

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อกลยุทธ์การสื่อสารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยที่ไม่มีผู้ใดเคยศึกษามาก่อน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ปฏิบัติงานในสาขาในจังหวัดชลบุรี ในปี พ.ศ. 2552 จาก 33 สาขา จำนวน 355 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงาน บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ปฏิบัติงานในสาขาในจังหวัดชลบุรี ในปี พ.ศ. 2552 จาก 33 สาขา จำนวน 117 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบการกำหนดโควตา (quota sampling) ตามขนาดของสาขา ดังนี้

1. สาขาที่มีพนักงาน 1-9 คน คิดเป็นร้อยละ 40 จำนวน 41 คน
2. สาขาที่มีพนักงาน 10-19 คน คิดเป็นร้อยละ 30 จำนวน 56 คน

3. สาขาที่มีพนักงาน 20 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30 จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อกลยุทธ์การสื่อสารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับตำแหน่ง ระดับการศึกษา และประสบการณ์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานต่อกลยุทธ์การสื่อสารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดชลบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 50 ข้อ ดังนี้

- | | |
|---|--------------|
| 1. กลยุทธ์ด้านการจัดการ | จำนวน 10 ข้อ |
| 2. กลยุทธ์ด้านกระบวนการวางแผนการสื่อสาร | จำนวน 10 ข้อ |
| 3. กลยุทธ์ด้านการสื่อสารข้อมูล | จำนวน 10 ข้อ |
| 4. กลยุทธ์ด้านรูปแบบและวิธีการสื่อสาร | จำนวน 10 ข้อ |
| 5. กลยุทธ์ด้านการโน้มน้าวใจ | จำนวน 10 ข้อ |

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาประสมประสานแล้วประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา

2. ศึกษาเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารองค์การ
ธนาคารกรุงไทย

3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี
ผลการวิจัย และการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

4. ปรึกษาประธานและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ขอคำแนะนำ

5. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม (ฉบับร่าง)

6. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อ
ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ส่วนวนภาษา และเสนอแนะเพิ่มเติม แล้วนำมาปรับปรุง
แก้ไข

7. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (content
validity) แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดย
ผู้เชี่ยวชาญ มีดังนี้

7.1 รศ. รังสรรค์ แสงสุข อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง ปัจจุบัน
รักษาการคณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์

7.2 ดร. สุเทพ ชิตยวงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรี เขต 1
เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์

7.3 ดร. สุธิรา ตั้งสวนิช ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาอำเภอบ้านโป่ง จังหวัด-
ลพบุรี เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการ

7.4 ดร. ทวีศิลป์ คุณนภาดล ภาควิชาทดสอบและวิจัยการศึกษา เป็นผู้เชี่ยวชาญ
ด้านสถิติและการวิจัย

7.5 นายศรีศักดิ์ วัฒนวงศ์ ผู้จัดการฝ่ายบริการลูกค้า ภูมิภาคที่ 5.1 บริษัท ที โอ-
ที จำกัด (มหาชน) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร

8. นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อ
ปรับปรุงตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ก่อนนำไป
ทดลองใช้

9. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (pilot test) กับพนักงานและ
ผู้บริหารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดลพบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน

30 คน (เฉพาะแบบสอบถามตอนที่ 2) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (discrimination) และค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

9.1 นำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้ค่า สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson) ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (item-total correlation) ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r) ตั้งแต่ 0.35 ถึง 0.72

9.2 นำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหา สัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach) และได้ความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.95

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยัง บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดชลบุรี
2. ติดต่อพนักงานของสาขาเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถาม พร้อมหนังสือแนะนำในรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ไปดำเนินการให้พนักงานในแต่ละสาขาตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามครบตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบ ความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ทำการลงรหัสข้อมูลลงในแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่อง คอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

3. นำแบบสอบถามมาให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พิจารณาถึงความคิดเห็นของพนักงานต่อกลยุทธ์การสื่อสารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดชลบุรี ในด้านต่าง ๆ 5 ด้าน คือ (1) กลยุทธ์ด้านการจัดการ (2) กลยุทธ์ด้านกระบวนการวางแผนการสื่อสาร (3) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารข้อมูล (4) กลยุทธ์ด้านรูปแบบและวิธีการสื่อสาร และ (5) กลยุทธ์ด้านการโน้มน้าวใจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 4 ระดับ กำหนดน้ำหนักคะแนน ดังนี้

- 1 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
- 4 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

4. การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

- 3.50-4.00 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด
- 2.50-3.49 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก
- 1.50-2.49 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อย
- 1.00-1.49 หมายถึง กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของพนักงานต่อกลยุทธ์การสื่อสารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยกำหนดสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1.1 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) (บุญเชิด ภิญ โยอนันตพงษ์, 2527, หน้า 67) ใช้สูตร

$$\text{IOC} = \frac{\Sigma R}{N}$$

เมื่อ

IOC แทน ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

 ΣR แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

1.2 ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson) ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (item-total correlation) (Wiersma & Jurs, 1990, pp. 139-147) ใช้สูตรดังนี้

$$r = \frac{n\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

เมื่อ

r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่าง x กับ y

 Σx แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนชุด x Σy แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนชุด y Σx^2 แทน ผลรวมทั้งหมดกำลังสองของคะแนนชุด x Σy^2 แทน ผลรวมทั้งหมดกำลังสองของคะแนนชุด y Σxy แทน ผลรวมทั้งหมดของผลคูณระหว่าง x กับ y แต่ละคู่

n แทน จำนวนคน

1.3 ค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990, pp. 202-204) ใช้สูตร

$$\alpha_k = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\Sigma S_{\text{items}}^2}{S_{\text{total}}^2} \right]$$

เมื่อ

 α_k แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนข้อของแบบทดสอบ

$\Sigma S^2_{\text{items}}$ แทน ผลรวมของคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

$\Sigma S^2_{\text{total}}$ แทน คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 คะแนนเฉลี่ย (mean) ใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544, หน้า 41)

$$\bar{X} = \frac{\Sigma x}{n}$$

เมื่อ

\bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย

Σx แทน ผลรวมของคะแนน

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544, หน้า 74)

$$SD = \sqrt{\frac{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ

SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Σx แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนชุด x

$(\Sigma x)^2$ แทน ผลรวมทั้งหมดยกกำลังสองของคะแนนชุด x

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1 และข้อ 2 ใช้สถิติทดสอบค่าคะแนนที (independent t test) ดำเนินการ ดังนี้

3.1.1 ตรวจสอบความแปรปรวนของคะแนน (บุญชม ศรีสะอาด, ม.ป.ป., หน้า 234) ใช้สูตร

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

เมื่อ

$$df_1 = n_1 - 1$$

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

n_1 แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_2 แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

3.1.2 กรณีที่มีความแปรปรวนเท่ากัน (ลัวน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538, หน้า 101) ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1) S_1^2 + (n_2 - 1) S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left\{ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right\}}}$$

เมื่อ

$$df_1 = n_1 + n_2 - 2$$

\bar{X}_1 แทน คะแนนเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

\bar{X}_2 แทน คะแนนเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

n_1 แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_2 แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

3.1.3 กรณีที่มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน (ลัวน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538, หน้า 102) ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ

$$df_1 = \frac{[(S_1^2/n_1)^2 + (S_2^2/n_2)^2]^2}{\frac{(S_1^2/n_1)^2}{n_1 - 1} + \frac{(S_2^2/n_2)^2}{n_2 - 1}}$$

\bar{X}_1 แทน คะแนนเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

\bar{X}_2 แทน คะแนนเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

n_1 แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_2 แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

3.2 ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อ 3 ใช้สถิติทดสอบดังนี้

3.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2539, หน้า 139) ใช้สูตร

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ

MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.2.2 กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบความแตกต่างความคิดเห็นของพนักงานต่อกลยุทธ์การสื่อสารของ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

สาขาในจังหวัดชลบุรี ของพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ที่มีความต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Newman-Keuls (บุญชม ศรีสะอาด, 2541, หน้า 350)

$$\text{ค่าในการทดสอบ} = q\sqrt{MS_e/n}$$

เมื่อ

q แทน ค่าวิกฤตสำหรับการทดสอบ

MS_e แทน ความแปรปรวนคลาดเคลื่อน

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง