

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

- 3.1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายอุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรี ที่ดำเนินธุรกิจผลิตจากบัญชีรายชื่อโรงงานเขตฝั่งธนบุรี 15 เขต มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 9,706 ราย

สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยคำนวณจากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N= จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

e = ค่าผิดพลาดของการชักสิ่งตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

อ้างอิงจาก (วิเชียร ,2534:27)

$$= 384 \text{ ราย และได้กำหนดเป็น จำนวน 400 ราย}$$

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จึง ได้รวบรวมเก็บเป็นจำนวน 400 ชุด

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการศึกษาประชากร โดยผู้วิจัยได้กลุ่มสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชากร คือ องค์กรธุรกิจที่ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรี มีจำนวน 15 เขตพื้นที่ ได้แก่ คือ คลองสาน จอมทอง คลิ่งชัน ธนบุรี บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด ภาษีเจริญ บางขุนเทียน ราษฎร์บูรณะ หนองแขม ทวีวัฒนา บางแค ทุ่งครุ และบางบอน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากบัญชีรายชื่อของโรงงานในเขตฝั่งธนบุรี ปี พ. ศ 2547 (Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบผสมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีของ เฮอร์ชเบิร์ก (Herzberg) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลแรงจูงใจองค์กรธุรกิจ ปัจจุบัน ประกอบกับแนวคิดต่าง ๆ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา-ปัจจุบัน และเงินเดือน มีลักษณะคำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question) (บุญธรรม:2542)และแบบคำถามเปิด(Open Question)

ส่วนที่2 เป็นคำถามแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในองค์กรธุรกิจ และทัศนคติพนักงานขายองค์กรปัจจุบัน เป็นคำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question) และคำถามระดับความคิดเห็น(Ordinal Scale)

ส่วนที่3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย มีลักษณะการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยทฤษฎีแรงจูงใจของ เฮอร์ชเบิร์ก (Herzberg) และเอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งได้นำปัจจัยต่าง ๆ มาศึกษาเพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย กลุ่มประชากร และความสะดวกต่อการเก็บข้อมูล แบบสอบถามจะเป็นข้อความที่ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นโดยจำแนกออกเป็น 5 ระดับ คือ

| | |
|----------------------|-------------------|
| เห็นด้วยมากที่สุด | ให้คะแนนเท่ากับ 5 |
| เห็นด้วยมาก | ให้คะแนนเท่ากับ 4 |
| เห็นด้วยปานกลาง | ให้คะแนนเท่ากับ 3 |
| ไม่เห็นด้วยมาก | ให้คะแนนเท่ากับ 2 |
| ไม่เห็นด้วยมากที่สุด | ให้คะแนนเท่ากับ 1 |

การทดสอบสมมติฐาน ในส่วนที่ 3 นี้ได้ปรับข้อมูลในส่วนการตั้งคำถามเชิงลบ คือ

12, 19, 24, 26, 43

สำหรับความหมายของระดับความคิดเห็น ที่มีผลต่อปัจจัยแรงจูงใจ ได้หาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ยที่ได้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วง แต่ละช่วงมีความกว้างของอันตรภาพชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาพชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= 5 - 1 / 3 = 1.33 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจมีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ค่าเฉลี่ย } 1.00 - 2.33 &= \text{มีระดับความคิดเห็นน้อย} \\ \text{ค่าเฉลี่ย } 2.34 - 3.67 &= \text{มีระดับความคิดเห็นปานกลาง} \\ \text{ค่าเฉลี่ย } 3.68 - 5.00 &= \text{มีระดับความคิดเห็นมาก} \end{aligned}$$

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นแบบคำถามเปิด (Open Question)

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่วนหนึ่งจากงานวิจัยอื่น และตามแนวทฤษฎีเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg)

การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบที่แก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษ จำนวน 50 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 โดยใช้ความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) วิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม SPSS for Windows จากการทดสอบพบว่า มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9084

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ช่วยวิจัยและได้ประชุมทำความเข้าใจในการใช้แบบสอบถาม และแจ้งกำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เป็นที่เข้าใจ เพื่อรวบรวมข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อที่ได้จากการสุ่มตามจำนวน โดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์

(Interview) โดยตรง โดยอธิบายข้อคำถามและสัมภาษณ์หรือแจกเพื่อให้กรอกแบบสอบถาม โดยมี การติดตามผ่านทางโทรศัพท์ และการกรอกแบบสอบถามผ่านทางโทรสารเพื่อตอบกลับ ในกรณีที่ไม่สะดวกในการเก็บช่วงเวลาที่เดินทางไปพบ ทำการรวบรวมจนครบ 400 ชุด ใช้เวลาตั้งแต่ปี 2547-2548 ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์อีกครั้ง และดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่ถูกต้อง ลงหมายเลขประจำฉบับ เรียงลำดับจาก 001-400
2. จัดทำคู่มือลรหัส (Code book)
3. นำข้อมูลทั้งหมดมาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคม (SPSS:

Statistical Package for the Social Science) Version 11. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

(1) **สถิติที่ใช้ในการพรรณนาข้อมูล (Descriptive Statistics)** สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานขายองค์กรปัจจุบัน ข้อมูลการแสดงความ คิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานวิเคราะห์โดยใช้ค่า มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean)

(2) **สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)** ทดสอบลักษณะทั่วไปของพนักงานขาย และทัศนคติพนักงานขายองค์กรปัจจุบันที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานหรือยอดขายเมื่อ เทียบกับเป้าหมายในการขายปีที่ผ่านมา ใช้สถิติการทดสอบ คือ ค่าไคสแควร์ (chi - Square test) และปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากผลการปฏิบัติงานหรือยอดขาย เป็นข้อมูลอัตราภาพชั้น (Interval scales) ถูกปรับเป็นข้อมูลสถิติจากการทดสอบเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ใช้สถิติการทดสอบคือ สเปียร์แมน คอริเลชัน (Speaman Correlation)