

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔” การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ทั้งหมด ๕๐๐ คน^๑

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครซี (Krejcie) และมอร์แกน (Morgan)^๒ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๒๑๗ คน และเพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลได้ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้เก็บเพิ่มเติมอีกจำนวน ๒๐ คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ทั้งหมด ๒๓๗ คน และผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

^๑บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด , แคนนอนประเทศไทย , <http://www.canon.co.th>.

^๒ธานินทร์ ศิลป์จารุ , การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS, พิมพ์ครั้งที่ ๑๐, (กรุงเทพมหานคร : บิสนิเนสอาร์แอนด์ดี, ๒๕๕๒), หน้า ๔๘ – ๔๙.

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการสร้างและการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้

๓.๓.๑ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

๑) ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ แล้วกำหนดเป็นกรอบ ปัจจัยให้ครอบคลุม เนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ทำการวิจัย

๒) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ ตามกรอบปัจจัยที่กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น ๓ ตอนดังนี้

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝ่าย /แผนกที่สังกัด และอายุการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิดให้เลือกตอบ จำนวน ๖ ข้อ

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ ประกอบด้วย ๑.ด้าน จินตนะ ๒.ด้านวิริยะ ๓.ด้านจิตตะ ๔.ด้านวิมังสา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ๕ ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

การแปลความหมาย

มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด	ให้	๕	คะแนน
มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมาก	ให้	๔	คะแนน
มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานปานกลาง	ให้	๓	คะแนน
มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อย	ให้	๒	คะแนน
มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด	ให้	๑	คะแนน

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามหลักอิทธิบาท ๔ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบโดยเสรี จำนวน ๔ ข้อ

๓) นำแบบสอบถามที่สร้างแล้วไปหาคุณภาพต่อไป

๓.๓.๒ การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

๑. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน ๕ ท่าน ได้แก่

๑) พระมหาสม กลยาโณ ,ดร. ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒) พระวันชัย ภาทุงจารี ตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓) ผศ.ดร.โกนิฐ์ ศรีทอง ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๔) ผศ.ดร.ภัทรพล ใจเย็น ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๕) ดร.พิเชฐ ทังโต ตำแหน่ง รักษาการรองหัวหน้าภาควิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ได้ค่า IOC มากกว่า ๐.๕ ขึ้นไปทุกข้อ

๒. หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๓๐ คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนน เพื่อหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของความเชื่อมั่นตามวิธีการของครอน บาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ ๐.๘๖๑

๓. ปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์สำหรับใช้จริงต่อไป

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑.) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากโครงการหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อเรียนผู้อำนวยการฝ่ายบุคคล บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ขออนุญาตเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด

๒.) ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและรับกลับคืนด้วยตนเอง

๓.) ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมดคิดเป็น ร้อยละ

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

๑.) สถานภาพส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการหา ค่าความถี่ (frequency) และ ค่าร้อยละ (percentage)

๒.) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด วิเคราะห์โดยการหา ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

๓.) การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด วิเคราะห์โดย การทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) และในกรณีที่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๓ กลุ่มขึ้นไป ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญที่น้อยที่สุด (Least Significant Difference : LSD)

๔.) ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามหลักอิทธิบาท ๔ ที่ได้จากแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการเขียนความเรียง และจัดกลุ่ม

๕) เกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ มีดังนี้^๓

ช่วงค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
๔.๕๐ – ๕.๐๐	มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับการปฏิบัติงานมากที่สุด
๓.๕๐ – ๔.๔๙	มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับการปฏิบัติงานมาก
๒.๕๐ – ๓.๔๙	มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับการปฏิบัติงานปานกลาง
๑.๕๐ – ๒.๔๙	มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับการปฏิบัติงานน้อย
๑.๐๐ – ๑.๔๙	มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

^๓ชูศรี วงศ์รัตน์ , เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย , พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร : เทพเนรมิต, ๒๕๔๑), หน้า ๗๕.