

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการเก็บแบบสอบถามเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) ของบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) ของบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ตามทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factors Theory of Motivation) ของเฮอริสเบอร์ก (Frederick Herzberg) (ยงยุทธ เกษสาคร, 2547: 131-133) ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานหรือปัจจัยจูงใจ (Motivators) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงและเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความพอใจในการทำงานและเป็นแรงจูงใจให้บุคคลในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ความสำเร็จของงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับ (Recognition) ลักษณะของงานที่ทำ (Work Content) ความรับผิดชอบ (Responsibility) และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement)

2. ปัจจัยสุขอนามัยหรือปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ปัจจัยที่เกิดจากภายนอกตัวบุคคล เป็นปัจจัยซึ่งถ้าไม่มีให้ หรือมีให้ แต่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรในองค์กรก็จะทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย ปัจจัยย่อยด้านต่างๆ 7 ด้าน ได้แก่ นโยบายการบริหารของบริษัท (Company Policy) คุณภาพของการบังคับบัญชา (Quality of Technical Supervision) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน (Quality of interpersonal relations among peers, supervisors and subordinates) สภาพการทำงาน (Working Conditions) เงินเดือน (Salary) ความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) และตำแหน่งงาน (Status)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) ของบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร จากบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด 5 อันดับแรก (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 72.21) จำนวน 2,027 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทประกันชีวิตทั้ง 5 บริษัท, 2552)

ขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 350 ราย โดยใช้สูตรของ Taro Yamene (Yamane, 1973 อ้างใน ชีรุติ เอกะกุล, 2543) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 และจากข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 5 บริษัท มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 2,027 คน จึงนำมาเข้าสูตร ได้ดังนี้

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{2,027}{1 + 2027(0.05)^2}$$

$$n = 334.48 \text{ หน่วย}$$

จากขนาดตัวอย่าง 334.48 หน่วยผู้ศึกษาขอใช้กลุ่มตัวอย่างที่ 350 ราย จากกลุ่มประชากร 5 บริษัท โดยกำหนดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาร้อยละ 70 คน จากนั้นจะใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) จำนวน 350 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยหนังสือ วารสาร ฐานข้อมูล รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือนของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานหรือแรงจูงใจและปัจจัยช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน จากทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factors Theory of Motivation) ของเฮอรัลด์เบิร์ก (Frederick Herzberg) โดยใช้แบบสอบถามที่มีมาตรวัดแบบไลเกิร์ต (Likert) จำนวน 5 ระดับของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่จะทำให้พนักงานขายทางโทรศัพท์ (Telesales Employees) มีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) เพื่อให้ข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่กำหนดไว้ วิธีการทดสอบกระทำโดยนำแบบสอบถามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหา การใช้ภาษาในการสื่อสารมีความถูกต้องของสำนวนภาษา และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้หรือไม่

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) จำนวน 35 ชุด โดยคำนวณจากร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย ไปทำการทดสอบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

(Cronbach's Alpha) ของแรงจูงใจในการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.967 และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.981 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ ผู้ศึกษาจึงได้ดำเนินการ เก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (ซูกรี วงศ์รัตน์, 2530) วัดระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่มีผลต่อการทำงานและระดับปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ปัญหา

คะแนน

มากที่สุด

5

มาก

4

ปานกลาง

3

น้อย

2

น้อยที่สุด

1

ซึ่งการวัดระดับความสำคัญของแรงจูงใจและระดับปัญหาใช้วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยโดยค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย

ระดับความสำคัญ/ปัญหา

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

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษานี้ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2552 ถึงเดือนมีนาคม 2553