

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดของ บริษัท เบอริงเกอร์-อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อจะมีการนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือแก่พนักงานฝ่ายการตลาดของ บริษัทเบอริงเกอร์-อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด ต่อการเปลี่ยนแปลงมาใช้ ระบบข้อมูล ETMS นอกจากนั้นผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่นๆ เพื่อใช้เป็นแนวทาง เมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลงมาใช้ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ในโอกาสต่อไป

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาประกอบด้วยขอบเขตของเนื้อหา และ ขอบเขตของประชากร ดังสาระสำคัญต่อไปนี้

##### 3.1.1 ขอบเขตของเนื้อหา

ทำการสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาด เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้ โดยจะทำการสำรวจทัศนคติใน 3 องค์ประกอบคือ

- ความรู้ความเข้าใจ ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS
- ความคิดเห็น และความรู้สึก ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS
- ความพร้อมที่จะปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายการตลาด ในการใช้ระบบข้อมูล ETMS

##### 3.1.2 ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่พนักงานฝ่ายการตลาดทุกคน ของบริษัท เบอริงเกอร์ อินเทล-ไฮม์ (ไทย) จำกัด จำนวนทั้งหมด 60 คน โดยแยกออกเป็น 2 ระดับคือ พนักงานฝ่ายการตลาดระดับบริหาร จำนวน 19 คน และพนักงานฝ่ายการตลาดระดับปฏิบัติการจำนวน 41 คน

#### 3.2 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาการค้นคว้าอิสระนี้ ได้แบ่งการดำเนินการออกเป็น 6 ขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ บทความ งานวิจัย และสิ่งตีพิมพ์ประเภทอื่นๆ
- 2) สร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาด เมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลงนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้

3) นำแบบสอบถามไปทดสอบกับพนักงานฝ่ายการตลาดรวม 4 คน เพื่อนำผลมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสมชัดเจนยิ่งขึ้น

4) แจกแบบสอบถามจำนวน 60 ชุด พร้อมอธิบายข้อความที่สำคัญ ให้กับพนักงานฝ่ายการตลาดด้วยตัวเอง

5) เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล โดยการหาค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

6) รายงานผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ ได้ดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอนคือ

1) การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ บทความ งานวิจัย และสิ่งตีพิมพ์ประเภทอื่นๆ

2) การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นและได้รับการปรับปรุงแล้ว นำไปสอบถามประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดจำนวน 60 คน

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาด ครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น เนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

3.4.1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความรู้ความเข้าใจ ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS

3.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความคิดเห็น และความรู้สึก ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS

3.4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ของพนักงานฝ่ายการตลาดในการใช้ระบบข้อมูล ETMS

### 3.4.1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา หน้าที่ปฏิบัติงานในปัจจุบัน ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรปัจจุบัน ความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และความสามารถในการพิมพ์ดีด โดยคำถามบางข้อเป็นคำถามแบบกำหนดคำตอบไว้ให้ ขณะที่บางข้อเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ตอบโดยเสรี

### 3.4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความรู้ความเข้าใจ ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS โดยเนื้อหาด้านความรู้ความเข้าใจในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อยดังนี้

1) แบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อประโยชน์ของระบบข้อมูล ETMS ประกอบด้วยคำถามย่อยจำนวน 12 ข้อ โดยแต่ละข้อจะถามว่าเป็นผลประโยชน์จากการใช้ระบบข้อมูล ETMS ในการบันทึกข้อมูลด้านการตลาดใช่หรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบว่า ทราบว่าใช่ หรือทราบว่าไม่ใช่ หรือไม่แน่ใจ หรือไม่ทราบ

2) แบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อตัวระบบข้อมูล ETMS ประกอบด้วยคำถามย่อยจำนวน 12 ข้อ โดยแต่ละข้อจะถามว่าเป็นความจริงเกี่ยวกับ ระบบข้อมูล ETMS ใช่หรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบว่า ทราบว่าใช่ หรือทราบว่าไม่ใช่ หรือไม่แน่ใจ หรือไม่ทราบ

3) แบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อการเตรียมความพร้อมในระยะแรก ก่อนนำระบบข้อมูล ETMS มาใช้ ประกอบด้วยคำถามย่อยจำนวน 12 ข้อ โดยแต่ละข้อจะถามว่าเป็นความจริงเกี่ยวกับ การใช้ระบบข้อมูล ETMS ของพนักงานฝ่ายการตลาดใช่หรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบว่า ทราบว่าใช่ หรือทราบว่าไม่ใช่ หรือไม่แน่ใจ หรือไม่ทราบ

การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์จากแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ ร้อยละ ว่ามีผู้ตอบถูก ตอบผิด ตอบว่าไม่แน่ใจ และตอบว่าไม่ทราบ ร้อยละเท่าใด ส่วนข้อที่ไม่ตอบจะไม่นำมาเกี่ยวข้อง

3.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความคิดเห็น และความรู้สึก ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (ETMS)

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็น และความรู้สึก ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS โดยเนื้อหา ด้านความคิดเห็นและรู้สึก ในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อยดังนี้

1) แบบสอบถามความคิดเห็น และความรู้สึก ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS ประกอบด้วยคำถามย่อยจำนวน 16 ข้อ ( ข้อ 1 - 16 )

2) แบบสอบถามความคิดเห็น และความรู้สึก ของพนักงานฝ่ายการตลาด เมื่อเปรียบเทียบ ระบบข้อมูล ETMS กับ ระบบข้อมูลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วยคำถามย่อยจำนวน 20 ข้อ ( ข้อ 17 - 36 )

โดยลักษณะของแบบสอบถาม เป็นการให้ลำดับความสำคัญในแต่ละข้อโดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัดทัศนคติแบบ Likert-Scale ซึ่ง จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 45-48) ได้อธิบายการพิจารณาเลือกตอบไว้ดังนี้

- ถ้าเลือก "เห็นด้วยมากที่สุด" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม มากที่สุด
- ถ้าเลือก "เห็นด้วยมาก" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม มาก
- ถ้าเลือก "เห็นด้วยน้อย" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม น้อย
- ถ้าเลือก "เห็นด้วยน้อยที่สุด" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม น้อยที่สุด
- ถ้าเลือก "ไม่เห็นด้วย" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็น ไม่สอดคล้องกับข้อคำถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดน้ำหนักคะแนนในแต่ละคำตอบที่ให้เลือก 5 ระดับดังนี้

- ถ้าเลือก "เห็นด้วยมากที่สุด" ให้นำน้ำหนักคะแนนเป็น 4
- ถ้าเลือก "เห็นด้วยมาก" ให้นำน้ำหนักคะแนนเป็น 3
- ถ้าเลือก "เห็นด้วยน้อย" ให้นำน้ำหนักคะแนนเป็น 2
- ถ้าเลือก "เห็นด้วยน้อยที่สุด" ให้นำน้ำหนักคะแนนเป็น 1
- ถ้าเลือก "ไม่เห็นด้วย" ให้นำน้ำหนักคะแนนเป็น 0

ส่วนข้อที่ไม่ตอบจะไม่นำมาเกี่ยวข้อง คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลผลตามเกณฑ์ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.00 หมายถึง "เห็นด้วยมากที่สุด"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง "เห็นด้วยมาก"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง "เห็นด้วยน้อย"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.50 - 1.49 หมายถึง "เห็นด้วยน้อยที่สุด"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00 - 0.49 หมายถึง "ไม่เห็นด้วย"

### 3.4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ของพนักงานฝ่ายการตลาด ในการใช้ระบบข้อมูล ETMS

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS โดยเนื้อหา ด้านความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อยดังนี้

1) แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความกังวล ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูล ETMS ประกอบด้วย คำถามเชิงลบ (Negative Items) จำนวน 12 ข้อ (ข้อ 1 - 12) โดยลักษณะของแบบสอบถาม เป็นการให้ลำดับ ความสำคัญในแต่ละข้อโดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้มาตรารวัดทัศนคติแบบ Likert-Scale ซึ่งจิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 45-48) ได้อธิบายการ พิจารณาเลือกตอบไว้ดังนี้

- ถ้าเลือก "กังวลมากที่สุด" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม มากที่สุด
- ถ้าเลือก "กังวลมาก" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม มาก
- ถ้าเลือก "กังวลน้อย" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม น้อย
- ถ้าเลือก "กังวลน้อยที่สุด" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม น้อยที่สุด
- ถ้าเลือก "ไม่กังวล" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็น ไม่สอดคล้องกับข้อคำถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากลักษณะของคำถามเป็นคำถามเชิงลบ (Negative Items) จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 46) ได้อธิบายการกำหนดน้ำหนักคะแนนในแต่ละคำตอบที่ให้เลือก 5 ระดับดังนี้

- ถ้าเลือก "กังวลมากที่สุด" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 0
- ถ้าเลือก "กังวลมาก" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 1
- ถ้าเลือก "กังวลน้อย" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 2
- ถ้าเลือก "กังวลน้อยที่สุด" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 3
- ถ้าเลือก "ไม่กังวล" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 4

ส่วนข้อที่ไม่ตอบจะไม่นำมาเกี่ยวข้อง คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลผลตามเกณฑ์ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00 - 0.49 หมายถึง "กังวลมากที่สุด"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.50 - 1.49 หมายถึง "กังวลมาก"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง "กังวลน้อย"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง "กังวลน้อยที่สุด"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.00 หมายถึง "ไม่กังวล"

2) แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความพร้อม ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูลETMS ประกอบด้วย คำถามเชิงบวก (Positive Items) จำนวน 12 ข้อ (ข้อ 13 - 24) โดยลักษณะของแบบสอบถาม เป็นการให้ ลำดับความสำคัญในแต่ละข้อโดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัดทัศนคติแบบ Likert-Scale ซึ่งจิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 : 45-48) ได้อธิบาย การพิจารณาเลือกตอบไว้ดังนี้

- ถ้าเลือก "พร้อมมากที่สุด" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม มากที่สุด
- ถ้าเลือก "พร้อมมาก" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม มาก.
- ถ้าเลือก "พร้อมน้อย" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม น้อย
- ถ้าเลือก "พร้อมน้อยที่สุด" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข้อคำถาม น้อยที่สุด
- ถ้าเลือก "ไม่พร้อม" หมายถึง ท่านมีความคิดเห็น ไม่สอดคล้องกับข้อคำถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดน้ำหนักคะแนนในแต่ละคำตอบที่ให้เลือก 5 ระดับดังนี้

- ถ้าเลือก "พร้อมมากที่สุด" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 4
- ถ้าเลือก "พร้อมมาก" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 3
- ถ้าเลือก "พร้อมน้อย" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 2
- ถ้าเลือก "พร้อมน้อยที่สุด" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 1
- ถ้าเลือก "ไม่พร้อม" ให้น้ำหนักคะแนนเป็น 0

ส่วนข้อที่ไม่ตอบจะไม่นำมาเกี่ยวข้อง คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลผลตามเกณฑ์ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.00 หมายถึง "พร้อมมากที่สุด"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง "พร้อมมาก"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง "พร้อมน้อย"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.50 - 1.49 หมายถึง "พร้อมน้อยที่สุด"
- คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00 - 0.49 หมายถึง "ไม่พร้อม"

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจำนวน 60 ฉบับ จะนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ดังนี้

- 1) ร้อยละ ( Percentage )
- 2) ค่าเฉลี่ย ( Arithmetic Mean )

### 3.6 การรายงานผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะรายงานผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 5 บทดังนี้

- 1) บทนำ
- 2) ทฤษฎี และแนวคิด
- 3) วิธีดำเนินการศึกษา
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูล
- 5) สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### 3.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

- **ทัศนคติของพนักงาน** หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกของพนักงานต่อการเปลี่ยนแปลงระบบข้อมูลซึ่งประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความรู้สึก และความพร้อมที่จะปฏิบัติต่อระบบข้อมูลที่จะมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจมีทั้ง ทางบวก คือ มีความรู้ความเข้าใจ เห็นด้วย หรือพร้อมจะปฏิบัติ ต่อระบบข้อมูล ทางลบ คือไม่มีความรู้ความเข้าใจ ไม่เห็นด้วย มีความกังวลหรือไม่มีความพร้อมที่จะปฏิบัติ ต่อระบบข้อมูล และเป็นกลาง คือก้ำกึ่งกันหรือไม่แน่ใจ

- **เขตการทำงาน** หมายถึง การแบ่งพื้นที่รับผิดชอบในการทำงานของพนักงานเสนอขายแต่ละคน ถ้าเป็นพื้นที่ในต่างจังหวัดมักจะแบ่งเขตการทำงานโดยใช้จำนวนจังหวัด และถ้าเป็นพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมักจะแบ่งเขตการทำงานโดยใช้ แขวง หรือ เขต เป็นตัวกำหนด

- **ระบบข้อมูลETMS (Electronic Territory Management System)** หมายถึง ระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิเช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ในการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า ข้อมูลของคู่แข่ง และข้อมูลอื่นๆที่จำเป็นในขณะอยู่ในพื้นที่เขตการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนการเรียกใช้ข้อมูลการตลาดที่ได้บันทึกไว้แล้วในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการบริหารงานและบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยทำงานภายใต้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ชื่อว่า ETMS ระบบข้อมูลETMS เป็นระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานของพนักงานฝ่ายการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นโดยฝ่ายการตลาดของบริษัท เบอริงเกอร์ อินเทลไฮม์ ประเทศนิวซีแลนด์