

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ บุคลากรขององค์กรธุรกิจ ประเภทหน่วยงานธุรกิจในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 381 บริษัท (ณ เดือน พฤศจิกายน 2541 : ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อ้างใน ัฒยนา บุญเรือง 2540 : 52) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. ธุรกิจบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ประกอบกิจการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น โรงแรม สายการบิน สื่อสารมวลชน ประกันชีวิต มีจำนวน 114 บริษัท
2. ธุรกิจอุตสาหกรรม หมายถึง หน่วยงานที่ประกอบกิจการด้านการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น โรงงานอุตสาหกรรม มีจำนวน 138 บริษัท
3. ธุรกิจพาณิชย์ หมายถึง หน่วยงานที่ประกอบกิจการทางการค้าและการตลาด โดยเน้นหนักในเรื่องผลิตและการค้าด้วยตัวเองหรือรับช่วงการค้า มีจำนวน 87 บริษัท
4. ธุรกิจการเงิน หมายถึง หน่วยงานที่ประกอบกิจการด้านการเงิน หรือที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน มีจำนวน 42 บริษัท

กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเรื่องนี้ ไม่สามารถหาจำนวนบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานธุรกิจทั้ง 4 ประเภท จึงใช้เกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์ 2537 : 29) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 % มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ $\pm 5\%$ ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน จะได้จำนวนตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยดำเนินการเลือกตัวอย่างบุคคลากรในองค์กรธุรกิจ ด้วยวิธีเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) ดังนี้

1. ใช้วิธีรวบรวมรายชื่อ องค์กรธุรกิจ ที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด จำนวน 381 บริษัท

2. แบ่งประเภทขององค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยแบ่งออกเป็นประเภทขององค์กรธุรกิจ (Stratified Sampling) ออกเป็น 4 ประเภท แต่ละประเภทมีจำนวนบริษัท ดังนี้

— ธุรกิจบริการ	จำนวน 114 บริษัท
— ธุรกิจอุตสาหกรรม	จำนวน 138 บริษัท
— ธุรกิจพาณิชย์	จำนวน 87 บริษัท
— ธุรกิจการเงิน	จำนวน 42 บริษัท

3. จับฉลากชื่อบริษัทจากธุรกิจแต่ละประเภท มาประเภทละ 5 บริษัท เป็น จำนวน 20 บริษัท

4. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประเภทละ 100 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่าง 400 คน โดยในแต่ละบริษัททำการสุ่มแบบ Quota Sampling จำนวนบริษัทละ 20 คน แบ่งเป็นชาย และหญิงในสัดส่วนที่เท่ากัน

ธุรกิจบริการ 5 บริษัท		ธุรกิจอุตสาหกรรม 5 บริษัท		ธุรกิจพาณิชย์ 5 บริษัท		ธุรกิจการเงิน 5 บริษัท	
ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
50	50	50	50	50	50	50	50
รวม 100 คน		รวม 100 คน		รวม 100 คน		รวม 100 คน	

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรออกตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ 5 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บังคับบัญชาเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : เพศของผู้บังคับบัญชา

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ใต้บังคับบัญชามีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา ที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : เพศของผู้บังคับบัญชา

ตัวแปรตาม : ทัศนคติต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ใต้บังคับบัญชามีความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : เพศของผู้บังคับบัญชา

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะทั้งปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิด เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปและองค์ประกอบทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาของการทำงาน ประเภทองค์กรธุรกิจที่ทำอยู่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในองค์การของผู้บังคับบัญชา และรูปแบบการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาโดยตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาเปรียบเทียบกับเพศชายและเพศหญิง

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา และการยอมรับผู้บังคับบัญชาที่เป็นสตรี

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามปลายเปิด สอบถามปัญหาและอุปสรรคที่พบบากในการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาที่ต่างเพศกัน ลักษณะผู้บังคับบัญชาที่ผู้ได้บังคับบัญชาคาดหวัง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์เพื่อช่วยให้การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ได้บังคับบัญชามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เกณฑ์ในการให้คะแนนและการแปลความหมาย

แบบสอบถามปลายปิด

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปและองค์ประกอบทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม
- เพศ
 - อายุ
 - ระดับการศึกษา
 - ระยะเวลาการทำงาน
 - ประเภทองค์กรธุรกิจที่ทำอยู่
 - เพศของผู้บังคับบัญชาชั้นต้นที่ดูแลและบังคับบัญชาโดยตรง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการสื่อสาร โดยพิจารณาเรื่องรูปแบบการสื่อสารและความบ่อยครั้งในการเปิดโอกาสในการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา กำหนดคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1
น้อย	มีค่าเท่ากับ	2
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3
มาก	มีค่าเท่ากับ	4
มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ของความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการสื่อสาร

4.50 - 5.00	ความหมาย	มีความบ่อยครั้งในการสื่อสารมากที่สุด
3.50 - 4.49	ความหมาย	มีความบ่อยครั้งในการสื่อสารมาก
2.50 - 3.49	ความหมาย	มีความบ่อยครั้งในการสื่อสารปานกลาง
1.50 - 2.49	ความหมาย	มีความบ่อยครั้งในการสื่อสารน้อย
1.00 - 1.49	ความหมาย	มีความบ่อยครั้งในการสื่อสารน้อยที่สุด

ทัศนคติในการติดต่อสื่อสารในการทำงาน เป็นการวัดความคิดเห็นโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ทั้งเชิงบวก (5 4 3 2 1) และเชิงลบ (1 2 3 4 5) ให้คะแนนดังนี้

<u>ความคิดเห็น</u>		<u>กรณีเชิงบวก</u>	<u>กรณีเชิงลบ</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง / มากที่สุด	ได้คะแนน	5	1
เห็นด้วย / มาก	ได้คะแนน	4	2
ไม่แน่ใจ / ปานกลาง	ได้คะแนน	3	3
ไม่เห็นด้วย / น้อย	ได้คะแนน	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง / น้อยที่สุด	ได้คะแนน	1	5

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ของตัวแปรทัศนคติต่อการสื่อสาร

4.50 - 5.00	ความหมาย	ทัศนคติเชิงบวกอย่างมาก
3.50 - 4.49	ความหมาย	ทัศนคติเชิงบวก
2.50 - 3.49	ความหมาย	ทัศนคติเป็นกลาง
1.50 - 2.49	ความหมาย	ทัศนคติเชิงลบ
1.00 - 1.49	ความหมาย	ทัศนคติเชิงลบอย่างมาก

ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในการทำงาน เป็นการวัดระดับความพึงพอใจ โดยมีเกณฑ์คะแนนดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ได้คะแนนเป็น	5
พึงพอใจมาก	ได้คะแนนเป็น	4
พึงพอใจปานกลาง	ได้คะแนนเป็น	3
พึงพอใจน้อย	ได้คะแนนเป็น	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	ได้คะแนนเป็น	1

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ของความพึงพอใจในการสื่อสาร คะแนนอยู่ในช่วง

4.50 - 5.00	ความหมาย	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	ความหมาย	พึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	ความหมาย	พึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	ความหมาย	พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	ความหมาย	พึงพอใจน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาในการวิจัยไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้ คือ

1. การหาความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่เรียบเรียงแล้วเสนอให้คณะกรรมการที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณา โดยเน้นความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

2. การหาความเชื่อถือได้ โดยการนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Pretest) กับพนักงานองค์กรธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกไว้ จำนวน 50 คน เพื่อศึกษาความเข้าใจในคำถาม ว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตั้งคำถามนั้นมากน้อยเพียงใด และนำค่าคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ในส่วนคำถามที่เกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสาร ทศนคติและความพึงพอใจในการสื่อสาร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามแบบของ Cronbach (อ้างถึงในวิเชียร เกตุสิงห์ 2537 : 116) ตามสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

V_i = ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากการทดลองใช้ (Try out) แบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามด้วยการคำนวณ Alpha Coefficient โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS ได้ค่าความเชื่อถือได้ ดังนี้

แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา = .87

แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติในการสื่อสารต่อผู้บังคับบัญชาชาย = .87

แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติในการสื่อสารต่อผู้บังคับบัญชาหญิง = .84

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา = .95

จึงสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามครั้งนี้ว่า มีความเชื่อถือได้อยู่ในเกณฑ์สูงถึงสูงมาก สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไปได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลซึ่งออกโดยบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เข้าติดต่อฝ่ายบุคคลของทุกองค์การ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลสำหรับการทำวิจัย

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างและนัดวันรับแบบสอบถามคืน ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 4 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2542 ถึงวันที่ 10 มีนาคม 2542 จำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งสิ้น 550 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามคืนและมีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 400 ฉบับ ผู้ตอบเป็นผู้ชาย 197 คน และผู้หญิง 203 คน

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ได้แก่ องค์ประกอบทางสังคมในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาการทำงาน และประเภทองค์กรธุรกิจที่สังกัด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บังคับบัญชาเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ใช้ t - test เพื่อทดสอบหาค่าความแตกต่างของตัวแปรทางด้านพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ใต้บังคับบัญชามีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา ที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงแตกต่างกัน

ใช้ t - test เพื่อทดสอบหาค่าความแตกต่างของทัศนคติระหว่างกลุ่มที่มีผู้บังคับบัญชาเพศชายและเพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ใต้บังคับบัญชามีความพึงพอใจ ต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา ที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงแตกต่างกัน

ใช้ t - test เพื่อทดสอบหาค่าความแตกต่างของ ความพึงพอใจของผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีผู้บังคับบัญชาเป็นชายและเป็นหญิง

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลมาเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการตรวจสอบข้อมูล แล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS