

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ประเภทวิจัยเชิงอธิบาย (Explanatory Research) โดยเลือกใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) เป็นการออกแบบการวิจัยเป็นลำดับ (Sequential Designs) โดยทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ต่อจากนั้นทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงปริมาณ

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จาก 12 บริษัท จำนวน 2,793 คน รายละเอียดปรากฏดังตาราง 5 (ข้อมูล ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2558 จากฝ่ายบุคคล)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การกำหนดขนาดตัวอย่าง ใช้การคำนวณแบบทราบประชากร โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 125) และใช้ระดับช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 คำนวณจากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + (NE^2)}$$

$$n = \frac{2,793}{1 + (2,793 \times .05^2)} = 349.89 \approx 350 \text{ คน}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่างทั้งหมด

N แทน จำนวนประชากร จำนวน 2,793 คน

E แทน ระดับความผิดพลาดที่ยอมรับได้ เท่ากับ .05

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง 350 คน และตัวแบบการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาประมาณค่า 26 ตัว คิดเป็น 13.48 เท่าของตัวแปรในตัวแบบ สอดคล้องกับเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างโดยทั่วไป ที่กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ 5-20 เท่าของตัวแปรในตัวแบบ (Kline. 2011: 12) ทำการบวกเพิ่มอีกร้อยละ 10 เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์

$$n = 350 + \left(350 \times \frac{10}{100} \right) = 385 \text{ คน}$$

2. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เนื่องจากความแตกต่างของการบริหารงานและการปฏิบัติงานในแต่ละบริษัท โดยให้บริษัทย่อยเป็นชั้น จำนวน 12 บริษัท ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างของแต่ละบริษัทให้เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรของแต่ละบริษัท (Proportion Allocation) รายละเอียดปรากฏดังตาราง 5

$$n_h = \frac{nN_h}{N}, h = 1, 2, \dots, 12$$

เมื่อ	n_h	แทน	ขนาดตัวอย่างแต่ละบริษัท
	n	แทน	ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
	N_h	แทน	จำนวนประชากรแต่ละบริษัท
	N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด
	h	แทน	บริษัทย่อย จำนวน 12 บริษัท

3. สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มรายชื่อบุคลากรในแต่ละบริษัท รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 385 คน

ตาราง 5 จำนวนประชากรและขนาดตัวอย่าง จำแนกตามธุรกิจในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ชื่อบริษัท	ประชากร (คน)	ร้อยละของ ประชากร	ตัวอย่าง (คน)
1. บจก.เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์	512	18.33	71
2. บจก.จีเอ็มเอ็ม มิวสิค (GMM Music)	440	15.75	61
3. บจก.จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โอ ซ็อบปีง	255	9.13	35
4. บจก.จีเอ็มเอ็ม แชนแนล ทีวี (GMM Channel TV)	252	9.02	35
5. บจก.ดิจิตอล บิสสิเนส (GMMD)	223	7.98	31
6. บจก.เทรดดิ้ง (Trading)	217	7.77	30
7. บมจ.จีเอ็มเอ็ม มีเดีย (GMM Media)	214	7.66	29
8. บจก.จีเอ็มเอ็ม ทีวี (GMM TV)	181	6.48	25
9. บจก.Back Office - Corporate GMM	157	5.62	21
10. บจก.มันนี่แชนแนล (Money Channel)	137	4.91	19
11. บจก.จีทีเอช (GTH)	104	3.72	14
12. บจก.แซท เทรดดิ้ง (Z Trading)	101	3.62	14
รวม	2,793	100	385

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงขึ้นจากแบบสอบถามที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการบริหารจัดการองค์กร ผลการปฏิบัติงานของบุคลากร และผลการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร และความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จากเอกสาร วารสาร หนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และจิตลักษณะบุคลากร เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. สร้างตารางวิเคราะห์เนื้อหาและพฤติกรรม โดยจัดทำเป็นกรอบเค้าโครงความคิด รวบรวมของแต่ละตัวแปรก่อนการจัดทำร่างแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการร่างข้อคำถามตามนิยามศัพท์ เฉพาะ ที่ได้ระบุพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัว ตามกรอบแนวคิดและขอบเขตของการวิจัย

3. กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน (ภาคผนวก ค) เพื่อตรวจสอบ ตัวแปร นิยามศัพท์เฉพาะ และพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถามสำหรับการวิจัย เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และให้ข้อเสนอแนะ แล้วนำผลการ พิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยกำหนดคะแนนไว้ ดังนี้

+1 เมื่อ “แน่ใจว่าสอดคล้อง” กับขอบข่ายเนื้อหาตามโครงสร้างที่ระบุไว้

0 เมื่อ “ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง” กับขอบข่ายเนื้อหาตามโครงสร้างที่ระบุไว้

-1 เมื่อ “แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง” กับขอบข่ายเนื้อหาตามโครงสร้างที่ระบุไว้

จากผลการวิเคราะห์หาความตรงตามเนื้อหา (ภาคผนวก ง) ปรากฏดังตาราง 6 ผู้วิจัยทำการปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่า IOC .60-.80 ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ โดยทำการปรับปรุงนิยามศัพท์เฉพาะ และพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แล้ว จึงสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ตาราง 6 สรุปผลการวิเคราะห์การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	ค่า IOC	ค่า α
1. ผลการปฏิบัติงานของบุคลากร	12	.60-1.00	.850
2. ผลการดำเนินงานขององค์กร	17	.60-1.00	.930
3. ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร	8	.60-1.00	.885
4. ความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้	19	.60-1.00	.972
5. วัฒนธรรมองค์กร	11	.80-1.00	.917
6. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	13	.60-1.00	.959
7. จิตลักษณะบุคลากร	11	.80-1.00	.820

4. ทดลองใช้ (Tryout) เครื่องมือการวิจัยทั้งฉบับกับบุคลากรของบริษัทที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient, α) (Cronbach. 1951: 299) ซึ่งค่า α ยิ่งมากยิ่งดี โดยปกติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ .70 ขึ้นไป ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับเกณฑ์ดังกล่าว (ภาคผนวก จ) ปรากฏดังตาราง 6

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการบริหารของธุรกิจในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 ชุด (ภาคผนวก ก) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน และค่าตอบแทนเฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือน คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหาร จำนวน 29 ข้อ โดยมีรายละเอียดของคำถาม ดังนี้

- | | |
|------------------------------|--------------|
| 1. ผลการปฏิบัติงานของบุคลากร | จำนวน 12 ข้อ |
| 2. ผลการดำเนินงานขององค์กร | จำนวน 17 ข้อ |

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert. 1932: 16-20) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของคะแนน เป็น 5 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร จำนวน 8 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เช่นเดียวกับตอนที่ 2 โดยมีรายละเอียดของคำถามในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| 1. ความผูกพันด้านจิตใจ | จำนวน 4 ข้อ |
| 2. ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร | จำนวน 2 ข้อ |

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ จำนวน 19 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าเช่นเดียวกับตอนที่ 2 โดยมีรายละเอียดของคำถามในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

- | | |
|-------------------------------|-------------|
| 1. พลวัตการเรียนรู้ | จำนวน 4 ข้อ |
| 2. การปรับเปลี่ยนองค์การ | จำนวน 5 ข้อ |
| 3. การเพิ่มบทบาทให้กับบุคลากร | จำนวน 4 ข้อ |
| 4. การจัดการความรู้ | จำนวน 4 ข้อ |
| 5. การนำเทคโนโลยีไปใช้ | จำนวน 2 ข้อ |

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหาร จำนวน 35 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าเช่นเดียวกับตอนที่ 2 โดยมีรายละเอียดของคำถาม ดังนี้

- | | |
|----------------------------|--------------|
| 1. วัฒนธรรมองค์การ | จำนวน 11 ข้อ |
| 2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง | จำนวน 13 ข้อ |
| 3. จิตลัทธิของบุคลากร | จำนวน 11 ข้อ |

ตอนที่ 6 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะทั่วไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ธทอราจ (ภาคผนวก ฉ) เพื่อขอความอนุเคราะห์จากธุรกิจในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ในการเก็บข้อมูลเพื่อการทดลองใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์
2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ประสานงานกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลของแต่ละบริษัทโดยตรง ส่งแบบสอบถามให้กับฝ่ายทรัพยากรบุคคลแต่ละบริษัทด้วยตนเอง โดยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558
3. หลังจากส่งแบบสอบถามแล้วใน 7 วัน ผู้วิจัยได้ทำการติดตามโดยการติดต่อประสานงานกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลในแต่ละบริษัท เพื่อดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามกลับคืน
4. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยจัดกระทำข้อมูล แล้วจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามระเบียบวิธีทางสถิติ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และโปรแกรมลิสเรล (LISREL) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ (Frequencies) และร้อยละ (Percentage) เพื่อทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและสภาพของตัวแปรต่างๆ ส่วนข้อเสนอนี้จากแบบสอบถามตอนที่ 6 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วใช้ความถี่จัดลำดับ

2. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ตอนที่ 4 และตอนที่ 5 โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความเบ้ (Skewness Index) และความโด่ง (Kurtosis Index) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาทำการแปลความหมาย ตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2545: 103) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 แปลความว่า เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 แปลความว่า เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 แปลความว่า เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 แปลความว่า เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 แปลความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกตัว จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถามตอนที่ 2 ตอนที่ 3 ตอนที่ 4 และตอนที่ 5 โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient, r) ซึ่งค่า r ที่ได้ จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00-1.00 โดยที่เครื่องหมายบวก (+) จะแสดงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่เครื่องหมายลบ (-) จะแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งค่าตัวเลขที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์นั้น จะนำมาแปลผลข้อมูล โดยใช้เกณฑ์วัดระดับความสัมพันธ์ของโคเฮน (Cohen. 1969: 76-78) ดังนี้

$r \leq -.50$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางตรงกันข้าม

$-.50 < r \leq -.30$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลางในทิศทางตรงกันข้าม

$-.30 < r \leq -.10$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้าม

$-.10 < r < .10$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

$.10 \leq r < .30$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน

$.30 \leq r < .50$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน

$r \geq .50$ แปลความว่า มีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกัน

4. ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป LISREL นั่นคือ ตัวแปรสังเกตได้จะมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเฉพาะกับตัวองค์ประกอบเองเท่านั้น ในการตัดสินใจจะเลือกด้านที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($t > 1.96$) (ยูทธ ไกยวรรณ. 2556: 314)

5. การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงของตัวแบบสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารของธุรกิจในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดำเนินการ 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นแรกเป็นการทดสอบตัวแบบเส้นทางอิทธิพลเบื้องต้น ส่วนขั้นที่สอง หลังจากการวิเคราะห์ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในกรณีที่ตัวแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานยังไม่มีผลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะทำการปรับตัวแบบ (Model Modification) จนกว่าจะได้ตัวแบบความสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ดีที่สุด (Best Fit) ซึ่งเป็นการสร้างตัวแบบเส้นทางอิทธิพลสุดท้าย ดังภาพประกอบ 6 ซึ่งทั้ง 2 ขั้นตอน สามารถใช้โปรแกรม LISREL ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ของตัวแบบ (Parameter Estimation of Model) หลายๆ ค่าพร้อมกัน ด้วยวิธีความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) (ยูทธ ไกยวรรณ. 2556: 351-422) สำหรับเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้อง (Goodness of Fit) ของตัวแบบที่กำหนดขึ้นตามหลักสถิติ ปรากฏดังตาราง 7 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square, χ^2) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ว่าเมทริกซ์ส่วนตกค้าง (Residual Covariance Matrix) มีค่าเป็นศูนย์ ถ้าค่า χ^2 มีค่าสูงมาก แสดงว่าเมทริกซ์ส่วนตกค้างมีค่าแตกต่างจากศูนย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ตัวแบบความสัมพันธ์ไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่า χ^2 มีค่าต่ำมากๆ ยิ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์มากเท่าไร แสดงว่าตัวแบบความสัมพันธ์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากเท่านั้น ($P\text{-value} > .05$) ซึ่งค่า χ^2 มักใช้ควบคู่กับค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Chi-square/Degree of Freedom, χ^2/df)

5.2 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Squared Error of Approximation, RMSEA) ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าเมทริกซ์ส่วนตกค้างมีค่าเป็นศูนย์หรือไม่ หากค่า RMSEA ต่ำกว่า .05 แสดงว่าเข้ากันได้ดี ถ้าอยู่ระหว่าง .05-.08 เรียกว่าพอใช้ได้ และถ้าอยู่ระหว่าง .08-.10 แสดงว่าไม่ค่อยดี และถ้ามากกว่า .10 แสดงว่าไม่ดีเลย

5.3 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนตกค้างมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual, SRMR) เป็นดัชนีที่ใช้เปรียบเทียบระดับความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของ 2 ตัวแบบ เฉพาะกรณีที่มีการเปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลชุดเดียวกัน ค่า SRMR ยิ่งเข้าใกล้ศูนย์แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งโปรแกรม LISREL ให้ค่าสถิติส่วนตกค้าง (Residual) ทั้งที่ปรับมาตรฐานแล้ว และทั้งที่นำเข้ามากับข้อมูลหลายค่า เพื่อช่วยในการระบุได้ว่ามีส่วนตกค้างกี่ค่า และค่าส่วนตกค้างใดที่มีค่าสูงเกินไป

5.4 ดัชนี Model CAIC (Consistent Akaike's Information Criterion, CAIC) เป็นการทดสอบภาพรวมของส่วนตกค้าง ถ้า Model CAIC ให้ค่าที่ต่ำกว่า Saturated CAIC แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5.5 ค่าดัชนีความสอดคล้องสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) ใช้ค่า NNFI (Non-normed Fit Index) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 ดังนั้น ตัวแบบจะมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อค่า NNFI เข้าใกล้ 1 และจะดีที่สุดเมื่อมีค่าเป็น 1

5.6 ดัชนีเปรียบเทียบความสอดคล้อง (Comparative Fit Index, CFI) เป็นดัชนีเข้าได้เชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Indices) เป็นดัชนีที่ชี้ให้เห็นว่าตัวแบบสามารถเข้ากับข้อมูลได้ดีมากน้อยเพียงใด โดยการเปรียบเทียบกับตัวแบบที่เป็นฐาน (Baseline Model) ซึ่งปกติมักจะเป็นตัวแบบอิสระ (Independence Model) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 ดัชนี CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อเปรียบเทียบกับตัวแบบอิสระ

ตาราง 7 เกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบที่กำหนดขึ้นตามหลักสถิติ

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์ที่ยอมรับได้
χ^2	P-value > .05
χ^2/df	< 3.0
RMSEA	< .08
SRMR	< .05
CAIC	$CAIC_{Model} < CAIC_{Saturated}$
NNFI	> .90
CFI	> .90

ที่มา: ยุทธ ไกยวรรณ (2556: 228)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพที่จะนำมาช่วยในการอธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์ สังเกต และจดบันทึก ด้วยตนเอง การเก็บข้อมูลเริ่มโดยการติดต่อผู้บริหารระดับสูง สำหรับการสัมภาษณ์ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interviews) (ภาคผนวก ข) ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูง จนกว่าจะได้คำตอบครบถ้วนตามผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจะทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 15 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลา 30 วัน การสัมภาษณ์เริ่มโดยผู้วิจัยแนะนำตัว ที่แสดงความมุ่งหมายของการวิจัย และรายละเอียดของการสัมภาษณ์ รวมทั้งการเก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ โดยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และบันทึกเทปด้วยวาจา ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้มีประสบการณ์สูงและเข้าใจปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจเป็นอย่างดี ทั้งในมุมมองผู้บริหารและมุมมองของบุคลากร

ผู้วิจัยเลือกใช้สถานที่ที่มีความเหมาะสมในการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงแต่ละราย เพื่อให้ผู้ตอบจะได้ไม่เป็นที่กังวลเกี่ยวกับข้อมูลที่จะตอบ การสัมภาษณ์จะใช้เวลาประมาณ 60 นาที ทั้งนี้ จนกว่าจะไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติม และเพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล ผู้วิจัยจะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตรวจสอบข้อมูลทันทีที่ผู้วิจัยได้เขียนสรุปจากการสัมภาษณ์ หลังจากการสัมภาษณ์สิ้นสุดในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะถอดข้อความเสียงเป็นคำบรรยายแบบคำต่อคำ และอ่านทำความเข้าใจเพื่อค้นหาประเด็นที่ต้องการศึกษา และสรุปเป็นข้อมูลเบื้องต้น ก่อนจะเริ่มสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงรายต่อไป ด้วยวิธีการเดียวกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

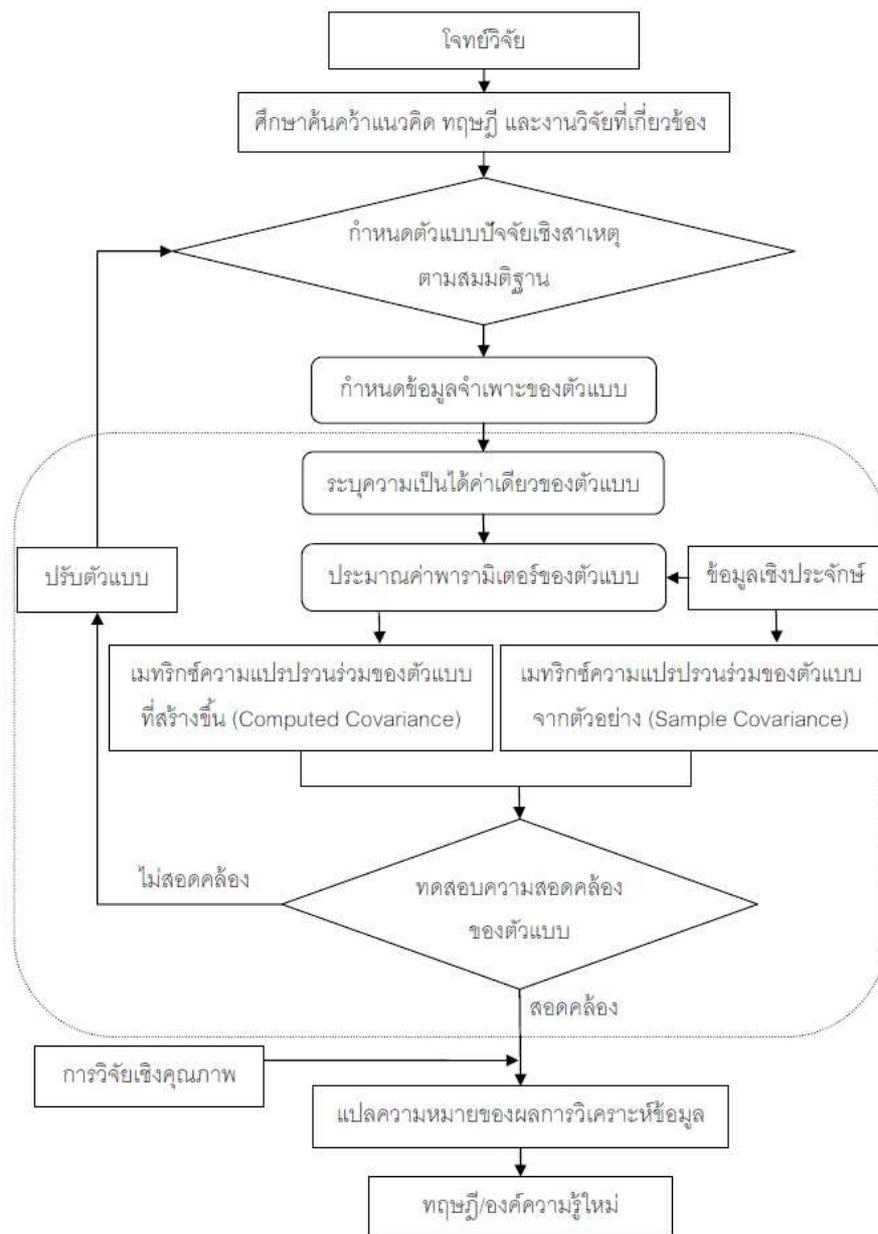
การวิจัยนี้ ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาตามขั้นตอนของไมล์ และฮูเบอร์แมน (Miles; & Huberman, 1994: 40) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดระเบียบข้อมูล ได้แก่ การถอดเทปสัมภาษณ์ แล้วทำการเขียนบันทึกสิ่งที่สังเกตพบ และสรุปข้อมูลในทันทีหลังการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง หลังจากนั้น จะทำการอ่านข้อความอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้เข้าใจและเลือกข้อความที่บ่งบอกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารของธุรกิจ ผู้วิจัยจะกำหนดรหัสให้กับข้อมูลจากตัวอย่าง แล้วจึงทำการอภิปรายความแตกต่างของรหัสที่ให้ ก่อนที่จะกำหนดรหัสให้กับข้อมูลในตัวอย่างรายถัดไป

ขั้นตอนที่ 2 การแสดงข้อมูล คือ การจำแนกประเภทข้อมูลใหม่ตามรหัสที่กำหนดในขั้นตอนที่ 1 ทำการจำแนกประเภทข้อมูลเป็นหมวดหมู่ โดยใช้เกณฑ์ตามคุณลักษณะที่ข้อมูลนั้นมีอยู่ร่วมกันเป็นตัวจำแนก และสรุปผลแยกตามตัวแปรที่ใช้ในกรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยจะหาข้อสรุปโดยมองหาแบบแผนที่ปรากฏในข้อมูล และมองหาความเหมือนของข้อมูลในส่วนต่างๆ โดยถ้าข้อมูลมีความลงรอยกัน (เหมือนกัน) ของรหัสประมาณร้อยละ 90 หรือมากกว่านั้น ถือว่ารหัสที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสูง หลังจากนั้นนำข้อสรุปมาตีความ เพื่อนำไปอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non Experimental Designs) ซึ่งเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติที่เป็นจริง และมีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ระดับบุคคล (Individual Level) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบการวิจัยตัดขวาง (Cross-sectional Studies) ที่เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวจากบุคลากรในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารของธุรกิจเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ต่อจากนั้น จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เพื่อสนับสนุนและยืนยันความถูกต้องของข้อมูลในประเด็นต่างๆ ทำให้สามารถอธิบายรายละเอียดของผลการวิจัยได้ดียิ่งขึ้น สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังภาพประกอบ 6



ภาพประกอบ 6 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
ที่มา: อรปวีณ์ สุตะพาหะ (2554: 103)