

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของนิสิตนักศึกษา” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self administration) มีระเบียบวิธีดังต่อไปนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรการศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ต้องการทำการสำรวจกับกลุ่มประชากรที่ยังไม่เคยมีการร่วมงานกับองค์กรใดๆมาก่อน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและสามารถนำมาใช้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรที่เป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรการศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา www.mua.go.th ระบุว่าจำนวนประชากรของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปี พ.ศ.2549 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งหมด 114,565 คน ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลนี้มาใช้ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2543) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งเมื่อเทียบเคียงจำนวนประชากรกับตารางแล้ว พบว่าถ้ากลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวนมากกว่า 100,000 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่

เหมาะสมสำหรับการศึกษามีจำนวนเท่ากับ 400 คน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนิสิตนักศึกษา โดยขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้คือนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรการศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยเลือกทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ดังนี้

1.) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร 10 แห่ง และแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนิสิตนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล และกลุ่มนิสิตนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน โดยเจาะจงสถาบันดังนี้

- สถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยศิลปากร
- สถาบันอุดมศึกษาของเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2.) ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยทำการเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรการศึกษา จากสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ที่เลือกไว้สถาบันละ 40 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการวิจัยสามารถแสดงให้เห็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ที่ใช้ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัคร
เข้างานขององค์กรของนิสิตนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการแรงจูงใจใน
การเข้าทำงาน

ตัวแปรอิสระ คือ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัคร
เข้าทำงานขององค์กร

ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 2 : ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัคร
เข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
เข้าทำงาน

ตัวแปรอิสระ คือ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัคร
เข้าทำงานขององค์กร

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) จำนวน 1 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ

ภูมิลำเนา และผลการเรียน

- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การทำกิจกรรมต่างๆ ขณะศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพของบิดามารดา และบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเข้าทำงาน
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับองค์กรที่ต้องการเข้าทำงาน และการตัดสินใจเข้าทำงาน
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กร
- ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยหรือมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กร

เกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร

เลือกใช้มาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert เป็นเกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปรต่างๆ เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติสำหรับการวัดตัวแปรด้วยแบบสอบถาม ดังนี้

1. การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กร

เพื่อต้องการทราบระดับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษา โดยให้คะแนนเรียงลำดับตามระดับการรับรู้ข่าวสารในเรื่องต่างๆ ดังนี้

	ไม่เคยเลย			เป็นประจำ
	1	2	3	4
				5
เป็นประจำ			ให้	5
				คะแนน
บ่อย			ให้	4
				คะแนน

ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	ให้	1	คะแนน

2. แรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา

เพื่อต้องการทราบแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา โดยใช้ข้อความเพื่อวัดแรงจูงใจ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรต่างๆ ดังนี้

	น้อยที่สุด			มากที่สุด	
	1	2	3	4	5
มากที่สุด		ให้	5	คะแนน	
มาก		ให้	4	คะแนน	
ปานกลาง		ให้	3	คะแนน	
น้อย		ให้	2	คะแนน	
น้อยที่สุด		ให้	1	คะแนน	

3. การตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา

เพื่อต้องการทราบการตัดสินใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา โดยใช้ข้อความเพื่อวัดการตัดสินใจ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรต่างๆ ดังนี้

ไม่เข้าทำงาน				เข้าทำงานแน่นอน	
	1	2	3	4	5

ตัดสินใจเข้าทำงานอย่างแน่นอน	ให้	5	คะแนน
ตัดสินใจเข้าทำงาน	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ตัดสินใจไม่เข้าทำงาน	ให้	2	คะแนน
ตัดสินใจไม่เข้าทำงานอย่างแน่นอน	ให้	1	คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

เมื่อได้คะแนนจากการวัดผลโดยใช้แบบสอบถามแล้ว จึงนำค่าที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและจัดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้ไว้ 5 ระดับดังนี้

1. ตารางการวัดระดับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กร
ของนิสิตนักศึกษา

ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลความหมาย
1.00 - 1.80	มีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับต่ำมาก
1.810 - 2.60	มีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับต่ำ
2.61 - 3.40	มีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับสูง
4.21 - 5.00	มีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับสูงมาก

2. ตารางการวัดแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนักศึกษา

ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลความหมาย
1.00 - 1.80	มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรน้อยมาก
1.81 - 2.60	มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรน้อย
2.61 - 3.40	มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรปานกลาง
3.41 - 4.20	มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรมาก
4.21 - 5.00	มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรมากที่สุด

3. ตารางการวัดการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของนักศึกษา

ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลความหมาย
1.00 - 1.80	มีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรน้อยมาก
1.81 - 2.60	มีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรน้อย
2.61 - 3.40	มีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรปานกลาง
3.41 - 4.20	มีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรมาก
4.21 - 5.00	มีการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรมากที่สุด

ความสัมพันธ์ของตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์ โดยมีเกณฑ์พิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังต่อไปนี้

ระดับความสัมพันธ์พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือค่า r (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531)

ค่า r มีค่า 0.81 ขึ้นไป	ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
ค่า r มีค่า 0.6 – 0.8	ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ค่า r มีค่า 0.4 – 0.6	ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ค่า r มีค่า 0.2 – 0.4	ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ค่า r มีค่าต่ำกว่า 0.2	ถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
ค่า r มีค่า 0	ถือว่า ไม่มีความสัมพันธ์

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยวิธีดังนี้

- นำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา คุณ บุศรินทร์ เสตะจันทน์ปิติ Thailand Corporate Communications Manager บริษัท Huawei Technologies (Thailand) Co.,Ltd. และคุณอรรถพล ทองปวงทิพย์. ผู้จัดการแผนกพัฒนาบุคคล บริษัทกระเบื้องหลังคาซีแพค จำกัด (SCG). เป็นผู้ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และได้นำมาปรับแก้ไขจนเป็นที่ยอมรับว่ามีความถูกต้องสามารถใช้เก็บข้อมูลได้

2. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อถือ (Reliability) โดย
- นำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างทดลองทำ เพื่อสอบถามถึงความเข้าใจในการตอบคำถามต่างๆ
 - ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อถือได้โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) จากสูตรของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2543) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[\frac{1 - \sum V_I}{V_T} \right]$$

เมื่อ	α	=	ค่าความน่าเชื่อถือได้
	k	=	จำนวนข้อ
	V_I	=	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_T	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผู้วิจัยกำหนดค่า α มากกว่า 0.80 จึงจะยอมรับได้

จากการทดสอบเครื่องมือสามารถสรุปได้ดังนี้

การวัดการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงาน ค่า α = 0.8485

การวัดปัจจัยหรือมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กร ค่า α = 0.8452

ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จึงสามารถยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือนี้ ผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด ตามสถาบันอุดมศึกษา 10 สถาบัน ตามที่ได้ทำการสุ่มไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามโดยใช้วิธีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร
- ข้อมูลด้านภูมิหลังของผู้ตอบ
- ข้อมูลด้านการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กร
- ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา
- ข้อมูลด้านการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าทำงาน

เพื่อใช้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 2 : ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์สนับสนุนการรับสมัครบุคคลเข้าทำงานขององค์กรของนิสิตนักศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าทำงาน

เพื่อใช้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรกับการตัดสินใจการเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา