และแนวคิดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม	แนวคิดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวนข้อคำถาม	ข้อคำถามเชิงบวก	ข้อคำถามเชิงลบ
ส่วนที่ 2 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง	แบส ฮอวลีโอ และโฮเวล (Bass, Avolio, & Howell, 1992)	45	36	9
- ด้านภาวะผู้นำเชิงبارมี		13	11	2
- ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ		11	9	2
- ด้านการกระตุ้นทางปัญญา		10	7	3
- ด้านการตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล		11	9	2
ส่วนที่ 3 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา	สไปรท์เซอร์ (Spreitzer, 1995)	39	32	7
- ด้านความหมาย		9	8	1
- ด้านสมรรถนะ		10	8	2
- ด้านอัตลักษณ์		10	6	4
- ด้านผลกระทบ	10	10	-	
ส่วนที่ 4 ความผูกพันในงาน	คานันโก (Kanungo, 1982)	22	16	6

ลักษณะของแบบสอบถามในส่วนที่ 2-4 ได้แก่ แบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และแบบสอบถามความผูกพันในงาน เป็นมาตรฐานค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่แน่ใจ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนของข้อคำถามเชิงบวก และข้อคำถามเชิงลบ ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3
เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน	
	ข้อคำถามเชิงบวก	ข้อคำถามเชิงลบ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่แน่ใจ	3	3
เห็นด้วย	4	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1

คะแนนที่ได้จากการรวมคะแนนของแบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และแบบสอบถามความผูกพันในงาน ผู้วิจัยจะนำมาทำการแปลผลโดยการหาค่าเฉลี่ยของแต่ละแบบสอบถาม แล้วพิจารณาว่าแต่ละแบบสอบถามมีคะแนนอยู่ในระดับใด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถามออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับปานกลาง และระดับต่ำ โดยใช้สูตรในการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{3} = 1.33 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ในการแบ่งระดับคะแนนดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสามารถแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และแบบสอบถามความผูกพันในงาน ดังตารางที่ 3.4 ดังนี้

ตารางที่ 3.4

การแปลระดับคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม
แบบสอบถามความผูกพันในงาน และแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิง
จิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม

คะแนนเฉลี่ย	ภาวะผู้นำ เปลี่ยนแปลง	การเสริมสร้างพลังอำนาจ ในงานเชิงจิตวิทยา	ความผูกพัน ในงาน
3.68 - 5.00	สูง	สูง	สูง
2.34 - 3.67	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
1.00 - 2.33	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

แนวทางในการสร้างและพัฒนาแบบสอบถามให้มีคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาแบบสอบถามให้มีคุณภาพของแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน คือ แบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และแบบสอบถามความผูกพันในงาน โดยมีขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามให้มีคุณภาพในแต่ละส่วน ดังนี้

แบบสอบถามภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม

1. ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของแบส อโวลิโอ และโฮเวล (Bass, Avolio, & Howell, 1992) และนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม โดยสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมการรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานให้กับมูลนิธิ ในทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำเชิงบริหาร ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ศึกษามา ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 45 ข้อ ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยส่วนบุคคลทำการตรวจพิจารณา และแก้ไขข้อคำถามให้มีความเหมาะสมและถูกต้อง

3. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามทั้ง 45 ข้อ โดยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม ได้ครอบคลุมตามนิยามที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการนำแบบสอบถามไปให้นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 15 คน เป็นผู้พิจารณาข้อความเป็นรายข้อ ว่าข้อคำถามทั้ง 45 ข้อนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม หรือไม่ หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาหาคะแนน โดยถ้าตอบว่าสอดคล้อง จะให้คะแนนเท่ากับ 1 แต่ถ้าตอบว่าไม่สอดคล้อง จะให้คะแนนเท่ากับ 0 แล้วนำผลที่ได้จากการตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อ มาหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Ratio; CVR) ตามสูตรของลอร์ซี (Lawshe, 1975, pp.563-575) แล้วนำค่าที่ได้จากการคำนวณไปเทียบกับตารางค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำสุดที่ยอมรับได้ ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.49 จึงจะมีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนข้อคำถามที่มีอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ก็จะถูกตัดออกไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ออก (ผู้วิจัยได้แสดงค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของข้อคำถามแต่ละข้อไว้ในภาคผนวก ก) ซึ่งในส่วนนี้ตัดข้อคำถามออกจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 28 (ด้านการกระตุ้นทางปัญญา) และข้อที่ 38 (ด้านการตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล) จึงทำให้เหลือข้อคำถามจำนวน 43 ข้อ

4. หลังจากที่ผู้วิจัยได้ตัดข้อคำถามที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ออกจำนวน 2 ข้อแล้ว ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่เหลือจำนวน 43 ข้อ ไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคือเจ้าหน้าที่ประจำที่ทำงานให้กับกลุ่มองค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรด้านมูลนิธิ ด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 215 คน มาทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม (Discrimination Power) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ (Item Analysis) ด้วยค่าที (t-test) โดยนำคะแนนที่ได้มาเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยแบ่งเป็นกลุ่มสูง 25% กลุ่มต่ำ 25% แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ จากนั้นนำค่าเฉลี่ย และนำค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถามไปหาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สถิติ

การทดสอบค่าที (t-test) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป โดยถือว่ามีความสำคัญสูง และนำไปหาค่าความเชื่อมั่นต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามที่มีค่า t ต่ำกว่า 1.75 ออก (ผู้วิจัยได้แสดงค่า t ของข้อคำถามแต่ละข้อไว้ในภาคผนวก ก) ซึ่งในส่วนนี้ตัดข้อคำถามออกจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อ 30 (ด้านการกระตุ้นปัญญา) จึงทำให้เหลือข้อคำถามจำนวน 42 ข้อ

5. ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกมากกว่าหรือเท่ากับ 1.75 ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 42 ข้อ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัดความคงที่ภายใน (Coefficient of Internal Consistency) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (รัตนา ศิริพานิช, 2533, หน้า 182-185) จากนั้นทำการเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนข้อคำถามทั้งหมด (Corrected Item Total Correlation) มากกว่า .216 (ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 60 คน) มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยและทำการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งในส่วนนี้ พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่าความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนข้อคำถามทั้งหมดมากกว่า .216 จึงมิได้ตัดข้อคำถามข้อใดออก ดังนั้น จึงมีข้อคำถามที่นำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดจำนวน 42 ข้อ

แบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม

1. ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาของสไปร์ทเซอร์ (Spreitzer, 1995) และได้ นำแบบสอบถามการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาของ ภักธรวรรณ ปิ่นแก้ว (2548) มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อวัดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา โดยมีข้อคำถามครอบคลุมการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความหมาย ด้านสมรรถนะ ด้านอัตลัษิต และด้านผลกระทบ

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามเพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 39 ข้อ ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยส่วนบุคคลทำการตรวจพิจารณาและแก้ไขข้อคำถามให้มีความเหมาะสมและถูกต้อง

3. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามทั้ง 39 ข้อ โดยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา ได้ครอบคลุมตามนิยามที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการนำแบบสอบถามไปให้นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 15 คน เป็นผู้พิจารณาข้อความเป็นรายข้อ ว่าข้อคำถามทั้ง 39

ข้อนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาหรือไม่ หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาให้คะแนน โดยถ้าตอบว่าสอดคล้อง จะให้คะแนนเท่ากับ 1 แต่ถ้าตอบว่าไม่สอดคล้อง จะให้คะแนนเท่ากับ 0 แล้วนำผลที่ได้จากการตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อมาหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Ratio; CVR) ตามสูตรของลอร์ซี (Lawshe, 1975, pp.563-575) แล้วนำค่าที่ได้จากการคำนวณไปเทียบกับตารางค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำสุดที่ยอมรับได้ ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.49 จึงจะมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนข้อคำถามที่มีอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ก็จะถูกตัดออกไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ออก (ผู้วิจัยได้แสดงค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของข้อคำถามแต่ละข้อไว้ในภาคผนวก ก) ซึ่งในส่วนนี้ตัดข้อคำถามออกจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 30 (ด้านผลกระทบ) จึงทำให้เหลือข้อคำถามจำนวน 38 ข้อ

4. หลังจากที่ได้ตัดข้อคำถามที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ออกจำนวน 1 ข้อแล้ว ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่เหลือจำนวน 38 ข้อ ไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ประจำที่ทำงานให้กับกลุ่มองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรด้านมูลนิธิ ด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 215 คน มาทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม (Discrimination Power) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ (Item Analysis) ด้วยค่า t (t-test) โดยนำคะแนนที่ได้มาเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยแบ่งเป็นกลุ่มสูง 25% กลุ่มต่ำ 25% แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ จากนั้นนำค่าเฉลี่ย และนำค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถามไปหาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สถิติการทดสอบค่า t (t-test) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป โดยถือว่ามีอำนาจจำแนกสูง และนำไปหาค่าความเชื่อมั่นต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามที่มีค่า t ต่ำกว่า 1.75 ออก (ผู้วิจัยได้แสดงค่า t ของข้อคำถามแต่ละข้อไว้ในภาคผนวก ก) ซึ่งในส่วนนี้ตัดข้อคำถามออกจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อ 24 (ด้านอัตถิวิสัย) จึงทำให้เหลือข้อคำถามจำนวน 37 ข้อ

5. ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกมากกว่าหรือเท่ากับ 1.75 ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 37 ข้อ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัดความคงที่ภายใน (Coefficient of Internal Consistency) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (รัตนา ศิริพานิช, 2533, หน้า 182-185) จากนั้นทำการเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า

ความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนข้อคำถามทั้งหมด (Corrected Item Total Correlation) มากกว่า .216 (ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 60 คน) มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยและทำการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งในส่วนนี้ พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนข้อคำถามทั้งหมดต่ำกว่า .216 มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 15, 18 และ 19 ซึ่งทั้ง 3 ข้อนี้อยู่ในด้านสมรรถนะทั้งหมด ดังนั้น จึงเหลือข้อคำถามที่นำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดจำนวน 34 ข้อ

แบบสอบถามความผูกพันในงาน

1. ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความผูกพันในงานตามแนวคิดของคานันโก (Kanungo, 1982) และได้นำแบบสอบถามความผูกพันในงาน ของ อโณทัย สนิวีรุทัย (2550) มาปรับปรุงและพัฒนา เพื่อวัดความผูกพันในงาน

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 22 ข้อ ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยส่วนบุคคลทำการตรวจพิจารณาและแก้ไขข้อคำถามให้มีความเหมาะสมและถูกต้อง

3. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามทั้ง 22 ข้อ โดยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดความผูกพันในงานได้ครอบคลุมตามนิยามที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการนำแบบสอบถามไปให้นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 15 คน เป็นผู้พิจารณาข้อความในรายข้อ ว่าข้อคำถามทั้ง 39 ข้อนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องความผูกพันในงานหรือไม่ หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาให้คะแนน โดยถ้าตอบว่าสอดคล้อง จะให้คะแนนเท่ากับ 1 แต่ถ้าตอบว่าไม่สอดคล้อง จะให้คะแนนเท่ากับ 0 แล้วนำผลที่ได้จากการตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อมาหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Ratio; CVR) ตามสูตรของลอร์วีซี (Lawshé, 1975, pp.563-575) แล้วนำค่าที่ได้จากการคำนวณไปเทียบกับตารางค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำสุดที่ยอมรับได้ ซึ่งต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.49 จึงจะมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนข้อคำถามที่มีอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 ก็จะถูกตัดออกไป ซึ่งในส่วนนี้ ไม่มีข้อคำถามใดที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 (ผู้วิจัยได้แสดงค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของข้อคำถามแต่ละข้อไว้ในภาคผนวก ก) ดังนั้น จึงไม่มีข้อคำถามใดถูกตัดออก

4. ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามทั้ง 22 ข้อ ที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มากกว่า 0.49 ไปทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคือเจ้าหน้าที่ประจำที่ทำงานให้กับกลุ่มองค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรด้านมูลนิธิด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ใน

เขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 215 คน มาทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม (Discrimination Power) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ (Item Analysis) ด้วยค่าที่ (t-test) โดยนำคะแนนที่ได้มาเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยแบ่งเป็นกลุ่มสูง 25% กลุ่มต่ำ 25% แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ จากนั้นนำค่าเฉลี่ย และนำค่าความแปรปรวนของแต่ละข้อคำถามไปหาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที่ (t-test) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป โดยถือว่าม้ออำนาจจำแนกสูง และนำไปหาค่าความเชื่อมั่นต่อไป ซึ่งในส่วนนี้ พบว่า ไม่มีข้อคำถามใดที่มีค่า t ต่ำกว่า 1.75 (ผู้วิจัยได้แสดงค่า t ของข้อคำถามแต่ละข้อไว้ในภาคผนวก ก) ดังนั้น จึงไม่มีข้อคำถามใดถูกตัดออกไป

5. ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกมากกว่าหรือเท่ากับ 1.75 ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 22 ข้อ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัดความคงที่ภายใน (Coefficient of Internal Consistency) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (รัตนา ศิริพานิช, 2533, หน้า 182-185) จากนั้นทำการเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนข้อคำถามทั้งหมด (Corrected Item Total Correlation) มากกว่า .216 (ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 60 คน) มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยและทำการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งในส่วนนี้ พบว่า ข้อคำถามที่มีค่าความสัมพันธ์ของคะแนนแต่ละข้อกับคะแนนข้อคำถามทั้งหมดต่ำกว่า .216 มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 7 ดังนั้น จึงเหลือข้อคำถามที่นำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดจำนวน 21 ข้อ

จากผลการคำนวณหาคุณภาพของแบบสอบถาม จึงคงเหลือข้อคำถามที่มีคุณภาพ และนำไปใช้ประมวลผลในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละชุดทั้งด้านรวม และแยกตามรายด้าน ดังแสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5
แสดงจำนวนข้อคำถามและค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามเป็นรายด้าน

แบบสอบถาม	จำนวน (ข้อ)	ค่าความเชื่อมั่น
<u>ส่วนที่ 2</u> การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง	42	.9750
- ด้านภาวะผู้นำเชิงبارมี	13	.9474
- ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	11	.9226
- ด้านการกระตุ้นทางปัญญา	8	.8734
- ด้านการตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	10	.9266
<u>ส่วนที่ 3</u> การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยา	34	.8815
- ด้านความหมาย	9	.8086
- ด้านสมรรถนะ	7	.8145
- ด้านอัตลักษณ์	9	.8633
- ด้านผลกระทบ	9	.7894
<u>ส่วนที่ 4</u> ความผูกพันในงาน	21	.8355

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำหนังสือในนามโครงการปริญญาโทสาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อนำไปยื่นแก่มูลนิธิในการขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. ประสานงานกับองค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรของมูลนิธิที่ดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยจะนำเอกสารไปยื่นด้วยตนเองส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งจะส่งเอกสารผ่านทางไปรษณีย์ และแจ้งวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจและตอบแบบสอบถามให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยเริ่มส่งแบบสอบถามออกในวิธีต่างๆดังกล่าวในวันที่ 14 มกราคม 2551 ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน

3. นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมากรอกข้อมูลและตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS for Windows) โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน จำนวนโครงการที่เคยรับผิดชอบ จำนวนโครงการที่รับผิดชอบอยู่ในปัจจุบัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม และความผูกพันในงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบรายคู่ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

4. การวิเคราะห์เพื่อเสนอสมการพยากรณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตัวแปรตาม เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และหาสมการพยากรณ์ที่ดีที่สุด โดยการวิเคราะห์ตัวแปรด้วยการเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นๆ (Stepwise)

การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ มีรายละเอียดดังตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6

แสดงสถิติและการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตามมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 1.1 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านภาวะผู้นำเชิงบารมี หรือการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 1.2 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านการสร้างแรงบันดาลใจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 1.3 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านการกระตุ้นทางปัญญามีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 1.4 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านกระตือรือร้นถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตามมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 2.1 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านภาวะผู้นำเชิงบารมี หรือการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านการสร้างแรงบันดาลใจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)
แสดงสถิติและการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.3 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านการกระตุ้นทางปัญญามีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 2.4 การรับรู้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้ตามด้านการตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 3 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตามมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 3.1 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตามด้านความหมายมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 3.2 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตามด้านสมรรถนะมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 3.3 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตามด้านอัตลักษณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 3.4 การเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตามด้านผลกระทบมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันในงาน	Pearson's Product Moment Correlation Coefficient
สมมติฐานที่ 4 องค์ประกอบของภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตามอย่างน้อย 1 องค์ประกอบ สามารถทำนายการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตาม	Stepwise Multiple Regression
สมมติฐานที่ 5 องค์ประกอบของภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามการรับรู้ของผู้ตาม และการเสริมสร้างพลังอำนาจในงานเชิงจิตวิทยาตามการรับรู้ตนเองของผู้ตามอย่างน้อย 1 องค์ประกอบ สามารถทำนายความผูกพันในงาน	Stepwise Multiple Regression

