บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ บรรยากาศการสื่อสารในองค์การ ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส " ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีวิจัยไว้ดังนี้

รูปแบบของงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ บรรยากาศการสื่อสารในองค์การ ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส รวมทั้งมีการศึกษาความสัมพันธ์และเปรียบเทียบรูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสารและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยของทั้งสามกลุ่มบริษัท โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study)

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่พนักงานคนไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่มีผู้บริหารเป็นชาวอังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส ที่ทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้จากเอกสารของกรมทะเบียนการค้าที่รับจดทะเบียนบริษัทของชาวต่างชาติในประเทศไทย มีจำนวนบริษัทอังกฤษ 70 บริษัท บริษัทเยอรมัน 43 บริษัท และบริษัทฝรั่งเศส 61 บริษัท รวมทั้งสิ้น 174 บริษัท

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเทียบจากตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 29) ซึ่งกำหนดไว้ว่าหากต้องการความเชื่อมั่น95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยที่มีจำนวนประชากรในจำนวนที่ประมาณค่าไม่ได้ ปรากฏว่า ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ประมาณ 600 คน
2. ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบระดับชั้น (Stratified Sampling) จากจำนวนบริษัททั้ง 3 ประเทศ โดยเลือกจำนวนบริษัทที่จะทำการสุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนร้อยละ 10 ของจำนวนบริษัททั้งหมด ซึ่งได้จำนวนบริษัทที่จะศึกษาดังนี้ คือ บริษัทอังกฤษ 7 บริษัท บริษัทเยอรมัน 6 บริษัท และบริษัทฝรั่งเศส 4 บริษัท รวมทั้งสิ้น 17 บริษัท

3. กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามสัดส่วนของจำนวนบริษัท ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 600 คน จะได้จำนวนตัวอย่างดังต่อไปนี้

บริษัทอังกฤษมีจำนวนบริษัท 7 บริษัท กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 247 คน
บริษัทเยอรมันมีจำนวนบริษัท 4 บริษัท กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 141 คน
บริษัทฝรั่งเศสมีจำนวนบริษัท 6 บริษัท กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 212 คน
รวมจำนวนทั้งสิ้น 600 คน

4. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของแต่ละบริษัท โดยใช้วิธีการทำ Quota Sampling ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากันจะได้ดังนี้ คือ

บริษัทอังกฤษ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 247 คน จำนวนบริษัท 7 บริษัท
ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับบริษัทละ 35 คนโดยประมาณ
บริษัทเยอรมัน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 141 คน จำนวนบริษัท 4 บริษัท
ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับบริษัทละ 35 คนโดยประมาณ
บริษัทฝรั่งเศส จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 212 คน จำนวนบริษัท 6 บริษัท
ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับบริษัทละ 35 คนโดยประมาณ

(ดูสรุปได้จากตาราง ที่ 3)

<u>ตารางที่ 3 แสดงขนาดตัวอย่างของพนักงานบริษัททั้งสามประเทศ ตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังนี้</u>

ประเทศ	จำนวนบริษัททั้งหมด	จำนวนบริษัทที่จะศึกษา	กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด	กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้จริง(ในการศึกษาครั้งนี้)โดยประมาณ
อังกฤษ	70 บริษัท	7 บริษัท	247 คน	บริษัทละ 35 คน
เยอรมัน	43 บริษัท	4 บริษัท	141 คน	บริษัทละ 35 คน
ฝรั่งเศส	61 บริษัท	6 บริษัท	212 คน	บริษัทละ 35 คน

5. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละบริษัท ตามสัดส่วนที่กำหนด โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย (Variables)

ผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรตามสมมุติฐาน ดังนี้

<u>สมมุติฐานที่1</u> บริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส มีรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ประเทศอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส ซึ่งแบ่งเป็นบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส

ตัวแปรตาม คือ รูปแบบการสื่อสาร

<u>สมมุติฐานที่ 2</u> บริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีบรรยากาศในการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ประเทศอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส ซึ่งแบ่งเป็นบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส

ตัวแปรตาม คือ บรรยากาศในการสื่อสาร

<u>สมมุติฐานที่ 3</u> พนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความพึงพอใจในการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ พนักงานไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทของประเทศอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส ซึ่งแบ่งเป็นพนักงานในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 4</u> บริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความพึงพอใจในการทำงานที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ พนักงานไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทของประเทศอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส ซึ่งแบ่งเป็นพนักงานในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในทำงานของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 5</u> คือพนักงานบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือพนักงานไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทของประเทศอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส ซึ่งแบ่งเป็นพนักงานในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 6</u> รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การมีความสัมพันธ์กับบรรยากาศในการสื่อสารของบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการสื่อสารภายในบริษัท

ตัวแปรตาม คือ บรรยากาศในการสื่อสารของบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 7</u> รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ รูปแบบการสื่อสารภายในบริษัท

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 8</u> รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการสื่อสารภายในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส

<u>สมมุติฐานที่ 9</u> รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการสื่อสารภายในบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 10</u> บรรยากาศในการสื่อสารขององค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ บรรยากาศในการสื่อสารของบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 11</u> บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารขององค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ บรรยากาศในการสื่อสารของบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 12</u> บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารขององค์การมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารของบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 13</u> ความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 14</u> ความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 15</u> ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส มีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัท

<u>สมมุติฐานที่ 16</u> ความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยบุคคล บรรยากาศในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัท

ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัท

<u>เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย</u>

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสอบถาม 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อายุการทำงาน เงินเดือนและเชื้อชาติของผู้บังคับบัญชา จำนวน6 ข้อ
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะและวิธีการติดต่อสื่อสารในหน่วยงาน จำนวน 5 ข้อ
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามรูปแบบการสื่อสารในองค์การ โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นครอบคลุมรูปแบบการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ

1. ช่องทางการสื่อสาร แบ่งเป็น การสื่อสารทางเดียวและสองทาง จำนวน 9 ข้อ
2.ประเภทของการใช้ แบ่งเป็นการสื่อสารอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ จำนวน 8 ข้อ
3. ทิศทางของกระแสข่าวสาร แบ่งเป็น การสื่อสารจากบนลงล่างและล่างขึ้นบน จำนวน 8 ข้อ

แบบวัดรูปแบบการสื่อสารในองค์การ เป็นการวัดพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งมีการกำหนดค่าคะแนนดังนี้ คือ

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

ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตรการส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (rating scale) การเลือกตอบมีความหมายดังนี้

มากที่สุด หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นมากที่สุด

มาก หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นมาก

ปานกลาง หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง

น้อย หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นน้อย

น้อยที่สุด หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นน้อยสุด

ผลรวมของค่าคะแนนนำมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าเฉลี่ย เพื่อจัดแบ่งพฤติกรรมการสื่อสารในองค์การไว้เป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

1.00-1.49 คะแนน หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีรูปแบบการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับต่ำมาก

1.50-2.49 คะแนน หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีรูปแบบการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับต่ำ

2.50-3.49 คะแนน หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีรูปแบบการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง

3.50-4.49 คะแนน หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีรูปแบบการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับสูง

4.50-5.00 คะแนน หมายถึง การสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีรูปแบบการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับสูงมาก

- ตอนที่ 4 แบบวัดบรรยากาศการสื่อสารในองค์การ จำนวน 8 ข้อ

แบบวัดบรรยากาศการสื่อสารในองค์การ เป็นการวัดพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งมีการกำหนดค่าคะแนนดังนี้ คือ

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

ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตรการส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (rating scale) การเลือกตอบมีความหมายดังนี้

มากที่สุด หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นมากที่สุด

มาก หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นมาก

ปานกลาง หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง

น้อย หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นน้อย

น้อยที่สุด หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีความเป็นจริงตามข้อความนั้นน้อยที่สุด

ผลรวมของค่าคะแนนนำมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าเฉลี่ย เพื่อจัดแบ่งระดับบรรยากาศการสื่อสารในองค์การไว้เป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

1.00-1.49 คะแนน หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีบรรยากาศการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับต่ำมาก

1.50-2.49 คะแนน หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีบรรยากาศการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับต่ำ

2.50-3.49 คะแนน หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีบรรยากาศการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง

3.50-4.49 คะแนน หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีบรรยากาศการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับสูง

4.50-5.00 คะแนน หมายถึง บรรยากาศการสื่อสารในองค์การที่เกิดขึ้นมีบรรยากาศการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับสูงมาก

- ตอนที่ 5 แบบวัดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยใช้แนวคิดจากมาตรวัดความพึงพอใจในการสื่อสาร (Communication Satisfaction Survey : CSS) ของ Downs and Hazens และนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับเรื่องที่จะทำการวิจัยซึ่งมีตัวชี้วัดทั้งหมด 10 ข้อคือ
    - ปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายของบริษัท
    - ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร
    - ลักษณะการติดต่อสื่อสาร
    - ปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมและความเคลื่อนไหวในบริษัท
    - เครื่องมือและระบบสื่อสาร
    - การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร
    - ปริมาณข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกำไรและภาวะการเงินของบริษัท
    - ปริมาณข้อมูลข่าวสารจากบริษัทที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน
    - วิธีการและขั้นตอนในการสื่อสารในบริษัท

    แบบวัดความพึงพอใจในการสื่อสาร เป็นการวัดความพึงพอใจในการสื่อสาร ซึ่งมีการกำหนดค่าคะแนนดังนี้ คือ

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

ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตรการส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (rating scale) การเลือกตอบมีความหมายดังนี้

มากที่สุด หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นมากที่สุด

มาก หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นมาก

ปานกลาง หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นปานกลาง

น้อย หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นน้อย

น้อยที่สุด หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นน้อยที่สุด

ผลรวมของค่าคะแนนนำมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าเฉลี่ย เพื่อจัดแบ่งระดับความพึงพอใจในการสื่อสารไว้เป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

1.00-1.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับต่ำมาก

1.50-2.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับต่ำ

2.50-3.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง

3.50-4.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับสูง

4.50-5.00 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการสื่อสารตามข้อความนั้นในระดับสูงมาก

- ตอนที่ 6 แบบวัดความพึงพอใจในงาน ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบคู่ของ Herzberg โดยครอบคลุม 2 ปัจจัย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 11 ข้อคือ

ปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบที่ได้รับ และความก้าวหน้าในงาน

ปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ นโยบายและการบริหารหน่วยงาน วิธีปกครองและบังคับบัญชา ลักษณะอาชีพ เงินเดือน ค่าจ้าง ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน และความมั่นคงในงาน

แบบวัดความพึงพอใจในงาน เป็นการวัดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งมีการกำหนดค่าคะแนนดังนี้ คือ

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

ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตรการส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (rating scale) การเลือกตอบมีความหมายดังนี้

มากที่สุด หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นมากที่สุด
มาก หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นมาก
ปานกลาง หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นปานกลาง
น้อย หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นน้อย
น้อยที่สุด หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นน้อยที่สุด

ผลรวมของค่าคะแนนนำมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าเฉลี่ย เพื่อจัดแบ่งระดับความพึงพอใจในการทำงานไว้เป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

1.00-1.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นในระดับต่ำมาก
1.50-2.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นในระดับต่ำ
2.50-3.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง
3.50-4.49 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นในระดับสูง
4.50-5.00 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจในการทำงานตามข้อความนั้นในระดับสูงมาก

- ตอนที่ 7 แบบวัดความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ มีจำนวน 9 ข้อ

แบบวัดความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ เป็นการวัดความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ ซึ่งมีการกำหนดค่าคะแนนดังนี้ คือ

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

ลักษณะการวัดเป็นแบบมาตรการส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (rating scale) การเลือกตอบมีความหมายดังนี้

มากที่สุด หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นมากที่สุด
มาก หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นมาก
ปานกลาง หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นปานกลาง
น้อย หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นน้อย
น้อยที่สุด หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นน้อยที่สุด

ผลรวมของค่าคะแนนนำมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าเฉลี่ย เพื่อจัดแบ่งระดับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การไว้เป็น 5 ระดับดังนี้ คือ

1.00-1.49 คะแนน หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นในระดับต่ำมาก

1.50-2.49 คะแนน หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นในระดับต่ำ

2.50-3.49 คะแนน หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นในระดับปานกลาง

3.50-4.49 คะแนน หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นในระดับสูง

4.50-5.00 คะแนน หมายถึง มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การตามข้อความนั้นในระดับสูงมาก

<u>การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ</u>

1. การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยกำหนดแบบสอบถามขึ้นตามหลักและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและเหมาะสมกับหัวข้อในการทำวิจัยครั้งนี้ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไข เพื่อนำมาแก้ไขต่อไป

2. การหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดทดลองใช้กับพนักงานบริษัททั้ง 3 บริษัท และไม่ได้อยู่กลุ่มที่เลือกไว้จำนวน 30 คน โดยนำส่วนของคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในงาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาหาค่าความเชื่อถือได้โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาด (Alpha Cronbach Coefficient)

จากการทดลองใช้ (Try Out)แบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามด้วยการคำนวณ Alpha Coefficient โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for WINDOWS ซึ่งได้ผลออกมาดังไปนี้

รูปแบบการสื่อสาร

- การสื่อสารทางเดียว	จำนวน 9 ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.833
- การสื่อสารแบบทางการ	จำนวน 8 ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.653
- การสื่อสารแบบบนลงล่าง	จำนวน 8 ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.727
บรรยากาศการสื่อสาร	จำนวน 8 ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.961
ความพึงพอใจในการสื่อสาร	จำนวน 10 ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.864
ความพึงพอใจในการทำงาน	จำนวน 11 ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.952
ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ	จำนวน 9ข้อ	มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ	.425

ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยทั่วไปอยู่ในระดับสูงถึงสูงมาก ซึ่งหัวข้อในแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้ต่ำ เช่นความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ จะนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปแก้ไขปรับปรุงก่อนนำออกใช้เก็บข้อมูลจริง

<u>การเก็บรวบรวมข้อมูล</u>

1. ผู้วิจัยนำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลซึ่งออกโดยบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เข้าติดต่อกับผู้อำนวยการฝ่ายบุคคล ของบริษัททั้ง 3 กลุ่ม เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการทำวิจัย
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามยังกลุ่มตัวอย่าง และนัดวันรับแบบสอบถามคืน ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 3 สัปดาห์
3. ภายหลังจาก 3 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้ไปรับแบบสอบถามคืนกลับด้วยตนเองจากแผนกบุคคลของบริษัททั้ง 3 กลุ่ม ปรากฏว่า ได้แบบสอบถามกลับคืนมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 538 ชุด

<u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u>

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายลักษณะของข้อมูลตามลักษณะต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล และลักษณะวิธีการติดต่อสื่อสารในองค์การ โดยการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง ใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติดังนี้

2.1 การทดสอบสมมุติฐานที่ 1 บริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของสามบริษัทโดยใช้ One-Way ANOVA

2.2 การทดสอบสมมุติฐานที่ 2 บริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์การที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของสามบริษัท โดยใช้ One-Way ANOVA

2.3 การทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส มีความพึงพอใจในการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของพนักงานทั้งสามบริษัท โดยใช้ One-Way ANOVA

2.4 การทดสอบสมมุติฐานที่ 4 พนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความพึงพอใจในการทำงานที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของพนักงานทั้งสามบริษัท โดยใช้ One-Way ANOVA

2.5 การทดสอบสมมุติฐานที่ 5 พนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของพนักงานทั้งสามบริษัท โดยใช้ One-Way ANOVA

2.6 การทดสอบสมมุติฐานที่ 6 รูปแบบการสื่อสารในองค์การมีความสัมพันธ์กับบรรยากาศในการสื่อสารของพนักงานไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson 's Product Moment Correlation Coefficient)

2.7 การทดสอบสมมุติฐานที่ 7 รูปแบบการสื่อสารในองค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยที่ทำงานอยู่ในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

2.8 การทดสอบสมมุติฐานที่ 8 รูปแบบการสื่อสารในองค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

2.9 การทดสอบสมมุติฐานที่ 9 รูปแบบการสื่อสารในองค์การมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

2.10 การทดสอบสมมุติฐานที่ 10 บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

2.11 การทดสอบสมมุติฐานที่ 11 บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

2.12 การทดสอบสมมุติฐานที่ 12 บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

2.13 การทดสอบสมมุติฐานที่ 13 ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

2.14 การทดสอบสมมุติฐานที่ 14 ความพึงพอใจในการสื่อสารสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

2.15 การทดสอบสมมุติฐานที่ 15 ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมันและฝรั่งเศสมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

2.16 การทดสอบสมมติฐานที่ 16 ความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้เกณฑ์เทียบระดับความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

ค่าระหว่าง 0.81 ขึ้นไป มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
ค่าระหว่าง 0.61-0.80 มีความสัมพันธ์ระดับสูง
ค่าระหว่าง 0.41-0.60 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ค่าระหว่าง 0.21-0.40 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ค่าระหว่าง 0.00-0.20 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

ส่วนเครื่องหมาย + หรือ - แสดงถึงลักษณะหรือทิศทางของความสัมพันธ์คือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก หมายความว่าข้อมูลมีลักษณะตามกัน ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ หมายความว่า ข้อมูลมีลักษณะตรงข้ามกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย