

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร ในตัวแปรของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และวิธีการสร้างอิทธิพล ที่ส่งผลกระทบต่อผลปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระในธุรกิจเครือข่ายแห่งหนึ่ง ในเขตคลองเตย ซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร สำหรับการวิจัยในครั้งนี้คือนักธุรกิจอิสระที่อยู่ในกลุ่มการเรียนรู้แห่งหนึ่งในเขตคลองเตย มีนักธุรกิจอิสระทั้งสิ้น 600 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 11 พฤศจิกายน 2549)

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรของ ยามาเน (Yamane, 1973, p. 725) ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 240 คน และสุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่

1. ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค
2. ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย
3. วิธีการสร้างอิทธิพล

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ผลปฏิบัติงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งศึกษาจากการรวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสร้างข้อคำถามขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักธุรกิจอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่เข้าร่วมธุรกิจ ลำดับขั้นความสำเร็จ และเป้าหมายในเดือนปัจจุบัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย **√** ลงหน้าข้อความและเติมคำตอบ โดยแบ่งเป็นสองส่วน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ และข้อมูลเกี่ยวกับผู้แนะนำธุรกิจ จำนวน 5 ข้อ

2. แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค

เป็นแบบทดสอบที่ผู้วิจัยพัฒนามาจาก เนื้อหาและความหมายของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคของ สตอลทซ์ (Stoltz, 1997) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การควบคุม (Control) ความรับผิดชอบต่อปัญหา (Ownership) การขยายตัวของปัญหา (Reach) และการรับรู้ถึงระยะเวลาที่ต้องอดทน (Endurance) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 60 ข้อ โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ข้อคำถามเชิงลบ ได้แก่ 3, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 17, 18, 19, 21, 25, 26, 28, 29, 30, 32, 38, 39, 40

ข้อคำถามเชิงบวก ได้แก่ 1, 2, 4, 5, 6, 10, 13, 15, 16, 20, 22, 23, 24, 27, 31, 33, 34, 35, 36, 37

ตารางที่ 3.1

แสดงการแบ่งข้อคำถามแยกตามมิติของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค

ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค	ข้อ
การควบคุม	4, 6, 9, 14, 19, 24, 28, 31, 35, 38
ความรับผิดชอบต่อปัญหา	1, 8, 10, 15, 17, 21, 23, 30, 33, 40
การขยายตัวของปัญหา	3, 5, 11, 13, 18, 22, 25, 27, 32, 36
การรับรู้ถึงระยะเวลาที่ต้องอดทน	2, 7, 12, 16, 20, 26, 29, 34, 37, 39

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดการประมาณค่า ข้อคำถามที่มีลักษณะสถานการณ์สมมติ เพื่อให้ผู้ตอบจินตนาการว่าหากเกิดสถานการณ์ดังกล่าวขึ้น จะตอบสนองต่อสถานการณ์นั้นอย่างไร และแบ่งระดับในการเลือกตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับ 1 จะอยู่ใกล้เคียงกับข้อคำตอบทางซ้ายมือมากที่สุด
- ระดับ 2 จะอยู่รองลงมาจากระดับ 1
- ระดับ 3 จะอยู่ในระดับปานกลางเท่าๆ กันจากข้อคำตอบทางซ้าย และขวามือ
- ระดับ 4 จะอยู่รองลงมาจากระดับ 5
- ระดับ 5 จะอยู่ใกล้เคียงกับข้อคำตอบทางขวามือมากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

ตารางที่ 3.2

เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนข้อคำถามเชิงบวก	ระดับคะแนนข้อคำถามเชิงลบ
ระดับ 5	5	1
ระดับ 4	4	2
ระดับ 3	3	3
ระดับ 2	2	4
ระดับ 1	1	5

การแปลผลจากคะแนนแบบสอบถามในส่วนนี้ จะพิจารณาจากคะแนนรวม โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ช่วง โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยให้ค่าไม่เกินควอไทล์ที่ 1 เป็นกลุ่มต่ำ ค่าระหว่างควอไทล์ที่ 2 ถึง 3 เป็นกลุ่มปานกลาง และค่าตั้งแต่ควอไทล์ที่ 4 เป็นกลุ่มสูง

3. แบบสอบถามความผูกพันใจต่อเป้าหมาย

โดยแปลและดัดแปลงมาจากแบบสอบถามของ ลอคค์ และลาธัม (Locke and Latham, 1990) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน โดยมีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 9 ข้อ และนำมาพัฒนาด้วยการเพิ่มข้อคำถาม ซึ่งแบบสอบถามที่พัฒนาใหม่นี้ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 30 ข้อ โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ข้อคำถามเชิงลบ ได้แก่ 3, 4, 5, 6, 9, 11, 12, 13, 16, 19, 21, 23, 24, 27, 28

ข้อคำถามเชิงบวก ได้แก่ 1, 2, 7, 8, 10, 14, 15, 17, 18, 20, 22, 25, 26, 29, 30

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดการประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบตามความรู้สึกของผู้ตอบ ดังนี้
แบบสอบถามแต่ละข้อมีคะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน เกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

ตารางที่ 3.3

เกณฑ์การคะแนนของแบบสอบถามความผูกพันใจต่อเป้าหมาย

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนข้อคำถามเชิงบวก	ระดับคะแนนข้อคำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ปานกลาง	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

การแปลผลจากคะแนนแบบสอบถามในส่วนนี้ จะพิจารณาจากคะแนนรวม โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ช่วง โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยให้ค่าน้อยกว่า -1 S.D. เป็นกลุ่มต่ำ ค่าระหว่าง -1 S.D. ถึง +1 S.D. เป็นกลุ่มปานกลาง และค่ามากกว่า +1 S.D. เป็นกลุ่มสูง

4. แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล

โดยแปลและดัดแปลงมาจากแบบสอบถามของ ยูคูล์ (Yukl, 2000) ซึ่งแบ่งออกเป็น 9 วิธีการ โดยมีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 45 ข้อ โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 3.4

แสดงข้อคำถามแบ่งตามวิธีการสร้างอิทธิพล

วิธีการสร้างอิทธิพล	ข้อ
อำนาจตามกฎหมาย	6, 16, 19, 30, 43
การโน้มน้าวด้วยเหตุผล	1, 15, 22, 34, 45
การสร้างแรงบันดาลใจ	9, 18, 25, 28, 38
การให้คำปรึกษา	2, 11, 20, 33, 41
การแลกเปลี่ยน	3, 12, 26, 29, 44
เสนอให้ส่วนบุคคล	7, 14, 23, 36, 39
การประจบเอาใจ	4, 10, 21, 31, 42
การสร้างแรงกดดัน	8, 13, 27, 35, 37
การขอความร่วมมือ	5, 17, 24, 32, 40

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดการประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ให้เลือกตอบตามการรับรู้ความถี่ของพฤติกรรมของอภีไลน์ที่ปฏิบัติต่อผู้ตอบ ดังนี้

การแปลผลจากคะแนนแบบสอบถามในส่วนนี้ จะพิจารณาจากคะแนนรวม โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 3 ช่วง โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยให้ค่าน้อยกว่า -1 S.D. เป็นกลุ่มต่ำ ค่าระหว่าง -1 S.D. ถึง +1 S.D. เป็นกลุ่มปานกลาง และค่ามากกว่า +1 S.D. เป็นกลุ่มสูง

แบบสอบถามแต่ละข้อมีคะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน เกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

ตารางที่ 3.5

แสดงเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล

ระดับการรับรู้ความถี่ของพฤติกรรม	คะแนน
บ่อยมาก	5
บ่อย	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่เคย	1

5. แบบสอบถามการประเมินผลปฏิบัติงาน

แบบสอบถามนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนนักธุรกิจและสมาชิกที่สมัครใหม่ ยอดธุรกิจ (Point Value) และจำนวนครั้งในการเข้าประชุม โดยในแต่ละด้านจะจัดอันดับเป็น สูง กลาง และต่ำ ดังนี้

ตารางที่ 3.6

แสดงเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามการประเมินผลปฏิบัติงาน

ผลปฏิบัติงาน	ต่ำ	กลาง	สูง
จำนวนผู้สมัครใหม่	ไม่เกิน 1 คน	2 คน	3 คนขึ้นไป
ยอดธุรกิจ	10,000	10,001-149,999	150,000
จำนวนครั้งในการเข้าประชุม	ไม่เกิน 5 ครั้ง	6 - 7 ครั้ง	8 ครั้งขึ้นไป

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และวิธีการสร้างอิทธิพล ไปให้นักศึกษาปริญญาโท สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 15 คน เป็นผู้พิจารณาพร้อมทั้งขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และสำหรับแบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ได้ให้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีระศักดิ์ กำบรรณารักษ์ เป็นผู้ตรวจสอบข้อคำถามและเสนอความคิดเห็นร่วมด้วย จากนั้นนำผลที่ได้มาหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาด้วยวิธีลอร์วีซี (Lawshe, 1975, pp. 563-575) โดยนำค่าที่ได้ไปเทียบกับตารางอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำสุดที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.49 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ข้อคำถามที่มีอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต่ำกว่า 0.49 จะถูกตัดออกไป โดยตัดข้อคำถามออก 41 ข้อ (ดังแสดงในภาคผนวก ข) ได้แก่

- แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค มิติ การควบคุม ตัดข้อ 2, 3, 5, 8, 14

- แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค มิติ ความรับผิดชอบ ต่อปัญหา ตัดข้อ 5, 10, 11, 14, 15

- แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค มิติ การขยายตัวของ ปัญหา ตัดข้อ 6, 7, 8, 12, 13

- แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค มิติ การรับรู้ถึง ระยะเวลาที่ต้องอดทน ตัดข้อ 1, 8, 11, 12, 13

- แบบสอบถามความผูกพันใจต่อเป้าหมาย ตัดข้อ 11, 14, 30

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ อำนาจตามกฎหมาย ตัดข้อ 2, 3

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การโน้มน้าวด้วยเหตุผล ตัดข้อ 6, 7

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การสร้างแรงบันดาลใจ ตัดข้อ 2, 5

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การให้คำปรึกษา ตัดข้อ 2, 4

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การแลกเปลี่ยน ตัดข้อ 4, 5

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ เสน่ห์ส่วนบุคคล ตัดข้อ 2, 7

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การประจบเอาใจ ตัดข้อ 2, 3

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การสร้างแรงกดดัน ตัดข้อ 2, 7

- แบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล หัวข้อ การขอความร่วมมือ ตัดข้อ 1, 7
จากนั้นนำไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (pretest) กับนักธุรกิจอิสระที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน นำมาตรวจให้คะแนน และวิเคราะห์รายข้อเพื่อหาค่าอำนาจจำแนก (Discriminant power) โดยใช้วิธีการทดสอบด้วยค่า ที (t-test) โดยเรียงคะแนนจากคะแนนสูงสุดไปต่ำสุด คิดจาก 27% ของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ เลือกเฉพาะข้อที่มีค่าที่ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป โดยตัดข้อคำถามออก 6 ข้อ (ดังแสดงในภาคผนวก ข) ได้แก่
- แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค ตัดข้อ 6, 25
- แบบสอบถามความผูกพันใจต่อเป้าหมาย ตัดข้อ 9, 12, 23, 27
- จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach) และวิธีแบบสอบซ้ำ (Measures of Stability) (รัตนา ศิริพานิช, 2535, น. 165) ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ตารางที่ 3.7

แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค (ทั้งฉบับ)	0.965
- การควบคุม	0.917
- ความรับผิดชอบต่อปัญหา	0.863
- การขยายตัวของปัญหา	0.838
- การรับรู้ถึงระยะเวลาที่ต้องอดทน	0.874
ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย (ทั้งฉบับ)	0.941
วิธีการสร้างอิทธิพล (ทั้งฉบับ)	0.903
- อำนาจตามกฎหมาย	0.831
- การโน้มน้าวด้วยเหตุผล	0.706
- การสร้างแรงบันดาลใจ	0.784
- การให้คำปรึกษา	0.883
- การแลกเปลี่ยน	0.912
- เสน่ห์ส่วนบุคคล	0.833

ตารางที่ 3.7 (ต่อ)
แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
- การประจบเอาใจ	0.931
- การสร้างแรงกดดัน	0.873
- การขอความร่วมมือ	0.903

จากตารางที่ 3.7 พบว่าแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นสูงที่สุดคือ แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค (ค่าความเชื่อมั่น = 0.96) รองลงมาคือแบบสอบถามความผูกพันใจต่อเป้าหมาย (ค่าความเชื่อมั่น = 0.941) และสุดท้ายคือแบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล (ค่าความเชื่อมั่น = 0.903)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจาก หัวหน้ากลุ่มศูนย์การเรียนรู้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาเพื่อให้หัวหน้ากลุ่มพิจารณาอนุญาตให้ทำการเก็บข้อมูลจริงได้ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามส่งให้ผู้ดูแลในแต่ละวันประชุมเพื่อทำการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ มาทำการตรวจสอบและนำข้อมูลที่ได้ไปลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS for Windows) โดยทำการวิเคราะห์ ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยสถิติที่ใช้ คือ การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percent)

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ส่วนที่ 3 สร้างสมการทำนายผลการปฏิบัติงาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 3.8

แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรคแตกต่างกันมีผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2 ความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกันมีผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน	One - Way ANOVA
สมมติฐานที่ 3 ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรคแตกต่างกันมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	Pearson's Product Moment Correlation
สมมติฐานที่ 5 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกัน	One - Way ANOVA

ตารางที่ 3.8
แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 6 วิธีการสร้างอิทธิพลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	Pearson's Product Moment Correlation
สมมติฐานที่ 7 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน	One - Way ANOVA

