

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อการทำงานและความพึงพอใจของพนักงานขาย  
ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำประเภทแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้ จะทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจ ที่มีอิทธิพล  
ต่อการทำงานและความพึงพอใจของพนักงานขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำประเภทแอลกอฮอล์ใน  
จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะทำการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจใด ตามแนวคิดของ เฟรเดอริค  
ริค เอิร์ชเบิร์ก ที่มีอิทธิพลต่อการทำงานและความพึงพอใจของพนักงานขายและศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้อง  
กับปัจจัยจูงใจและความพึงพอใจของพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำประเภทแอลกอฮอล์  
จังหวัดเชียงใหม่

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรที่จะทำการศึกษา คือ พนักงานขายหรือพนักงานส่งเสริมการขาย (Sales  
Representative) พนักงานหน่วยรถกระจายสินค้า(Merchandiser) พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์(Product  
Consultant, Pretty Girl) ซึ่งทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำประเภทแอลกอฮอล์ เขตการขาย ใน  
จังหวัดเชียงใหม่ จากบริษัท 8 บริษัท โดยทำงานอยู่ในแผนกเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของห้างสรรพสินค้า  
บิ๊กซี โลตัส คาร์ฟูร์ ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต และทำงานอยู่ในร้านอาหารสถานบันเทิง ร้านค้าส่งและ  
ร้านค้าปลีก รวมทั้งสิ้น 320 คน อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานแรงงานและประกันสังคมจังหวัดเชียงใหม่  
ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2551 (สำนักงานแรงงานและประกันสังคมจังหวัดเชียงใหม่, 2551) โดยแยก  
ตามจำนวน ดังนี้

1. พนักงานขายของบริษัทเพอร์นอต ริคาร์ด ประเทศไทย จำนวน 49 ราย
2. บริษัทคิอาจิโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี่ จำนวน 39 ราย
3. บริษัทไทยเบฟเวอร์เรจ สาขา เชียงใหม่ จำนวน 73 ราย

4. บริษัทไทยเอเชียแปซิฟิก จำนวน 35 ราย
5. บริษัทสยามไวน์เนอรี่ จำนวน 22 ราย
6. บริษัทสิงห์พัฒนา จำนวน 42 ราย
7. บริษัทบาคาดี ประเทศไทย จำกัด จำนวน 18 ราย
8. บริษัทเบียร์ซานมิเกล สาขาเชียงใหม่ จำนวน 42 ราย

ในการศึกษา ครั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด

### วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การวิจัยภาคสนาม จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานอยู่ในเขตการขาย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 320 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ซึ่งเป็นการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมแนวคิด ข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร บทความทางวิชาการ และข้อมูลทางสถิติ โดยผู้ศึกษารวบรวมได้จากตำรา เอกสาร วารสาร รวมทั้งการสืบค้นในระบบอินเทอร์เน็ต

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา สถานภาพ การศึกษา อายุการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือน (เฉพาะเงินเดือน) รายได้รวม (เงินเดือน คอมมิชชั่น เงินรางวัลพิเศษ เบี้ยเลี้ยง ค่าเช่ารถ ค่าน้ำมัน ฯลฯ) ประเภทของสถานที่ทำงานในปัจจุบัน ช่วงเวลาทำงาน ตำแหน่งงานในปัจจุบัน ผลผลิตที่ขาย ที่พักในปัจจุบัน และการย้ายงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านผลสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับ ยกย่องและชมเชยจากผู้อื่นๆ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านลักษณะของงานที่ทำ ด้านโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน ด้านความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน ด้านนโยบายการบริการ ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลในแผนกอื่น ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านชีวิตส่วนตัว ด้านสภาพการทำงาน ด้านตำแหน่งงาน ด้านค่าตอบแทน และสิทธิในการลา/วันหยุด

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม เมื่อผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ได้นำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยข้อมูลในส่วนที่ 1 วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบอันตรภาคชั้นหรือช่วง (Interval Scale) ซึ่งเป็นการให้คะแนน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้ค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2545)

คะแนน	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ/ระดับความพึงพอใจ
4.50- 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

### สถานที่ใช้ในการดำเนินงาน และรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากห้างสรรพสินค้าโมเดิร์นเทรด บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นคนกลางทางการตลาด ประเภทธุรกิจค้าส่ง บริษัทตัวแทนนำเข้าและจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านอาหาร สถานบริการ สถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ ใช้เวลาดังแต่เดือนมิถุนายน – กันยายน 2552 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เดือน 10 กรกฎาคม – 10 สิงหาคม 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved