

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

อ.ดร. บัณฑิตพงษ์ สงคริราณี

บทที่ 1: บทบาทของการวิจัย

นิยามระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ คือ กระบวนการที่เป็นระบบและมีความเป็นทวิสัย เพื่อสกัดข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเชิงธุรกิจ

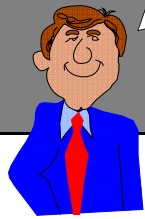
ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

- ข้อมูลจากการวิจัย ไม่ได้เก็บรวบรวมมาจากสัญชาตญาณ หรือตามอำเภอใจ
- ตามตัวอักษร research (re-search) หมายถึง "search again"
- การวิจัยต้องมีความเป็นทวิสัย
- การวิจัยทำเพื่อปราศจากความลำเอียงและอารมณ์ความรู้สึก
- การวิจัยช่วยเสริมกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ

สารสนเทศ

ช่วยเหลือ

ความไม่แน่นอน



I don't know if we should offer on-site child care?

ประเภทการวิจัยทางธุรกิจ



การวิจัยพื้นฐาน

การวิจัยประยุกต์

การวิจัยพื้นฐาน

- ความพยายามที่จะขยายวงจำกัดของความรู้
- ไม่ได้มุ่งหาคำตอบเพื่อใช้แก้ไขปัญหา

ตัวอย่างการวิจัยพื้นฐาน

- ความสำเร็จในการบริหารมีความสัมพันธ์กับความฉลาดทางอารมณ์หรือไม่?
- สมาชิกในทีมที่เหนียวแน่นจะมีความพอใจในงานมากกว่าสมาชิกในทีมที่หลวมหรือไม่?
- การรู้งานการทำงานด้วยผลตอบแทนช่วยเหลือการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่?

"ความลับของความสำเร็จ ก็คือ การที่จะต้องรู้ในสิ่งที่คนอื่นไม่รู้"

Aristotle Onassis

การวิจัยประยุกต์

- นำมาใช้เมื่อจะต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง

ตัวอย่างการวิจัยประยุกต์

- ร้าน McDonalds ควรจะเพิ่มเมนูสับดำสำหรับอาหารมือเย็นหรือไม่?
- การวิจัยทางธุรกิจจะช่วยบอก McDonald ว่าควรจะทำเช่นนั้นหรือไม่?
- MVP ควรจะขึ้นราคาตัวภาพยนตร์หรือไม่
- การวิจัยช่วยบอกเราว่าราคาเท่าไรที่ก่อให้เกิดยอดขาย

10

วิธีการทางวิทยาศาสตร์

- การวิเคราะห์และการตีความในหลักฐานเชิงประจักษ์ (facts จากการสังเกต หรือ การทดลอง) เพื่อจะยืนยันหรือไม่ยืนยันแนวคิดนั้น



11

กระบวนการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาและการนำกลยุทธ์ไปใช้ 2 of 16

- ซี่ปัญหาและโอกาส
- วินิจฉัยและประเมินทางเลือกต่าง ๆ
- เลือกและนำไปปฏิบัติ
- ประเมินผลการนำไปปฏิบัติ

12

การวิจัยประเมินผล

- การวัดและการประเมิน กิจกรรม โครงการ โปรแกรม อย่างเป็นทางการ และมีความชัดเจนหรือไม่สำคัญ ว่า บรรลุผลตามที่วางแผนไว้หรือไม่

13

การวิจัยการติดตามการปฏิบัติงาน

- การวิจัยให้ข้อมูลย้อนกลับสำหรับการประเมินผลและการควบคุมกิจกรรมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นซ้ำ
- ชี้ถึงความผิดพลาดหรือความล้มเหลว
- การวิจัยที่สามารถอธิบายได้ว่า ทำไมสิ่งผิดปกติกจึงเกิดขึ้น

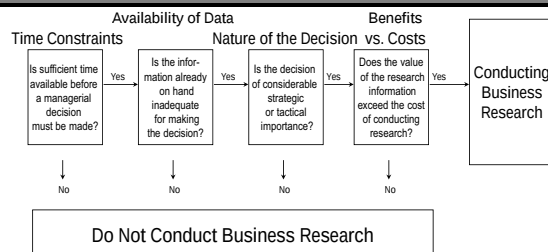
14

เมื่อไรจึงจะต้องทำวิจัยทางธุรกิจ

- ข้อจำกัดด้านเวลา
- ความพร้อมของข้อมูล
- ลักษณะการตัดสินใจ
- ประโยชน์และต้นทุน

15

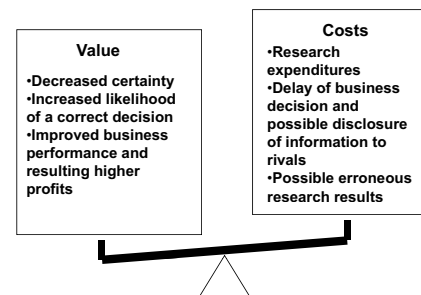
เมื่อไรจึงจะต้องทำวิจัยทางธุรกิจ



16

คุณค่ากับต้นทุน

- แนวโน้มมูลค่าที่จะเกิดขึ้นจากการวิจัยควรจะมากกว่าต้นทุน



17

หัวข้อหลักในการวิจัยทางธุรกิจ

- สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- การเงินและการบัญชี
- การจัดการและพฤติกรรมองค์กร
- การขายและการตลาด
- ระบบข้อมูลสารสนเทศ
- ความรับผิดชอบทางธุรกิจ

18

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับทีมงานข้ามหน้าที่

- **Cross-functional teams**
ประกอบด้วยบุคคลที่มาจากแผนกต่าง ๆ
เช่น วิศวกรรม การเงิน การตลาด ฯลฯ
ซึ่งมีเป้าหมายร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาและ
สำรวจโอกาสทางธุรกิจ

19

การวิจัยทางธุรกิจในปี 21

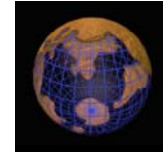
- การเพิ่มขึ้นของความเป็นโลกาภิวัตน์
- การเติบโตของอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสารสนเทศ

20

การวิจัยธุรกิจระดับโลก

3 of 16

- Business Research is increasingly global
- Market knowledge is essential
- A.C. Nielsen - more than 67% international business



21

การวิจัยธุรกิจระดับโลก

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศต่าง ๆ
- ปัจจัยทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์
- สภาพแวดล้อมทางการตลาดและการแข่งขัน



22

อินเทอร์เน็ตกำลังจะเปลี่ยนแปลงสังคม

- ข้อจำกัดเรื่องเวลาหายไป
- ระยะทางไม่ถือเป็นอุปสรรคอีกต่อไป
- การข้ามไปต่างประเทศอาศัยเพียงการคลิกเมาส์
- ผู้คนสามารถติดต่อกันได้ 24 ชั่วโมง
- “แค่พริบตา” มีความหมายอย่างมากในปัจจุบัน

23

การวิจัยทางอินเทอร์เน็ต

- การค้นหาข้อเท็จจริงและตัวเลขเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ
- การสำรวจผ่านทางเว็บไซต์

24

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

อ.ดร. นิตพงษ์ สงคริราญ

บทที่ 3: การสร้างทฤษฎี

25

ทฤษฎี

ทฤษฎี คือ การทำนายเพื่อจะจับสิ่งที่เราเรียกว่า “โลก”:
ทฤษฎี คือ การให้เหตุผล การให้คำอธิบาย และเข้าใจโลกที่เป็นจริง เราพยายามที่จะทำให้โครงข่ายนั้นมีความละเอียดยิ่งขึ้นไป

Karl R. Popper

“ทฤษฎี เปรียบเสมือนหมอดู ทำนายความจริงในโลก”
นิตพงษ์ สงคริราญ

26

ความมุ่งหมายของทฤษฎี

- การทำนาย (Prediction)
- ความเข้าใจ (Understanding)

27

ทฤษฎี

- ชุดของข้อเสนอทั่วไปที่ใช้เป็นหลักในการอธิบายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของปรากฏการณ์ที่ได้รับการสังเกต
- แนวคิดที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

28

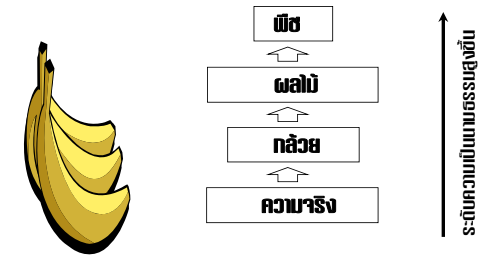
แนวคิด (Concept or Construct)

- ความคิดเห็นแบบกว้าง ๆ เกี่ยวกับ ชนิดของวัตถุ คุณลักษณะ สิ่งปรากฏขึ้น หรือ ขั้นตอน กระบวนการที่ได้รับการกำหนดชื่อ
- แนวคิดถูกดึงมาจากความเป็นจริงที่เป็นนามธรรม
- “ภาวะผู้นำ” “การตัดสินใจ” “GDP” “จริยธรรม”
- “โต๊ะ” “เงินเฟ้อ”

29

ชั้นนามธรรมของแนวคิด

4 of 16



30

นักวิจัยทางธุรกิจที่เป็นวิทยาศาสตร์ ทำการวิจัยที่ 2 ระดับ

- ระดับนามธรรมของแนวคิด (Abstract level)
 - แนวคิด
 - ข้อเสนอ (propositions)
- ระดับเชิงประจักษ์
 - ตัวแปร
 - สมมติฐาน

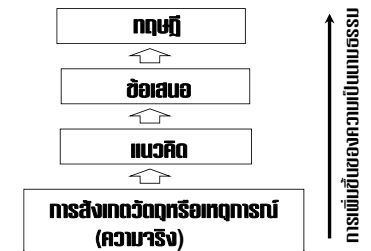
31

ความหมาย

- ระดับนามธรรม ระดับของความรู้ที่แสดงในรูปแนวคิด
- ระดับเชิงประจักษ์ ระดับความรู้ที่แสดงให้เห็นได้จากประสบการณ์และการสังเกต

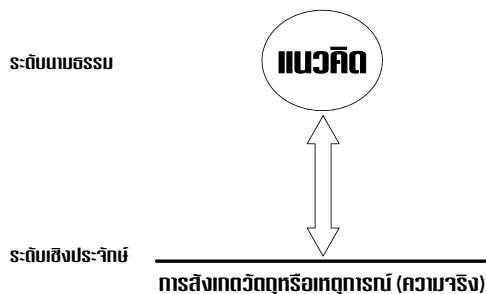
32

การสร้างทฤษฎี: กระบวนการเพิ่มของแนวคิดนามธรรม



33

แนวคิด คือ นามธรรมของความจริง



34

วิธีการทางวิทยาศาสตร์

กระบวนการสร้างและเชื่อมต่อประโยชน์ทางทฤษฎีเกี่ยวกับเหตุการณ์ และทำนายเหตุการณ์ที่ยังไม่รู้

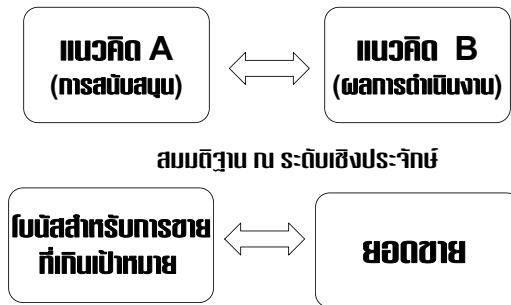
35

ระดับนามธรรม

- แนวคิด คือ ความจริงที่เป็นนามธรรม
- ข้อเสนอ คือ ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดต่าง ๆ

36

ข้อเสนอ ณ ระดับนามธรรม



37



- สมมติฐาน (hypothesis) คือ ข้อเสนอที่ได้รับการทดสอบเชิงประจักษ์แล้ว ซึ่งเป็นประโยชน์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ
- ตัวแปร (variables) คือ อะไรก็ตามที่สามารถจะเปลี่ยนค่าได้

38

การให้เหตุผลเชิงอุปนัย (Deductive Reasoning)

5 of 16

- กระบวนการเชิงตรรกะที่ทำให้ได้ข้อสรุปจากการอนุมานจากหลักทั่วไป หรือจากสิ่งที่รู้ว่าเป็นจริงที่
 - นิเสธทุกคนเป็นคนไทย
 - นาย ก เป็นนิเสธ
 - ดังนั้น สรุปได้ว่า นาย ก เป็นคนไทย

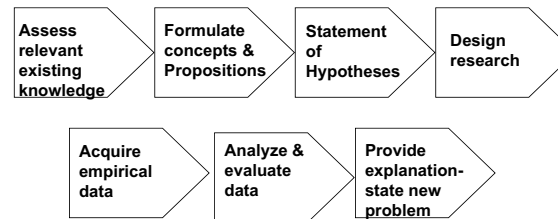
39

การให้เหตุผลเชิงอุปนัย (Inductive Reasoning)

- กระบวนการเชิงตรรกะที่สร้างข้อเสนอโดยทั่วไปบนพื้นฐานจากการสังเกตข้อเท็จจริง
 - ผู้จัดการทุกคนที่เราเคยพบเป็นมนุษย์
 - ดังนั้นเราจึงอนุมานว่า ผู้จัดการทุกคนเป็นมนุษย์

40

วิธีการทางวิทยาศาสตร์: ภาพรวม



41

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

อ.ดร. นิธิพงษ์ ส่งศรีรัมย์

บทที่ 4 กระบวนการวิจัย: ความรู้เบื้องต้น

42

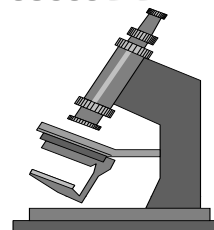
สารสนเทศ

- ลดความไม่แน่นอน
- ช่วยให้การตัดสินใจดีขึ้น

43

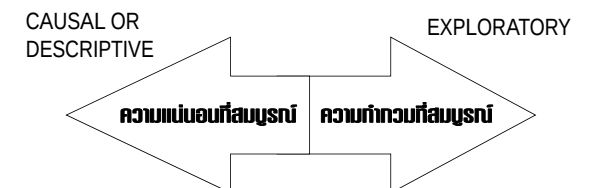
ประเภทของการวิจัย

- การวิจัยเชิงสำรวจ
- การวิจัยเชิงพรรณนาหรือบรรยาย
- การวิจัยเชิงเหตุผล



44

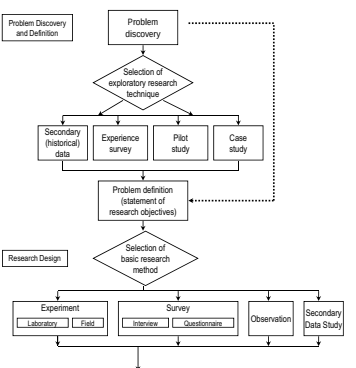
ความไม่แน่นอนมีผลต่อประเภทของการวิจัย



45

ประเภทการวิจัยกับลักษณะของปัญหา

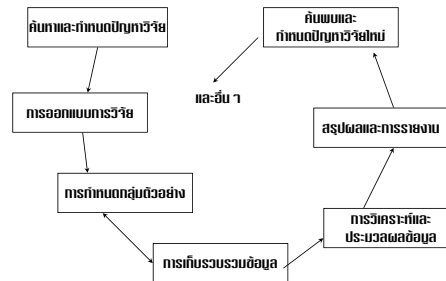
การวิจัยเชิงสำรวจ (ปัญหาคลุมเครือ)	การวิจัยเชิงบรรยาย (ปัญหาได้รับการกำหนดอย่างบางส่วน)	การวิจัยเชิงสาเหตุ (ปัญหาที่กำหนดอย่างชัดเจน)
“ยอดขายลดลงและเราไม่ ทราบว่าเพราะเหตุใด” “ประชาชนส่วนใหญ่คิด ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเรา หรือไม่”	“คนแบบใดบ้างที่ชอบสินค้า ของเรา และใครบ้างที่ชอบ สินค้าของคู่แข่ง” “คุณสมบัติของสินค้า อะไรบ้างที่ผู้ซื้อชอบ”	“ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าประเภทอื่น หรือไม่ ถ้าเราสร้างบรรจุภัณฑ์ ใหม่” “การโฆษณาแบบใดที่ มีประสิทธิภาพมากที่สุด”



“การกำหนดปัญหามีความสำคัญ
กว่าคำตอบของมัน”

Albert Einstein

ขั้นตอนของกระบวนการวิจัย



สรุปขั้นตอนของกระบวนการวิจัย

- ค้นหาและกำหนดปัญหา
- ออกแบบการวิจัย
- การออกแบบการสุ่มตัวอย่าง
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล
- สรุปผลและรายงาน

การกำหนดคำถามวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัย

หลังจากกำหนดประเด็นปัญหาการวิจัยที่
ชัดเจนแล้ว ต่อมาผู้วิจัยต้องกำหนด
วัตถุประสงค์ การแสดงออกของการ
กำหนดวัตถุประสงค์ที่ดีคือ
“การกำหนดสมมติฐาน”

ขั้นตอนของกระบวนการวิจัย

6 of 16

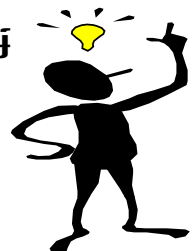
- เป็นกระบวนการที่เป็นวัฏจักร ข้อสรุปจากการวิจัย จะทำ
ให้เกิดแนวคิดใหม่หรือประเด็นใหม่
- ขั้นตอนต่าง ๆ สามารถคาบเกี่ยวกันหรือเหลื่อมกันเรื่อง
ลำดับเวลาได้ บางขั้นตอนอาจจะทำไปพร้อมกันได้
- ขั้นตอนต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน
 - เชื่อมโยงไปข้างหน้า
 - เชื่อมโยงไปข้างหลัง

การค้นหาปัญหาและกำหนดปัญหา

- ขั้นตอนแรกของการวิจัย
- ปัญหาทั่วไป, การประเมินโปรแกรมหรือ
การกำหนดโอกาสทางธุรกิจ
- ค้นหาก่อนที่จะกำหนดปัญหาที่เจาะจง
- ปัญหาในที่นี้หมายถึงปัญหาทางการ
บริหารจัดการ

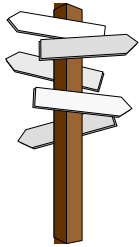
สมมติฐาน (Hypothesis)

- ประโยคหนึ่ง
- ซึ่งสามารถจะปฏิเสธได้
- โดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์



“ถ้าคุณไม่รู้ว่าคุณกำลังจะไปไหน คุณจะไม่รู้
 ว่าจะต้องเดินไปเส้นทางไหน”

ข้อความข้างต้นสื่อถึงอะไร



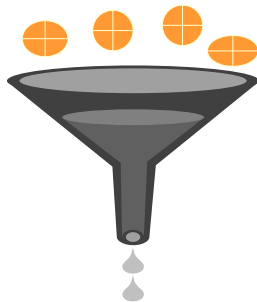
แนวทางการค้นหาปัญหา



เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจสำหรับค้นหาปัญหา: นำเสนอ 2 ตัวอย่าง 7 of 16

- ข้อมูลทุติยภูมิ (ข้อมูลในอดีตหรือประวัติศาสตร์)
 - มีการเก็บรวบรวมก่อนหน้านี้
 - การสำรวจประชานิยม
 - การทบทวนวรรณกรรม
- การศึกษาเบื้องต้น
 - เทคนิคที่หลากหลาย

การสัมภาษณ์กลุ่มที่สนใจ (Focus Group Interview)



การออกแบบการวิจัย

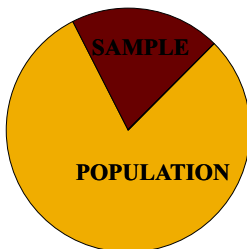
- แผนแม่บทที่จะได้คำตอบจากการวิจัย หรือวัตถุประสงค์
- กรอบของการปฏิบัติ
- ระเบียบวิธีและกระบวนการ

การเลือกแบบการวิจัย

- การสำรวจ (Surveys)
- การทดลอง (Experiments)
- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)
- การสังเกต (Observation)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

Sample: subset of a larger population.



การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

- เราสุ่มใคร
- จำนวนมากน้อยเพียงใด
- หน่วยของตัวอย่างจะถูกเลือกอย่างไร
- สุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นและไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- มีหลากหลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์
- ระยะเวลาการเก็บ อาจประกอบด้วย ระยะการทดสอบก่อนและการศึกษาหลัก

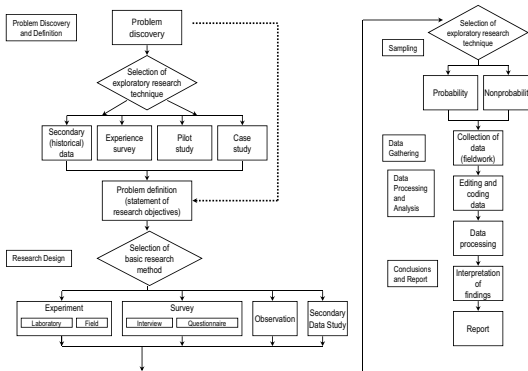


การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

- การแก้ไขและการลงรหัสข้อมูล (editing and coding)
- การวิเคราะห์ข้อมูล ขึ้นอยู่กับลักษณะแบบของการวิจัย และลักษณะของข้อมูล
- การวิเคราะห์ตัวแปรเดียว สองตัวแปร และหลายตัวแปร



64



67

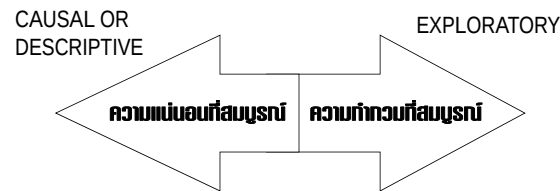
การสรุปผลและการรายงาน

- สื่อถึงข้อค้นพบของการวิจัยที่มีประสิทธิภาพ
- มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการจัดการ
- มีการแสดงข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจ



65

ความไม่แน่นอนมีผลต่อประเภทของการวิจัย



68

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

อ.ดร. นิธิพงษ์ ส่งศรีรัมย์

บทที่ 6: การนิยามปัญหาการวิจัยและเค้าโครงการวิจัย

69

การค้นหาคำถามและกำหนดปัญหา

- ขั้นตอนแรกของการวิจัย
- ปัญหาทั่วไป, การประเมินโปรแกรมหรือการกำหนดโอกาสทางธุรกิจ
- ค้นหาคำถามที่จะกำหนดปัญหาที่เจาะจง
- ปัญหาในที่นี้หมายถึงปัญหาทางการบริหารจัดการ

69

“การกำหนดปัญหามีความสำคัญกว่าคำตอบของมัน”

Albert Einstein

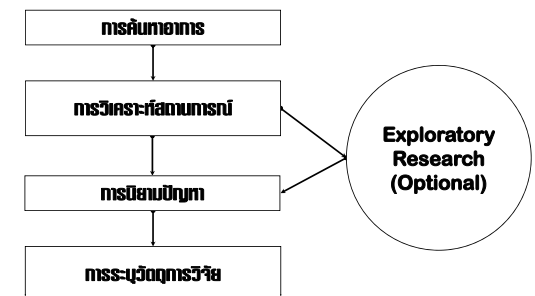
70

การนิยามปัญหา

- ชี้นำให้เห็นถึงขอบเขตการตัดสินใจทางการจัดการที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งต้องได้รับการแก้ไขด้วยการสร้างคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย

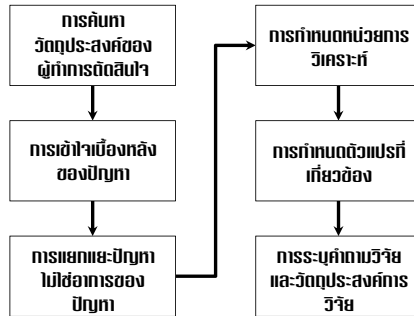
71

การนิยามปัญหาช่วยให้วัตถุประสงค์การวิจัยมีความชัดเจน



72

กระบวนการนิยามปัญหา



73

1. การค้นหาวัตถุประสงค์ของผู้บริหาร

- ผู้ทำการตัดสินใจควรแสดงเป้าหมายของตัวเองต่อ นักวิจัย ที่สามารถวัดได้
- เทคนิคที่ใช้ค้นหา คือ การนำเสนอแก้ไขปัญหาก็เป็นไปได้นะ แต่ละทางก็กับผู้บริหาร (ใช่/ไม่ใช่) ถ้าไม่ใช่ เพราะอะไร (สาเหตุของสาเหตุ)
- การวิจัยเชิงสำรวจช่วยให้ผู้บริหารกำหนดวัตถุประสงค์ได้



74

หลักการดูเขาน้ำแข็ง

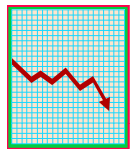
- หลักการนี้ชี้ให้เห็นว่า สิ่งที่เป็นอันตราย อย่างยิ่งของผู้บริหารก็คือการละเลย ปัญหาที่มองไม่เห็นและไม่เข้าใจปัญหา



75

การเข้าไปเบื้องหลัง (ภูมิหลัง) ของปัญหา

- การฝึกการวินิจฉัยปัญหา
- การวิเคราะห์สถานการณ์-การรวบรวมข้อมูลภูมิหลังหรือเหตุการณ์ที่มีมาก่อนหน้าอย่างไม่เป็นทางการเพื่อให้นักวิจัยหรือผู้บริหารได้คุ้นเคยกับปัญหา



“ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิดขึ้น”

76

แยกแยะและระบุปัญหา ไม่ใช่อาการของปัญหา

- อาการของปัญหาสามารถทำให้เกิดความสับสน
- การแยกแยะและระบุสาเหตุที่เป็นไปได้มากที่สุด ไม่ใช่เป็นเพียงอาการของปัญหา
- ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาของปัญหาด้วยการสำรวจสถานการณ์ในหนทางใหม่



Problem Tree

77

อาการต่าง ๆ สามารถทำให้เกิดความสับสน

องค์กร	อาการ	นิยามปัญหาที่ขึ้นอยู่กับอาการ	ปัญหาที่แท้จริง
สมาคมว่ายน้ำสำหรับผู้มีอายุ 20 ปี	สมาชิกลดลงมาหลายปี เมื่อสองสามปีที่ผ่านมามีส่วนน้อยแบบคลื่นและสไลด์เดอร์เข้ามาสู่เมือง	ผู้ที่อาศัยละแวกนั้นชอบสวนน้ำสาธารณะและมีความปลอดภัยสูง	การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์: เด็กที่มีอายุ 20 ปีนั้นได้เติบโตขึ้น ผู้ที่อาศัยละแวกนั้นที่สูงอายุ ไม่สนใจว่าว่ายน้ำอีกต่อไป

78

การกำหนดหน่วยการวิเคราะห์

- บุคคล ครอบครัว องค์กร และอื่น ๆ



79

การกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้อง (Determine the Relevant Variable)

- ตัวแปรก็คืออะไรก็ได้ที่เราสามารถสมมติค่าตัวเลขต่าง ๆ ให้กับสิ่งเหล่านั้น

80

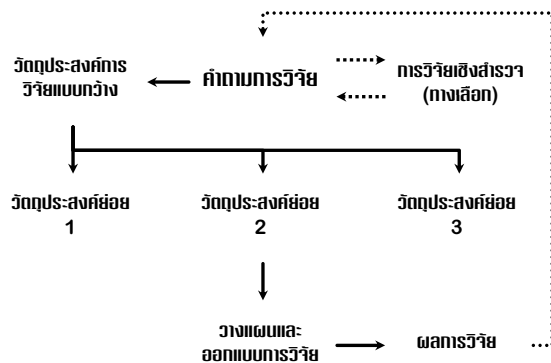
ประเภทของตัวแปร

- เชิงกลุ่ม
- เชิงปริมาณ
- ตัวแปรตาม
- ตัวแปรอิสระ

81

សម្រាប់

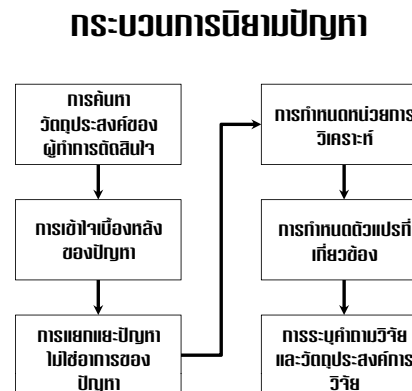
- ข้อเสนอที่ยังไม่ได้รับการพิจารณา
- คำตอบที่เป็นไปได้ต่อปัญหา
- การคาดเดา



คำถามพื้นฐาน-การนิยามปัญหา

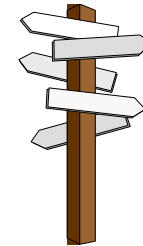
- **วัตถุประสงค์ของการศึกษา คืออะไร?**
- **เราทราบองค์ความรู้ใดบ้างแล้ว?**
- **ข้อมูลมูลกมีหรือมีความจำเป็นหรือไม่?**
- **เราจะวัดอะไร และอย่างไร?**
- **มีข้อมูลสนับสนุนหรือไม่?**
- **ควรนำผลการวิจัยต่อหรือไม่?**
- **กำหนดสมมติฐานใดหรือไม่?**

การกำหนดคำถามวิจัย และ วัตถุประสงค์การวิจัย



คำตามพื้นฐาน - การออกแบบการวิจัย

- ประเภทคำถามแบบใดที่จำเป็นต้องตอบ?
- ต้องการข้อค้นพบแบบเชิงบรรยายหรือเชิงสาเหตุ?
- แหล่งที่มาของข้อมูลคืออะไร?



ข้อเสนอโครงการวิจัย

- ถ้อยคำแถลงของการออกแบบการวิจัย
ซึ่งได้รวมเอาข้อความการอธิบาย
วัตถุประสงค์การวิจัย
- โครงสร้างกระบวนการต่าง ๆ ที่มีส่วน
สัมพันธ์กับวิธีดำเนินการวิจัย

คำตามพื้นฐาน-การออกแบบการวิจัย (ต่อ)

- วัตถุประสงค์การวิจัยสามารถตอบด้วยการถามบุคคลใดหรือไม่?
- ต้องการข้อมูลซ้ำเร็วเพียงใด?
- คำถามเชิงสำรวจจะกำหนดอย่างไร?
- ควรจะจัดการเกี่ยวกับการวิจัยเชิงทดลองอย่างไร?

คำถามพื้นฐาน - การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

- ใครหรืออะไรที่เป็นแหล่งของข้อมูล?
- สามารถกำหนดประชากรเป้าหมายได้หรือไม่?
- กลุ่มตัวอย่างมีความจำเป็นหรือไม่?
- การสุ่มตัวอย่างที่มีความถูกต้องควรจะเป็นอย่างไร?
- การสุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็นมีความจำเป็นหรือไม่?
- การสุ่มตัวอย่างระดับประเทศเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่?
- กลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดเท่าไร?
- จะเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างไร?

91

คำถามพื้นฐาน - การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ใครเป็นคนเก็บรวบรวมข้อมูล?
- ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลนานมากน้อยเพียงใด?
- การตรวจสอบ การกำกับดูแล มีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด?
- กระบวนการในการปฏิบัติใดบ้างที่จะต้องตามมา?

92

คำถามพื้นฐาน - การวิเคราะห์ข้อมูล

- ขั้นตอนการตรวจสอบและการลงรหัสที่เป็นมาตรฐานจะนำมาใช้หรือไม่?
- จะแบ่งประเภทข้อมูลอย่างไร?
- มีการใช้โปรแกรมสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์หรือไม่?
- ลักษณะของข้อมูลเป็นอย่างไร?
- คำถามอะไรที่ต้องการคำตอบ?
- มีตัวแปรอะไรบ้างที่ต้องตรวจสอบไปพร้อม ๆ กัน?
- มาตรฐานของการประเมิน คือ อะไร?

93

คำถามพื้นฐาน - ชนิดของรายงาน

- ใครคือผู้อ่านรายงาน?
- ข้อเสนอแนะทางการบริหารจัดการได้รับการร้องขอหรือไม่?
- ต้องการนำเสนอมากน้อยเพียงใด?
- รูปแบบการเขียนรายงานเป็นอย่างไร?

94

คำถามพื้นฐาน-ภาพรวม

- การศึกษาครั้งนี้เสียค่าใช้จ่ายเท่าไร?
- ระยะเวลาของการศึกษายอมรับได้หรือไม่?
- ต้องการความช่วยเหลือจากภายนอกหรือไม่?
- แบบของการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้หรือไม่?
- การวิจัยควรเริ่มต้นเมื่อไร?

95

การคาดการณ์ผลลัพธ์

- ตารางจำลอง (Dummy Table) ที่จำเป็น ซึ่งเป็นตัวแทนของตารางจริงที่จะแสดงในส่วนแสดงผลการวิเคราะห์เพื่อทำให้เข้าใจหรือเห็นภาพเบื้องต้นของข้อมูลที่ได้จากทฤษฎี
- ผลลัพธ์อะไรบ้างที่จำเป็นต่อการแก้ปัญหา หรือ การคาดการณ์ว่ารายงานบทสุดท้ายควรจะเป็นอย่างไร

96

ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ

อ.ดร. บัณฑิตพงษ์ สงศรีรัมย์

การวัด (Measurement)

กระบวนการแปลสภาพแนวคิด (Concept) ที่มีลักษณะนามธรรมให้เป็นข้อมูลทางสถิติเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ (Qualitative or Quantitative Data) ซึ่งนักวิจัยกำหนดไว้ใช้เป็นแนวในการสำรวจลักษณะต่าง ๆ ของตัวแปร ผู้ที่ทำการวิจัยจะต้องอาศัยความรู้ในทางทฤษฎี และหลักเกณฑ์ในการวัดมาประกอบกัน เพื่อให้ได้เครื่องมือที่จะใช้วัดสิ่งที่ต้องการจะวัดที่มีความถูกต้อง และเชื่อถือได้ที่สุด

98

แนวคิด

- ความคิดทั่วไปเกี่ยวกับประเภทของสิ่งของ คุณสมบัตินี้ ปรากฏการณ์ หรือ กระบวนการ

99

97

คำนิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational Definition)

- คำที่แสดงแนวคิดที่ชี้เฉพาะซึ่งนักวิจัยจะต้องกำหนดการวัดแนวคิดนั้นออกมา

100

คำนิยามเชิงปฏิบัติการ

- แนวคิด - ความท้าทายของงาน
- คำจำกัดความเชิงปฏิบัติการ
 - งานที่ทำเป็นงานที่น่าสยด
 - การได้รับโอกาสในการพัฒนาความสามารถพิเศษ
 - การได้รับโอกาสที่จะทำในสิ่งที่สามารถทำได้ดีที่สุด

101

แบบบัญญัติ (Nominal Scale) 12 of 16

ระดับของข้อมูลที่ได้จากการวัดแบบง่ายที่สุด คือ เป็นการแบ่งแยกประชากรที่จะศึกษาออกเป็นกลุ่ม เป็นพวก โดยแต่ละกลุ่มแต่ละพวกมีความแตกต่างกัน

102

แบบบัญญัติ (Nominal Scale)

สิ่งที่พึงระลึกไว้เสมอก็คือ คุณสมบัติสำคัญของการวัดระดับกลุ่ม ก็คือ ความเท่าเทียมกัน (Equivalence) ดังนั้น สมาชิกในแต่ละกลุ่มจะต้องเชื่อถือว่ามีความเหมือนกัน ตัวเลขหรือสัญลักษณ์ที่ใช้ระบุกลุ่มเป็นเพียงแต่ชื่อ ไม่อาจนำมาใช้ในการคำนวณทางเลขคณิตได้

103

มาตรวัดจัดลำดับ

ระดับข้อมูลที่กำหนดรายละเอียดของการวัดเพิ่มขึ้นจากระดับแบบบัญญัติ กล่าวคือนอกจากจะแบ่งแยกข้อมูลเป็นกลุ่มแล้ว ยังสามารถหาระดับความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้ด้วย ซึ่งระบบการวัดแบบนี้ใช้หลักการของความมากกว่า ความน้อยกว่า

104

มาตรวัดจัดลำดับ

- แบ่งประชากรโดยใช้ความคิดเห็น ซึ่งอาจจะมีระดับต่าง ๆ กัน เช่น เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- การแบ่งสินค้าโดยใช้คุณภาพของสินค้า คือ ดี พอใช้ เลว

105

มาตรวัดแบบช่วง

ระดับข้อมูลที่มีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากการวัดเรียงอันดับ กล่าวคือ สามารถกำหนดปริมาณของความแตกต่างระหว่างอันดับได้ด้วย เพราะการวัดระดับนี้ หน่วยของการวัดมีลักษณะคงที่ ซึ่งเป็นมาตรฐานในการกำหนดค่าเป็นตัวเลข

106

มาตรวัดแบบช่วง

กำหนดจุดเริ่มต้นนั้นเป็น การกำหนดจุดเริ่มต้นตามใจชอบ ไม่มีจุดเริ่มต้นที่เป็นธรรมชาติ ถึงแม้ว่าการกำหนดจุดเริ่มต้นไม่เหมือนกัน แต่ถ้านักวัดของการวัดมีมาตรฐานที่คงที่แล้ว การเปรียบเทียบกลับกันก็อาจทำได้

107

มาตรวัดแบบช่วง

เซเชลล์	0	10	30	100
ฟารนไฮต์	32	50	86	212
อัตราส่วนของเซเชลล์		$\frac{30 - 10}{10 - 0}$	=	2
อัตราส่วนของฟารนไฮต์		$\frac{86 - 50}{50 - 32}$	=	2

ไม่ว่าจะใช้ระบบใด ผลต่างของการเทียบอัตราส่วนยังคงเป็น 2 แม้ว่าจุดเริ่มต้นจะไม่เท่ากัน ตัวเลขที่ได้จากการวัดระดับนี้สามารถนำมาบวกลบกันได้

108

มาตราวัดอัตราส่วน (Ratio Scale)

ระดับข้อมูลที่ดีกว่ามีความสมบูรณ์ที่สุด และเป็นระดับการวัดสูงสุด มีจุดเริ่มต้นตามธรรมชาติ คือ มีศูนย์แท้ ที่หมายความว่าไม่มีค่า เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง อายุ ฯลฯ ข้อมูลบางชนิดไม่สามารถวัดได้ถึงระดับนี้ เช่น ข้อมูลทางด้านพฤติกรรม ทักษะ คติ ข้อมูลระดับนี้สามารถนำไปคำนวณคณิตศาสตร์ได้ทุกประเภท



109

มาตราวัด (Scale)

มาตราวัด คือ ชุดของสัญลักษณ์หรือตัวเลขที่สร้างขึ้นมาในลักษณะที่สามารถนำไปใช้วัดบุคคลหรือสิ่งที่ต้องการวัด โดยมีการกำหนดไว้แน่นอนว่าคุณสมบัติใดควรจะได้คะแนนเท่าไร

110

มาตราวัด (Scale)

มาตราวัด มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

- 1) ประเภทการนับหรือเหตุการณ์ที่สังเกตได้
- 2) ตัวเลขหรือคะแนน
- 3) วิธีการให้คะแนนกับประเภทการนับนั้น ๆ

111

มาตราวัด (Scale)

การสร้างมาตราวัดมีหลายวิธี แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็ตาม ควรคำนึงถึงความแม่นยำหรือความเชื่อถือได้ของมาตรวัดนั้น ปัจจัยที่อาจกระทบต่อความเชื่อถือได้สามารถพิจารณาได้ 3 ประเด็น คือ

- จำนวนตัวแปรในมาตราวัด
- ผู้ให้ข้อมูล และ
- ข้อคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการทราบ

112

จำนวนตัวแปรในมาตราวัด

การประเมินผลการปฏิบัติงานในด้านผลงาน อาจวัดจากคุณภาพหรือปริมาณของงาน เป็นต้น

ประเมินคุณลักษณะในการปฏิบัติงานซึ่งประกอบด้วย ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน การรักษาวินัย ความอดทน และความรับผิดชอบ และเมื่อประเมินแล้วจะรวมคะแนนทุกข้อเพื่อสรุปจากคะแนนรวมว่า ผู้ที่ได้รับการประเมินอยู่ในระดับใด

113

ผู้ให้ข้อมูล

การประเมินโดยตนเอง (Self - evaluation)

วิธีการนี้ผู้ให้ข้อมูลคือจำตัวเอง ซึ่งในหลายกรณีจะเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด เพราะเป็นการสมเหตุสมผลที่ผู้ประเมินต้องรู้จักตนเองมากกว่าคนอื่น เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการครองครัว การศึกษา ทักษะ การประเมินโดยบุคคลอื่น

วิธีการนี้ผู้ให้ข้อมูลคือผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการวัดได้ เช่น ในกรณีการประเมินผลงานหรือความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่โดยผู้บังคับบัญชา หรือในกรณีศึกษาการบริการงานของผู้บังคับบัญชา โดยเก็บข้อมูลจากผู้บังคับบัญชา เป็นต้น

114

ข้อคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการทราบ

การวัดโดยตรงแบบ

เป็นการสร้างข้อคำถามที่ถามเกี่ยวกับคุณสมบัติ หรือสิ่งที่ต้องการวัดเป็นการเฉพาะเจาะจงลงไป เช่น

เมื่อต้องการวัดว่า บุคคลมีความผูกพันกับงานหรือไม่ ก็อาจสร้างคำถามว่า "ท่านรู้สึกผูกพันกับงานหรือไม่"

หรือในกรณีที่ต้องการวัดความรับผิดชอบ ก็อาจใช้คำถามตรงไปตรงมาว่า "ท่านมีความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน มากน้อยเพียงใด"

115

ข้อคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการทราบ

การวัดโดยทางอ้อม ความรับผิดชอบ นักวิจัยอาจกำหนดสิ่งบ่งชี้เพื่อสร้างคำถามทางอ้อมเป็น 3 ลักษณะ คือ

- การส่งงานตรงเวลา
- การไม่มีงานค้าง และ
- ผลงานไม่เคยผิดพลาด

เพื่อวัดว่าบุคคลนั้น ๆ มีความรับผิดชอบหรือไม่ แทนการถามตรง ๆ ว่าบุคคลนั้น ๆ มีความรับผิดชอบหรือไม่ เป็นต้น

116

การสร้างมาตราวัดจากชุดข้อคำถาม

มาตราวัดแบบ Summated Rating Scales ที่ใช้กันแพร่หลายที่สุด ก็คือ มาตราวัดที่สร้างโดย เรนซิส ลิเคิร์ต (Rensis Likert) ซึ่งเรียกชื่อตามผู้คิดค้นว่า มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert - type Scale)

117

การสร้างมาตรฐานวัดจากชุดข้อคำถาม

ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ชุดข้อความเหล่านั้นควรต้องมีทั้งข้อความด้านบวก คือเชิงสนับสนุน และข้อความด้านลบ คือเชิงปฏิเสธหรือต่อต้านสลับกันไป เพื่อที่ผู้ตอบจะได้มีโอกาสแสดงทั้งความเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยทั้ง 2 อย่างพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้เพื่อป้องกันอคติ (Bias) ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ถ้าข้อความชวนให้ผู้ตอบตอบในทางเดียวกันหมด เช่น "เห็นด้วยกับทุกข้อ" หรือ "ไม่เห็นด้วยกับทุกข้อ"

118

ตัวอย่างของคำถามมาตรฐานวัดลิเคิร์ต

คุณภาพ (Quality)				
เยี่ยมยอด (Excellent)	ดี (Good)	ปานกลาง (Fair)	ไม่ดี (Poor)	
ดีมาก (Very good)	ค่อนข้างดี (Fairly good)	ปานกลาง (Neither good or bad)	ค่อนข้างไม่ดี (Not very good)	ไม่ดีเลย (Not good at all)

ความสำคัญ (Importance)				
สำคัญมาก (Very important)	ค่อนข้างสำคัญ (Fairly important)	ปานกลาง (Neutral)	ค่อนข้างไม่สำคัญ (Not so important)	ไม่สำคัญ (Not at all important)

119

ตัวอย่างของคำถามมาตรฐานวัดลิเคิร์ต

ความน่าสนใจ (Interest)		
น่าสนใจอย่าง มาก (Very interested)	น่าสนใจบ้าง (Somewhat interested)	ไม่น่าสนใจ (Not very interested)

ความพึงพอใจ (Satisfaction)				
พึงพอใจอย่าง มาก (Completely satisfied)	พึงพอใจบ้าง (Somewhat satisfied)	เฉย ๆ (Neither satisfied nor dissatisfied)	ไม่ค่อยพึงพอใจ (Completely dissatisfied)	ไม่พึงพอใจอย่าง มาก (Somewhat dissatisfied)
พอใจมาก (Very satisfied)	พอใจบ้าง (Quite satisfied)		พอใจเล็กน้อย (Somewhat satisfied)	ไม่พอใจ (Not at all satisfied)

120

ตัวอย่างของคำถามมาตรฐานวัดลิเคิร์ต

ความถี่ (Frequency)				
ตลอดเวลา (All of the time)	บ่อยครั้งมาก (Very often)	บ่อยครั้ง (Often)	เป็นบางครั้ง (Sometimes)	นาน ๆ ครั้ง (Hardly ever)
บ่อยครั้งมาก (Very often)	บ่อยครั้ง (Often)	บางครั้ง (Sometimes)	นาน ๆ ครั้ง (Rarely)	ไม่เคย (Never)
ตลอดเวลา (All of the time)	ใช้เวลามาก (Most of the time)		ใช้เวลาบางส่วน (Some of the time)	เพิ่งครั้งแรก (Just now and then)

121

ตัวอย่างของคำถามมาตรฐานวัดลิเคิร์ต

ความเป็นจริง (Truth)			
เป็นจริงอย่าง มาก (Very true)	เป็นจริงบ้าง (Somewhat true)	ไม่เป็นจริงอย่าง มาก (Not very true)	ไม่เป็นจริง ทั้งหมด (Not at all true)
ใช่แน่นอน (Definitely yes)	บางครั้งใช่ (Most of the time)	บางครั้งไม่ใช่ (Probably no)	ไม่ใช่ทั้งหมด (Definitely no)

122

ตัวอย่างของคำถามมาตรฐานวัดลิเคิร์ต

ความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness)			
แตกต่างกันอย่าง มาก (Very different)	แตกต่างกัน บ้าง (Somewhat different)	แตกต่างกัน เล็กน้อย (Slightly different)	ไม่แตกต่างกัน ทั้งหมด (Not at all different)
มีความเป็น เอกลักษณ์อย่าง เต็มที่ (Extremely unique)	มีความเป็น เอกลักษณ์มาก (Very unique)	มีความเป็น เอกลักษณ์ บ้าง (Somewhat unique)	มีความเป็น เอกลักษณ์ เพียง เล็กน้อย (Slightly unique)

123

การวัดทัศนคติ

ทัศนคติมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ

ประการแรก คือ เป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ซึ่งจะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ทางตรงที่ประสบกับตนเอง หรือประสบการณ์ทางอ้อมที่ได้รับข่าวสารข้อมูลมา ซึ่งล้วนแล้วแต่ทำให้เกิดการเรียนรู้และทำให้เกิดทัศนคติได้เป็นอย่างดี

ประการที่สอง คือ ความสม่ำเสมอ ทัศนคติมีความสม่ำเสมอ แต่มีได้หมายความว่ามีความคงทนถาวร เพราะว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ ดังนั้นเรจึงสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ และถึงแม้ว่าบุคคลนั้นจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเขาจะต้องทำตามหรือแสดงพฤติกรรมทัศนคติเสมอไป

124

การวัดทัศนคติ

ประการสุดท้าย คือ อีกอิทธิพลของสถานการณ์จะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดทัศนคติบางอย่างที่อาจจะเหมือนหรือแตกต่างไปจากทัศนคติเดิมหรืออาจจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากทัศนคติที่มีอยู่

125

ข้อเสนอแนะในการเขียนข้อความวัดทัศนคติ

- 1) ควรเป็นข้อความที่สั้นไม่ยุ่งยาก ไม่เป็นคำถามที่ใช้คำปฏิเสธซ้ำ เช่น "ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าไม่มีผู้ใดที่ไม่เห็นด้วยกับนโยบายส่งเสริมสภาพทางด้านการรับรู้ข่าวสารของประชาชน"
- 2) ไม่ควรเป็นข้อความที่ถามถึงสองสิ่งพร้อมกัน เช่น "ท่านอ่านหนังสือพิมพ์หรือฟังวิทยุเป็นประจำหรือไม่" เพราะจะเป็นการลำบากต่อการตีความหมายคำตอบที่ว่าจะตอบรับหรือปฏิเสธส่วนใดของคำถาม ถ้าต้องการทราบควรแยกถามทีละข้อ
- 3) ควรหลีกเลี่ยงที่จะนำข้อความหรือสุภาษิตที่เป็นที่รู้จักกับดีมาถาม เพราะผู้ตอบมักจะให้คำตอบทันทีโดยไม่คิดทบทวน ซึ่งจะทำให้คำตอบไม่ลึกซึ้งและเป็นสิ่งที่เรต้องการ
- 4) ข้อความทัศนคติที่ดีควรเป็นข้อความสดที่ทำให้ผู้ตอบคิด และต้องการพูดขึ้นเอง

126

การวัดทัศนคติ

โดยทั่วไปแล้ว มาตรวัดทัศนคติที่นิยมใช้กันแพร่หลาย ก็คือ มาตรวัดแบบลิเคิร์ท เทอร์สไเดน และทิกแมน

นอกเหนือจากมาตรวัดทั้ง 3 แบบดังกล่าว ยังมีมาตรวัดอื่น ๆ อีกมากมาย อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่มองข้ามไปไม่ได้ก็คือ การพิจารณาความเชื่อถือได้ และความแม่นยำของ มาตรวัด

127

ความผิดพลาด (Error) ของการวัด

ในการวัดใด ๆ มักจะมีความผิดพลาดเกิดขึ้นเสมอไม่มากก็น้อย ความผิดพลาด (Error) ที่เกิดขึ้นนี้มีอยู่ 2 ประเภทคือ ความผิดพลาดสุ่ม (Random Error) และ ความผิดพลาดไม่สุ่ม (Nonrandom Error)

ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นไม่สม่ำเสมอ ไม่มีระบบ ไม่สามารถ คาดคะเนทิศทางได้

ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีทิศทางที่แน่นอน

128

ความผิดพลาด (Error) ของการวัด

ความผิดพลาดที่สามารถป้องกันได้ หรือความผิดพลาดไม่สุ่มนี้ ถือว่าเป็นตัวบ่งชี้สำคัญของการศึกษา ความแม่นยำของมาตรวัด เนื่องจากการสังเกตการณ์ของการวัดสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการวิจัยนั้น ผู้วิจัยต้องแน่ใจว่าได้ป้องกันมิให้มีสิ่งอื่นใดมารบกวนผลของการวัดอย่างรอบคอบที่สุด

129

ความแม่นยำตามเนื้อหา (Content Validity)

(ก) ข้อความในมาตรวัดนั้น ๆ เป็นข้อความที่ตรงเป้าหมายหรือตรงประเด็นกับสิ่งที่ต้องการวัด และ

(ข) ข้อความในมาตรวัดนั้น ๆ ครอบคลุมปรากฏการณ์ที่ต้องการวัดอย่างกว้างขวางเพียงพอ

ในทางปฏิบัติ การที่จะทำได้ตามซึ่งความแม่นยำตามเนื้อหานี้ นักวิจัยควรต้องกำหนดทุกมิติ หรือทุกแง่มุมที่เกี่ยวข้องจากนั้นจึงพยายามที่จะสร้างเครื่องชี้วัดให้ได้ในทุก ๆ มิติ ซึ่งในบางครั้ง ถ้าหากสิ่งที่ต้องการวัดมีความซับซ้อนในตัวองมาก (เช่น การวัด "ประสิทธิภาพ" ของหน่วยงาน เป็นต้น) นักวิจัยอาจแยกมิติบางมิติออกมาเป็นมาตรวัดต่างหากก็ได้ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการสร้างมาตรวัด

130

ความแม่นยำตามมโนทัศน์ (Construct Validity)

การสร้างมาตรวัด บ่อยครั้งก็เพื่อมุ่งวัดปรากฏการณ์ที่เป็นมโนทัศน์ (Construct) ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม

กำลังขวัญในการทำงาน ความผูกพันต่อหน่วยงาน ความขัดแย้งภายในองค์กร ลักษณะการเป็นผู้นำ ความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงาน ฯลฯ

ความแม่นยำตามมโนทัศน์ ก็ คือ การพิสูจน์ว่า มโนทัศน์มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ซึ่งเป็นการยืนยันทางทฤษฎีด้วย

เทคนิคในการพิจารณาความแม่นยำในการจำแนกมโนทัศน์มีหลายวิธีการด้วยกัน แต่ในปัจจุบันนิยมใช้ เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

131

ความแม่นยำตามมโนทัศน์ (Construct Validity)

สมมติว่าได้สร้างมาตรวัดความซับซ้อนขององค์การขึ้นมา แล้วทดสอบความแม่นยำตามมโนทัศน์โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง "ความซับซ้อน" กับ "ขนาดขององค์การ" และ "ความเป็นทางการ" ซึ่งตามแนวคิดเชิงทฤษฎี ความซับซ้อนควรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรทั้งสองตัวหลัง

หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว หากพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความซับซ้อนกับขนาดขององค์การ และความเป็นทางการ ก็ถือว่ายืนยันความแม่นยำตามมโนทัศน์ของมาตรวัด แต่ในทางกลับกัน หากผลการวิเคราะห์ปฏิเสธความสัมพันธ์ระหว่างความซับซ้อนกับขนาดขององค์การ และความเป็นทางการ ก็คงสรุปได้ว่า มาตรวัดความซับซ้อนขาดความแม่นยำตามมโนทัศน์

132

ความแม่นยำ (Validity)



133

ความเชื่อถือได้ของการวัด (Reliability)

ความเชื่อถือได้นั้น ไม่ว่าจะพิจารณาในแง่รูปแบบก็ตาม สิ่งที่เหมาะสมกับภาพรวมก็คือการประเมินความคงเส้นคงวา หรือความสอดคล้องกันของคำตอบที่ได้รับ

134

มิติของความสอดคล้องหรือคงเส้นคงวา 3 ประการ

- 1) เสถียรภาพ (Stability) คือ คือผลที่ได้ในแต่ละครั้งของการวัดด้วยมาตรวัดเดิมนำมาร้อยคลึงกัน
- 2) การทดแทนซึ่งกันและกันได้ (Equivalence) คือ คำตอบจากการใช้มาตรวัดที่ต่างกัน หรือการใช้มาตรวัดอันเดิม แต่วัดกับต่างบุคคล นำมาร้อยคลึงกัน
- 3) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Homogeneity) คือ คำตอบที่บุคคลหนึ่ง ๆ ให้อัตราส่วนของความถี่ที่สมมติว่าเป็นการวัดมโนทัศน์หนึ่ง ๆ ควรมีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

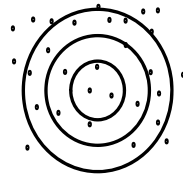
135

The Goal of Measurement Validity

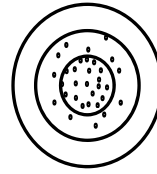


136

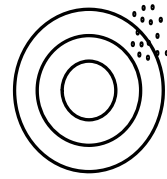
Reliability and Validity



Low Reliability
(Target A)



High Reliability
(Target B)



Reliable but
Not Valid
(Target C)

137