

บทที่ 3

ระเบียบและวิธีการศึกษา

การศึกษาความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทรู มูฟ จำกัด เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาถึงความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร โดยผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางการศึกษา ดังนี้

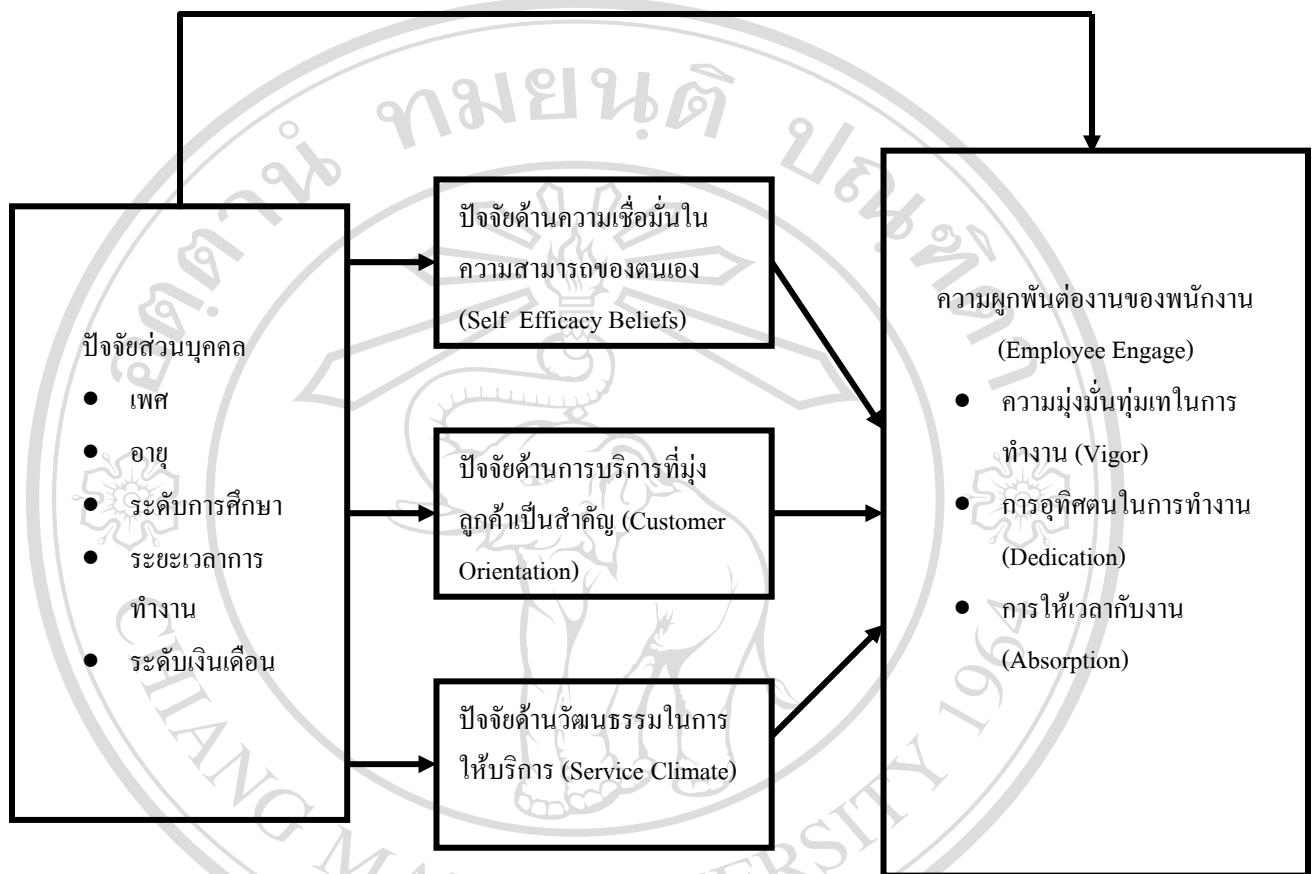
- 3.1 ขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
- 3.2 วิธีการศึกษา ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล
- 3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทรู มูฟ จำกัด โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน อันประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self efficacy) ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation) และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate)

แผนภาพที่ 2 แนวคิดของการศึกษาความผูกพันต่อองค์กร



จากแผนภาพที่ 2 แสดงถึงแนวคิดของการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

โดยศึกษาความคิดเห็นของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทรู มูฟ จำกัด จากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน และระดับเงินเดือน ที่มีผลต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self efficacy) ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation) และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่องานของพนักงาน นอกจากนี้ ยังศึกษาว่าปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self efficacy) ด้านการบริการลูกค้า (Customer Orientation) และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) มีผลต่อความผูกพันต่องานของพนักงานหรือไม่ โดยส่วนประกอบของความผูกพัน

ต่องานทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

องค์ประกอบของความผูกพันทั้ง 3 ด้าน จะนำมาใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น ด้วยการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ได้แก่ การทำงานของฉันอยู่ในระดับที่ดี ภายใต้อุปสรรคความสามารถของฉัน ฉันไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในบริษัท ฉันมีความรู้ด้านเทคนิค ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน ประสบการณ์การทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของฉัน เพิ่มความมั่นใจให้ฉัน ในการทำงานให้กับบริษัทได้อย่างเต็มที่ ฉันรู้สึกว่าคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ฉันได้รับในปัจจุบัน ฉันรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถของฉันเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน ฉันสามารถทำงานที่ท้าทายมากกว่างานที่ฉันกำลังทำในปัจจุบัน หากกล่าวอย่างมืออาชีพ ฉันพึงพอใจในงานของฉันที่เป็นไปตามความคาดหวัง และฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการทำงานได้เป็นอย่างดี

2. ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ ได้แก่ การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับฉัน ฉันมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที ฉันรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข ฉันมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า ฉันพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การบรรลุวัตถุประสงค์ของฉันคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ฉันชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฉันฟัง ฉันชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า และความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจฉันเสมอ

3. ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ได้แก่ พนักงานในบริษัทของท่านมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของบริษัทท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม บริษัทมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง บริษัทมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และพนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี

องค์ประกอบของความผูกพันต่องานทั้ง 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Schaufeli et al, 2002) ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้ที่มีความมุ่งมั่น มีความพยายาม ทุ่มเทในการทำงาน มีสภาพจิตใจที่ยืดหยุ่นเหมาะสมและพร้อมต่อการปฏิบัติงาน

2. ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) หมายถึง การอุทิศตนและทุ่มเทในการทำงาน โดยคิดว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของงาน โดยรับรู้ถึงการทำงานในลักษณะ การทำงานอย่างหนัก (Work Hard) การทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน (Work Long) และการค้นหาความรู้ใหม่ๆ (Work Smart) เพื่อนำมาพัฒนาตนเองและหน่วยงาน

3. ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) บุคลิกลักษณะของผู้ที่ให้เวลากับงาน มีใจจดจ่อและคิดว่าการทำงานคือความสุข

3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานขายแผนกค้าส่งของบริษัท ทรู มูฟ จำกัด ประกอบด้วย 7 เขตการปกครอง (Region) ได้แก่ เขตกรุงเทพ เขตภาคเหนือ เขตภาคกลาง เขตภาคตะวันออก เขตภาคตะวันตก เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเขตภาคใต้ โดยศึกษานี้สำรวจการรับรู้ของพนักงานจากทั้ง 7 เขตการปกครอง ณ.วันที่ 29 เมษายน 2551 ถึงวันที่ 16 มิถุนายน 2551 รวมพนักงาน 134 คน ดังแสดงในตาราง

เขตการปกครอง	พนักงาน เขต1 (คน)	พนักงาน เขต2 (คน)	พนักงาน เขต3 (คน)	พนักงาน เขต4 (คน)	พนักงาน เขต5 (คน)	รวม
กรุงเทพ	4	5	4	3	-	16
ภาคเหนือ	5	5	4	4	3	21
ภาคกลาง	5	5	4	4	-	18
ภาคตะวันออก	5	5	4	-	-	14
ภาคตะวันตก	5	5	4	3	4	21
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5	5	5	4	4	23
ภาคใต้	5	5	4	4	3	21
รวม	34	35	29	22	14	134

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษารั้งนี้ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรทั้งหมด จำนวน 134 ราย โดยการใช้แบบสอบถาม

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** รวบรวมจากการออกแบบสอบถาม โดยสอบถามจากพนักงานของบริษัท ทรุ มูฟ จำกัด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** รวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารอื่น ๆ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และระบบอินทราเน็ต

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เรื่อง ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร บริษัท ทรุ มูฟ จำกัด โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และอัตราเงินเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เป็นแบบสอบถามคำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale โครงสร้างแบบสอบถามมีค่าคะแนนจากระดับความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย เฉย ๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 4 ด้าน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับความมั่นใจในการทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่องานของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้า

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงโปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีหลักการให้คะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นคำถามการวัดสเกลทัศนคติ (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 7 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ก่อนข้างเห็นด้วย เฉย ๆ ไม่ค่อยเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในการวัดระดับความคิดเห็นจะให้คะแนน ดังนี้

คะแนนถ่วงน้ำหนัก 7	สำหรับระดับความสำคัญเห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนถ่วงน้ำหนัก 6	สำหรับระดับความสำคัญเห็นด้วย
คะแนนถ่วงน้ำหนัก 5	สำหรับระดับความสำคัญก่อนข้างเห็นด้วย
คะแนนถ่วงน้ำหนัก 4	สำหรับระดับความสำคัญเฉย ๆ
คะแนนถ่วงน้ำหนัก 3	สำหรับระดับความสำคัญไม่บ่อยเห็นด้วย
คะแนนถ่วงน้ำหนัก 2	สำหรับระดับความสำคัญไม่เห็นด้วย
คะแนนถ่วงน้ำหนัก 1	สำหรับระดับความสำคัญไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายจากลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามผู้ศึกษายึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.86 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.72 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.73 – 3.58 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับไม่บ่อยเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.59 – 4.44 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเฉย ๆ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 5.30 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.31 – 6.16 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.17 – 7.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อองค์การอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวัดระดับความผูกพันต่องานของพนักงาน วิเคราะห์จากองค์ประกอบด้านความผูกพันต่องานของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทรู มูฟ จำกัด จากปัจจัยย่อย 17 ด้าน (Schaufeli et al, 2002) ดังนี้

ความผูกพันต่องานของพนักงาน ในปัจจัยย่อยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

1. ในที่ทำงาน ฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน
2. ฉันรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉัน
3. เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน
4. ฉันสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน
5. ฉันสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของฉันได้เป็นอย่างดี

ความผูกพันต่องานของพนักงาน ในปัจจัยย่อยด้านการอุทิศตนในการทำงาน

7. ฉันพบว่า งานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน
8. ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
9. งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน
10. ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ

11. ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมาก

ความผูกพันต่องานของพนักงาน ในปัจจัยย่อยด้านการใช้เวลากับงาน

12. ขณะที่ฉันทำงาน ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว
13. เมื่อฉันทำงาน ฉันลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว
14. ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อฉันทำงานอย่างตั้งใจ
15. ฉันจดจ่ออยู่กับงานของฉัน
16. ฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน

17. การดึงความสนใจของฉันออกจากงานเป็นเรื่องยาก

จากค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสามารถนำมาแปลความหมายของระดับความผูกพัน
ดังนี้

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย
ไม่ค่อยเห็นด้วย และเฉยๆ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 4.44 หมายถึง พนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร
ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับค่อนข้างเห็นด้วย เห็นด้วย และ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.45 – 7.00 หมายถึง พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร

3.2.4 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไป
ของกลุ่มประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และอัตราเงินเดือน
2. ค่าเฉลี่ย (Means) ใช้อธิบายระดับความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน และ
เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชากรกับระดับความคิดเห็นต่อองค์กร
3. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อทดสอบว่าคำถามใน
แบบสอบถาม มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
4. การแจกแจงแบบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance
: Anova) เพื่อใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับความคิดเห็น
ต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ ด้าน
ความผูกพันต่องาน และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ
5. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Linear
Regression) ระหว่างตัวแปรด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านความผูกพันต่องาน ด้าน
การบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูล คือ บริษัท ทรู มูฟ จำกัด จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สำนักงานใหญ่ สำนักงานภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

2. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.4 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาการศึกษา 8 เดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม 2551 – สิงหาคม 2551

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 2 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน 2551 – พฤษภาคม 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved