

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษายุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ของ บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา พื้นที่การขายเขต 6 และ 2) นำเสนอยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน การวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. วิธีดำเนินการสร้างยุทธศาสตร์
8. การนำเสนอผลการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยและแนวทางการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดัง ตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงขั้นตอนการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย	แหล่งข้อมูล	วิธีการ/เครื่องมือที่ใช้	ผลที่ต้องการได้
<p>1. กำหนดประเด็นคำถามในการวิจัย ได้แก่ ระดับศักยภาพพนักงานขาย และแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย</p> <p>1.1 ศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา</p> <p>1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย</p> <p>1.3 กำหนดขอบเขตการวิจัย</p>	<p>1. สอบถามพนักงานขาย</p> <p>2. ข้อมูลเบื้องต้นเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัท</p> <p>3. วารสารซิงเกอร์สายสัมพันธ์</p> <p>4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>1. ศึกษาข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิเพื่อรวบรวมข้อมูลและประเด็นที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. ปรึกษาอาจารย์เพื่อแสดงความคิดเห็นถึงความเป็นไปได้และประโยชน์ที่จะได้รับ</p>	<p>1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา</p> <p>2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย</p> <p>3. ขอบเขตของการวิจัย</p> <p>4. นิยามศัพท์เฉพาะ</p> <p>5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ</p>
<p>2. จัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัย</p>	<p>เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ แนวคิดเกี่ยวกับพนักงานขาย แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ นักขาย ปัจจัยพื้นฐานด้านทักษะ บริบทของบริษัท และงานวิจัย</p> <p>1. เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัท</p> <p>3. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา</p> <p>4. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริหารต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขาย</p>	<p>1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. ปรึกษาอาจารย์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง</p>	<p>กรอบแนวคิดในการวิจัยประกอบด้วย</p> <p>1. แนวคิด ทฤษฎีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. ตัวแปรต้น</p> <p>3. ตัวแปรตาม</p> <p>4. ผลลัพธ์</p>

ตาราง 3 (ต่อ)

ขั้นตอนในการดำเนิน การวิจัย	แหล่งข้อมูล	วิธีการ/เครื่องมือที่ใช้	ผลที่ต้องการได้
3. การสร้างเครื่องมือ/การ ดำเนินการรวบรวมข้อมูล		<p>1. กำหนดข้อมูลและตัวชี้วัด ในการวิจัย กำหนด ข้อมูล และตัวชี้วัดให้ชัดเจนซึ่งได้ จาก ชื่อเรื่องวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะแบบ สอบถามของ</p> <p>1.1 คำถามปลายเปิด</p> <p>1.2 คำถามปลายปิด</p> <p>2 กำหนดรูปแบบ</p> <p>3. ร่างแบบสอบถาม พิจารณาจากหัวข้อที่ กำหนดข้อมูล ตัวชี้วัดใน การวิจัยและพิจารณาหัวข้อ แต่ละหัวข้อว่าควรจะใช้ คำถามรูปแบบใดจึงจะ เหมาะสม</p> <p>4. ตรวจสอบเพื่อปรับปรุง แก้ไข โดยการตรวจสอบ เอง อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบและผู้เชี่ยวชาญ</p> <p>5. ทำการแก้ไขและ ปรับปรุงข้อความ การจัด วางรูปแบบ ตรวจสอบ ถ้อยคำประโยคและการ จัดทำคหายนำและ แนะนำในการตอบ</p> <p>6. ทดลองใช้ โดยส่งแบบ สอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกัน 30 ชุด</p>	<p>1. แบบสอบถามเพื่อการ วิจัยเรื่อง</p> <p>ยุทธศาสตร์การเสริมสร้าง ศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ชิงเกอร์ประ เทศไทย จำกัด(มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขาย เขต 6</p> <p>2. ค่าความเชื่อมั่น</p>

ตาราง 3 (ต่อ)

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย	แหล่งข้อมูล	วิธีการ/เครื่องมือที่ใช้	ผลที่ต้องการได้
4. วิเคราะห์ข้อมูล	แบบสอบถาม	วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลข้อมูลโดยผู้วิจัย	ข้อมูลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม
5. สรุปผลการวิจัยและแนวทางการพัฒนา	1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย 2. สร้างยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา	ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย

จากตารางพบว่าขั้นตอนการวิจัยมี 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการกำหนดประเด็นคำถามในการวิจัย ขั้นตอนการจัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัย การสร้างเครื่องมือ/การดำเนินการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยและแนวทางการพัฒนา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พื้นที่การขายเขต 6 แบ่งภาคการขายออกเป็น 6 ภาค 20 ร้าน/สาขา มีพนักงานขายจำนวน 377 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พื้นที่การขายเขต 6 เพราะผู้วิจัยรับผิดชอบงานทะเบียนสินค้าในพื้นที่การขายเขต 6 ทั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบข้อมูลเบื้องต้น ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและการให้คำแนะนำด้านการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงภาคการขาย 6 ภาค 6 ร้าน/สาขา เลือกทุกภาคการขาย ซึ่งภาคการขายหนึ่งจะประกอบด้วยร้าน/สาขาต่างๆ ตามตาราง 4 แสดงภาคการขาย ชื่อร้าน/สาขา ประชากรที่และกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเลือกร้าน/สาขาที่มีจำนวนพนักงานขายมากที่สุดของแต่ละภาคเพียงร้าน/สาขาเดียว และเลือกจำนวนพนักงานขายเฉลี่ยมากกว่ากึ่งหนึ่งของพนักงานขายร้าน/สาขานั้นๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 4 แสดงภาคการขาย ชื่อร้าน/สาขาและจำนวนพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล

ภาค	ประชากร		กลุ่มตัวอย่าง	
	ร้าน/สาขา	พนักงานขาย	ร้าน/สาขา	พนักงานขาย
1	นางรอง	17		
	บุรีรัมย์	21	พิมาย	17
	พิมาย	22		
	ลำปลายมาศ	12		
	รวม	72	1	17
2	บ้านไผ่	15		
	บัวใหญ่	20	บัวใหญ่	16
	อำเภอพล	18		
	รวม	53	1	16
3	ร้อยเอ็ด 1	21		
	ร้อยเอ็ด 2	18	ร้อยเอ็ด 1	16
	มหาสารคาม	11		
	รวม	50	1	16
4	นครราชสีมา 5	29		
	ปากช่อง	17		
	ด่านขุนทด	16	นครราชสีมา 5	17
	นครราชสีมา 1	17		
	รวม	79	1	17
5	ชัยภูมิ 1	27		
	ชัยภูมิ 2	22	จัตุรัส	17
	จัตุรัส	27		
	รวม	73	1	17

ตาราง 4 (ต่อ)

ภาค	ประชากร		กลุ่มตัวอย่าง	
	ร้าน/สาขา	พนักงานขาย	ร้าน/สาขา	พนักงานขาย
6	กาฬสินธุ์	23	กาฬสินธุ์	17
	สมเด็จ	15		
	สุวรรณภูมิ	12		
	รวม	50	1	17
รวม	20 ร้าน/สาขา	377 คน	6 ร้าน/สาขา	100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการปฏิบัติงานพนักงานขาย เป็นลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ และระยะเวลาการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับศักยภาพพนักงานขาย เป็นลักษณะมาตราส่วนระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคอร์ต์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) จำนวน 20 ข้อ ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes) จำนวน 10 ข้อ และด้านทักษะ (Skill) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของพนักงานขาย เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes) และด้านทักษะ (Skill)

การสร้างเครื่องมือ และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (เกษม บำรุงเวช, 2550 : 68-79)

1. กำหนดข้อมูลและตัวชี้วัดในการวิจัย โดยการพิจารณาและวิเคราะห์จากจุดมุ่งหมายหรือปัญหาการวิจัยแล้ววิเคราะห์เป็นหัวข้อย่อย ๆ ซึ่งได้จาก ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะ

2. กำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม การที่จะเลือกแบบสอบถามจะต้องคำนึงถึงลักษณะของข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา รูปแบบของแบบสอบถาม ควรมี

ลักษณะที่ตอบได้ ให้ความสะดวกแก่ผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูล และมีลักษณะจูงใจน่าตอบ โดยแบ่งรูปแบบของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 แบบดังนี้

2.1 แบบคำถามปลายเปิด รูปแบบของคำถามในลักษณะที่ถามอย่างกว้างๆ เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้ตอบอย่างเสรี ตามความพอใจ

2.2 แบบคำถามปลายปิด รูปแบบของคำถามที่มีจุดมุ่งหมายแน่นอน และจัดเตรียมคำตอบไว้ล่วงหน้า

3. ร่างแบบสอบถาม พิจารณาจากหัวข้อที่กำหนดข้อมูล ตัวชี้วัดในการวิจัยและพิจารณาหัวข้อแต่ละหัวข้อว่าควรจะใช้คำถามรูปแบบใดจึงจะเหมาะสม แล้วเริ่มเขียนข้อความหรือคำถามย่อย ๆ ทีละข้อเพื่อสะดวกในการตรวจสอบแก้ไข และการเรียงลำดับคำถาม การสร้างแบบสอบถามหรือคำถามนั้นควรพิจารณา ดังนี้

3.1 ควรตั้งคำถามที่เป็นประเด็นหลักก่อน

3.2 ข้อความหรือคำถามที่ใช้จะต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือ อ่านแล้วได้ความหมาย

3.3 ควรหลีกเลี่ยงการถามคำถามซ้อนในประโยคเดียวกัน เพราะคำถามในลักษณะนี้ ทำให้ตีความหมายของคำถามได้ยาก หรือตีความหมายไม่ได้

3.4 คำถามเกี่ยวกับการแยกประเภท โดยเฉพาะเกี่ยวกับอายุ เพศ สถานภาพการสมรส รายได้ การศึกษา ควรถามให้เฉพาะเจาะจงในสิ่งที่ต้องการทราบข้อมูล

3.5 ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เป็นคำถามนำ

3.6 หลีกเลี่ยงคำถามที่เกี่ยวกับความลำเอียงของผู้ตอบ

3.7 ควรหลีกเลี่ยงคำถามปฏิเสธ โดยเฉพาะคำถามปฏิเสธซ้อน

3.8 ควรพยายามใช้คำ ภาษาที่คำทั่วไปเข้าใจ

4. ตรวจสอบเพื่อปรับปรุงแก้ไข เมื่อผู้ร่างตรวจสอบเองเรียบร้อยแล้ว นำร่างแบบสอบถามนั้นไปขอคำวิจารณ์จากท่านผู้รู้ ทั้งผู้รู้ทางการวิจัย ผู้รู้ทางการสร้างแบบสอบถาม และผู้รู้ทางเนื้อหาของเรื่องที่จะทำวิจัยแล้วนำข้อวิจารณ์ที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขคำถามต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5. ทำการตรวจสอบ (Edit) เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงข้อความ การจัดวางรูปแบบ ตรวจสอบถ้อยคำประโยคและการจัดทำจดหมายนำและแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

6. ทดลองใช้ ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง โดยส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน 30 ชุด



ภาพประกอบ 15 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีคุณภาพสูง คือ การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบด้านเนื้อหา ภาษา จากนั้นนำมาแก้ไข ปรับปรุงให้ได้ข้อความและประเด็นที่ตรงตามกรอบแนวคิดที่ต้องการวัด

2. การทดสอบความตรงของเนื้อหา เมื่อผ่านการเห็นชอบของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ผู้วิจัยนำกลับมาปรับปรุงตามคำชี้แนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาทราบ จากนั้นนำไปทดลองใช้กับพนักงานขายของบริษัทที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานขายพื้นที่การขายเขต 6 จำนวน 30 คน เจาะจงเลือกร้าน/สาขาที่มีพนักงานขายจำนวนน้อยที่สุดของแต่ละภาค เฉลี่ยประมาณร้าน/สาขาละ 5 คน ได้แก่ร้าน/สาขา นางรอง บ้านไผ่ มหาสารคาม ด่านขุนทด ชัยภูมิ 2 และสุวรรณภูมิ เพื่อทดสอบความเข้าใจในแบบโครงสร้างคำถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 แสดงว่าเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและความเชื่อมั่นสูง จึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามจากพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 จำนวน 100 คน และนำแบบสอบถามแจกให้กับพนักงานจำนวน 100 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบ 100 ฉบับ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา เพื่อขอหนังสือราชการ เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากสำนักงานประสานงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ถึงผู้จัดการเขต 6
2. นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยการส่งไปรษณีย์ลงทะเบียน ถึงผู้จัดการเขต 6 เพื่อจัดส่งแบบสอบถามดังกล่าวให้แก่พนักงานขายและรวบรวมแบบสอบถามคืนผู้วิจัย จำนวน 100 ชุด
3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือ หลังจากตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้อ่านที่กลางคอมพิวเตอร์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อศึกษาจัดทำและนำเสนอยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6
2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีทางสถิติ คือ ใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการปฏิบัติงานพนักงานขาย โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage: %)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับศักยภาพพนักงานขาย ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes) และด้านทักษะ (Skill) โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของพนักงานขาย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยจะนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาสังเคราะห์เสนอทั้ง 3 ด้าน โดยการพรรณนา

การแปลผล

บุญชม ศรีสะอาด (2535 : 100) กล่าวว่า การใช้แบบวัดชนิดมาตราส่วนประมาณค่าเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลผลความหมายค่าเฉลี่ย มีดังนี้

ด้านความรู้ (Knowledge)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด หมายถึง มีความชำนาญและเชี่ยวชาญ สามารถเป็นผู้นำและต้นแบบในเรื่องนั้น ๆ

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 อยู่ในเกณฑ์ มาก หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ มาก และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ดังกล่าวปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง หมายถึง ต้องอยู่ภายใต้การแนะนำของหัวหน้างานเป็นระยะ ๆ

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 อยู่ในเกณฑ์ น้อย หมายถึง ต้องอยู่ภายใต้การแนะนำของหัวหน้างานตลอด

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด หมายถึง ไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว ต้องได้รับคำชี้แนะ แนะนำจากเพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างาน

ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ด้านทักษะ (Skill)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด หมายถึง ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่มีให้กับบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 อยู่ในเกณฑ์ มาก หมายถึง มีทักษะความชำนาญในความรู้อย่างลึกซึ้ง

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง หมายถึง เข้าใจทักษะ กระบวนการ ระบบหรือขั้นตอนการทำงานที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 อยู่ในเกณฑ์ น้อย หมายถึง มีทักษะความรู้ในสายอาชีพแต่ไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้สำเร็จ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด หมายถึง ไม่มีความเข้าใจในทักษะ ระบบหรือขั้นตอนการทำงานที่รับผิดชอบ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ค่าเฉลี่ย (Mean)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

วิธีดำเนินการสร้างยุทธศาสตร์

วิธีดำเนินการสร้างยุทธศาสตร์จะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและเกี่ยวพันระหว่างกัน

1. ศึกษาข้อมูลจากบริบทของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย (มหาชน) จำกัดและข้อมูลแบบสอบถามทั้ง 3 ตอนที่ได้จากการวิเคราะห์โปรแกรมคอมพิวเตอร์

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ได้แก่การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths)

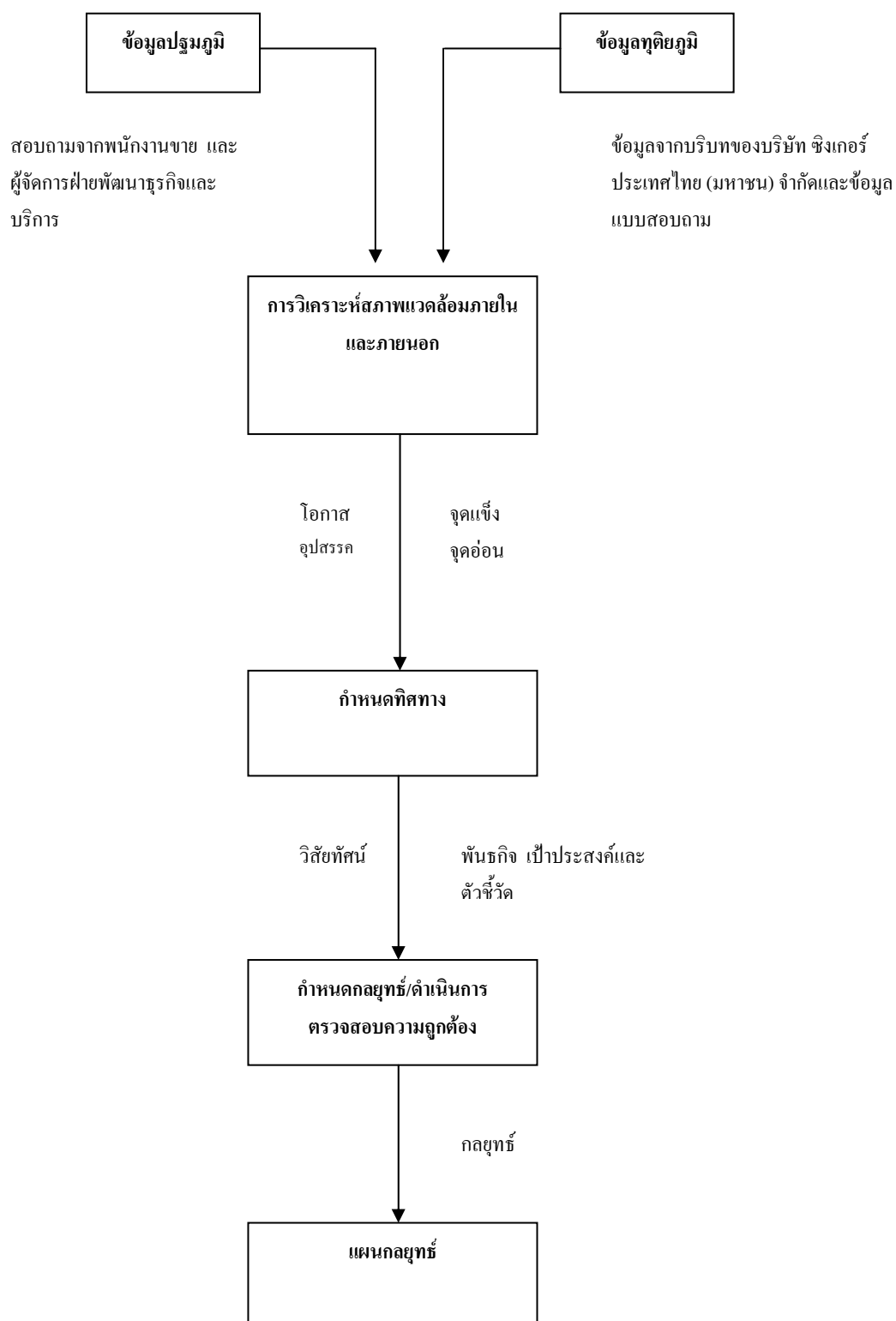
จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)

3. กำหนดทิศทาง คือ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์และตัวชี้วัด

4. กำหนดกลยุทธ์และแผนกลยุทธ์

5. เพื่อให้ได้ความถูกต้องและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้จริง

จิรวุฒิ พิพัฒน์ไพบูลย์ (ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและบริการ) เป็นผู้ทำการตรวจสอบความถูกต้องความเหมาะสม และแนะนำแนวทางในการจัดทำแผนกลยุทธ์ เพื่อให้ตรงกับลักษณะขององค์กร



ภาพประกอบ 16 ขั้นตอนการสร้างยุทธศาสตร์

การนำเสนอผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ จะนำเสนอเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ศักยภาพพนักงานขาย ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการปฏิบัติงานพนักงานขาย ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับศักยภาพพนักงานขาย ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes) และด้านทักษะ (Skill) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของพนักงานขาย ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 และตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการเสริมสร้าง ศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง