

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านบริการลูกค้านครหลวง มีระเบียบวิธีการศึกษาในเรื่องของขอบเขต ประชากร ขอบเขตเนื้อหา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรคือ พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้สังกัดด้านบริการลูกค้า นครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านบริการลูกค้านครหลวงแบ่งส่วนงานออกเป็น ส่วน อำนวยการ และภาคบริการนครหลวงที่ 1 – 4 มีพนักงานรวมทั้งหมดจำนวน 5,941 ราย (บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), 2548)

กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 375 ราย โดยใช้วิธีเปิดตาราง Taro Yamane ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% (ชัยสิทธิ์ เถлимมีประเสริฐ, 2544) โดยจัดสรร การเก็บตัวอย่างตามสัดส่วนพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้สังกัดด้านบริการลูกค้า นครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และมีการปรับจำนวนตัวอย่างเป็น 389 ราย เพื่อให้มีความเหมาะสม ในการวิเคราะห์ ดังนี้

สังกัด	จำนวนพนักงาน	จำนวนตัวอย่าง ตามสัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง ที่เก็บจริง
ส่วนอำนวยการ	22	1.39	15
ภาคบริการนครหลวงที่ 1	1,472	92.91	93
ภาคบริการนครหลวงที่ 2	1,415	89.32	89
ภาคบริการนครหลวงที่ 3	1,417	89.44	90
ภาคบริการนครหลวงที่ 4	1,615	101.94	102
รวม	5,941	375.00	389

จากนั้นจึงเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก(Convenience Nonrandom Method) เฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้สังกัดด้านบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร ระดับตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน ผลป้อนกลับของงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่าคุณการเป็นที่พึ่งพาได้ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร ทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร ที่มีความสำคัญต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร โดยใช้แบบสอบถามของ พิชญากุล ศิริปัญญา (2545) ซึ่งออกแบบสอบถามตามแบบจำลองของ R.M.Steers (Steers, Richard M., 1977)

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้สังกัดด้านบริการลูกค้านครหลวง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จำนวน 389 ราย โดยใช้แบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลกระทำโดยใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในงานที่ปฏิบัติ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

เกณฑ์การวัดความคิดเห็น ใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) 5 ระดับ (อ้างถึงใน
 อภากร ผดุงสัตยวงศ์, 2544: 53-54) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนเชิงบวกในแต่ละระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความ
 ผูกพันต่อองค์กร มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1
ไม่เห็นด้วย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
เห็นด้วยปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
เห็นด้วย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5

เกณฑ์การให้คะแนนเชิงลบในแต่ละระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความ
 ผูกพันต่อองค์กร มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	5
ไม่เห็นด้วย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	4
เห็นด้วยปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	3
เห็นด้วย	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เกณฑ์การให้คะแนนเท่ากับ	1

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน
 ต่อองค์กร มีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	1.00 -1.50	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	1.51 -2.50	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	2.51 -3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	3.51 -4.50	หมายถึง	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	4.51 -5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของความผูกพัน มีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	1.00 -1.50	หมายถึง	มีความผูกพันระดับต่ำมาก
คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	1.51 -2.50	หมายถึง	มีความผูกพันระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง	2.51 -3.50	หมายถึง	มีความผูกพันระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง 3.51 -4.50 หมายถึง มีความผูกพันระดับสูง

คะแนนเฉลี่ย ระหว่าง 4.51 -5.00 หมายถึง มีความผูกพันระดับสูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านบริการลูกค้านครหลวง ใช้เวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2548 ถึงเดือนมิถุนายน 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved