

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ภูเก็ต รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขต 1 มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยจูงใจตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก (Herzberg's Two Factors Theory) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยอนามัย ได้แก่ นโยบายและการบริหารของบริษัท การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ตำแหน่งงาน ความมั่นคงในการทำงาน ชีวิตส่วนตัว สภาพการทำงาน ค่าตอบแทน และปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ โอกาสในการเจริญเติบโตและความรับผิดชอบ

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ คือ พนักงานระดับปฏิบัติการเต็มเวลาของบริษัท ภูเก็ต รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขต 1 จำนวน 18 สาขา โดยปฏิบัติงานในพื้นที่สาขาภาคเหนือ 9 สาขา จำนวน 41 ราย สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6 สาขา จำนวน 42 ราย และ สาขาภาคกลางตอนบน 3 สาขา จำนวน 14 ราย รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 97 ราย (ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ภูเก็ต รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด, กุมภาพันธ์ 2554) โดยเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากพนักงาน บริษัท ภูเก็ต รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขต 1 จำนวน 97 ราย

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความสำคัญของปัจจัยจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ปัจจัยอนามัย และปัจจัยจูงใจของพนักงานบริษัท บิวท์สรีเทค (ประเทศไทย) จำกัด ในเขต 1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาความแตกต่างของปัจจัยจูงใจในการทำงานตามลักษณะประชากร โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

การวัดระดับความสำคัญ ใช้มาตราประมาณค่า (Rating Scale) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551: 74-75) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00 หมายถึง ความสำคัญระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49 หมายถึง ความสำคัญระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49 หมายถึง ความสำคัญระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49 หมายถึง ความสำคัญระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49 หมายถึง ความสำคัญระดับน้อยที่สุด

**สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล**

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ  
สถานที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ บริษัท บูทส์ รีเทล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขต 1 จำนวน 18  
สาขา

**ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา**

การศึกษานี้ได้ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 ถึงเดือนตุลาคม  
พ.ศ. 2554 โดยทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2554 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved