

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ชญาพรรณ โพธิ์วัฒนากวิน

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2559

THE STUDY OF JOB MOTIVATION FACTORS AFFECTING SALES
EFFECTIVENESS OF A COMPANY IN FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY

Chayaphat Phowatthanakawin

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program

in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2016

หัวข้อสารนิพนธ์

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพ
ในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งใน
กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

โดย

ชญาพรรณ โพธิ์วัฒนกวิน

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชมัย เจริญกุล

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ดร. รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชตะ รุ่งตระกูลชัย)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชมัย เจริญกุล)

ชญาพรรณ โพธิ์วัฒนวิน : ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธนัยมัย เจียรกุล, 120 หน้า.

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม กลุ่มประชากรตัวอย่างคือ พนักงานขาย ของบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งสิ้น 417 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ตัวแปรเกณฑ์ด้วยกลุ่มของตัวแปรพยากรณ์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับในปริญญาตรี สถานภาพสมรส ส่วนมากเป็นพนักงานขายเงินสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,001-25,000 บาท มีพื้นที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพฯ และชานเมืองมากที่สุด รองลงมา เขตอีสานใต้ และเขตอีสานเหนือ ตามลำดับ และมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทระหว่าง 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี

พนักงานที่มีสถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายแตกต่างกัน ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ด้านแผนการขายและการสนับสนุนการขาย และด้านความสำเร็จในการทำงานมีผลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา

สาขาวิชา การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา 2559

CHAYAPHAT PHOWATTHANAKAWIN : THE STUDY OF JOB MOTIVATION FACTORS AFFECTING SALES EFFECTIVENESS OF A COMPANY IN FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY. ADVISOR : ASST. PROF. DR. TANYAMAI CHIARAKUL, 120 PP.

The study of job motivation factors affecting sales staff effectiveness of a company in food and beverage industry The objective for study of the factors demographic factors and motivation in relation to that affect productivity in the performance of a sales representative one company in the group food and beverage industry research studies in the study quantitative research (quantitative research), explore (survey research study data from the use of the questionnaire demographic group. An example is a sales representative for a company in the group food and beverage industry total 417 sample to analyze the data narrative with a frequency distribution percentage value mean and standard deviation for the analysis of the data statistics, Assumptions include a regression analysis multiples.) regression analysis) functionality to build a weather forecast the variable criteria with a group of the variable weather forecasts. The sample were 400 customers who used metro system. The research tools were questionnaire and the statistics using for analysing the data were descriptive statistics, t-test statistics.

The results of the analysis of the factors Demographic found that groups most are aged between 31-40 years of study in the Bachelor Degree marital status as a sales representative, Cash is the average income per month 18,001-25,000 Baht with the work area in Bangkok and the suburbs of most of the northeast region of the south and the northeast over the order and the time of operations in the Company between 3-5 years

Sales Staff who have the marital status of a sales representative working area with different affect productivity in the performance of a sales representative are different factors influence the performance impact productivity in the operation of the sales force the sales plan and support to the sales and the success in the work with the productivity in the performance of a sales representative at the statistical significance level of 0.05

Graduate School

Student's Signature.....

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor's Signature.....

Academic Year 2016

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยดี ผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์และคำแนะนำอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชมัย เจียรกุล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนวคิด ข้อเสนอแนะ คำแนะนำในการดำเนินงาน ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่มอบความรู้ ประสบการณ์ แนวคิด มุมมองอันมีคุณค่า รวมทั้งบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่ได้อำนวยความสะดวก สนับสนุน และช่วยเหลือตลอดระยะเวลาที่ศึกษาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่อนุญาตให้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงพนักงานขายทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนคอยช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ หากพบข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ ณ โอกาสนี้

ชญาพรรณ โพธิ์วัฒนกวิน

TNI

THAI - JAPAN INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
นิยามศัพท์.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎีและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม.....	8
ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจ	11
ประเภทของแรงจูงใจ.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงาน	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3 วิธีการดำเนินงาน	32
แบบของการศึกษา.....	32
ประชากรและกลุ่มประชากรตัวอย่าง	32
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
4	บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	40
	สัญลักษณ์ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	สรุปผลการศึกษา.....	78
	การอภิปรายผลการศึกษา.....	79
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา.....	80
	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	82
	บรรณานุกรม.....	83
	ภาคผนวก.....	88
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	89
	ภาคผนวก ข. ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้านความ เที่ยงตรงของแบบสอบถาม.....	97
	ภาคผนวก ค. แบบตรวจสอบผู้เชี่ยวชาญ.....	104
	ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	120

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามอายุ.....	41
2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามระดับการศึกษา	42
3 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามสถานภาพสมรส	42
4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามประเภทพนักงานขาย	43
5 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน.....	43
6 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน	44
7 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท	45
8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในภาพรวม	46
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความมั่นคงในงาน	47
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสภาพการทำงาน.....	48
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	49
12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านแผนการขายและการสนับสนุนการขาย ...	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านนโยบายการบริหารงาน.....	51
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน	52
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	53
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ.....	54
17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความสำเร็จในการทำงาน	55
18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม	56
19 จำนวนและค่าร้อยละของประสิทธิผลของพนักงานขาย ในภาพรวม.....	57
20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวมของประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ของพนักงานขาย	57
21 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัย ของเฮอร์ซเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน.....	58
22 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัย ของเฮอร์ซเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน.....	59
23 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัย ของเฮอร์ซเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน.....	61
25 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัย ของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน.....	62
26 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัย ของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน.....	63
27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ของปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามพื้นที่ ปฏิบัติงาน	64
28 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ที่แตกต่างกัน	69
29 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับประสิทธิผล ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	70
30 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยจิตใจ (X1) และปัจจัยคำจูง (X2) ที่สามารถทำนายปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (Y)	70
31 ผลความสัมพันธ์ของ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานที่สามารถทำนาย ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน.....	71
32 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานระหว่าง 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงาน รายด้านกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	72
33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรม อาหารและเครื่องดื่ม	73

สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	อัตราการผลิตของพนักงานในองค์กรตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2558	2
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
3	สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหาร ณ ไตรมาส 2 ปี 2559.....	10
4	องค์ประกอบของแรงจูงใจ	13
5	ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์.....	17



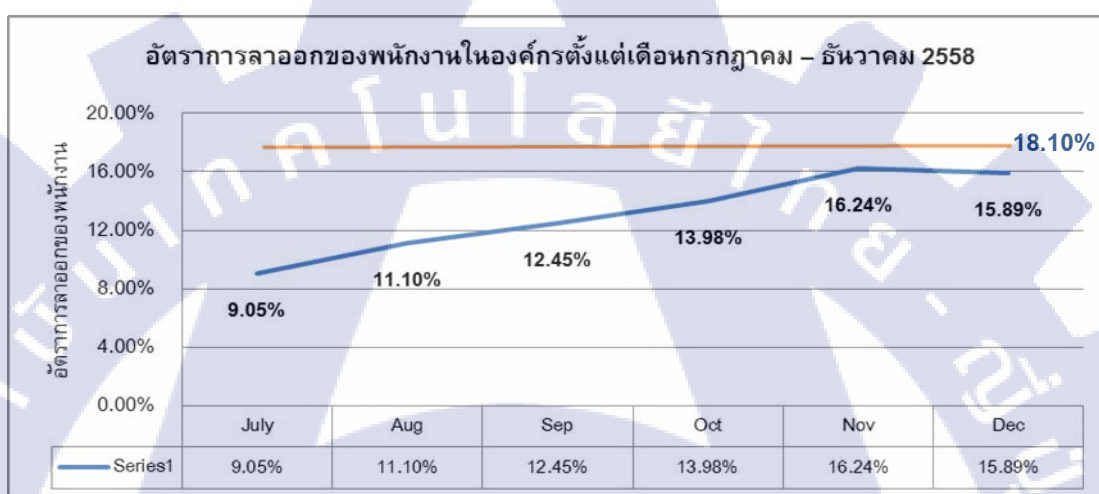
บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ความสามารถในการแข่งขันทางการขายและการตลาดที่ยอดเยี่ยม ความสามารถในการจัดส่งสินค้าไปยังร้านค้า การมีจุดขายที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคได้อย่างสะดวก สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้แล้ว พนักงานขายคือบุคคลที่จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ทั้งนี้พนักงานขายจะสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ยอดเยี่ยมได้ การบริการด้วยความจริงใจ ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภค และการเข้าถึงผู้บริโภคได้บ่อยครั้ง สามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์สินค้ามากขึ้นเพียงใดนั้น สิ่งสำคัญที่มีผลต่อการทำงานและช่วยให้บุคคลเพิ่มความพยายามในการทำงาน ก็คือ แรงจูงใจในการทำงาน (Motivation at Work) บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูง จะมีแนวทางการทำงานที่แน่นอน ระดับการทำงานสม่ำเสมอ มีผลการปฏิบัติงานดีกว่าบุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานต่ำ (สร้อยตระกูล อรรถมานะ. 2545 : 85) พนักงานหรือบุคลากรเป็นส่วนสำคัญในองค์กรให้สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ต่อไป การที่จะรักษาพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถให้อยู่กับองค์กรไปนานๆ องค์กรต้องคำนึงถึงความสุขในการทำงานของพนักงาน ซึ่งองค์กรต้องทราบถึงความคาดหวังของพนักงานที่แท้จริงที่พนักงานต้องการจากองค์กร อาทิ การได้ทำงานที่มั่นคง การได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรม การได้รับโอกาสในการพัฒนา การได้รับความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับจากคนในองค์กร การมีเพื่อนร่วมงานที่ดี การได้รับสวัสดิการที่ดี การมีผู้บังคับบัญชาที่ดี เป็นต้น การที่ทราบความคาดหวังที่แท้จริงของพนักงานในองค์กรนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้น เสริมพลังอำนาจ และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีการทำงานที่ดี เป็นผลประโยชน์ต่อองค์กร ทำให้เกิดผลผลิตที่มีคุณภาพ การบริการที่ยอดเยี่ยม มีผลประกอบการและกำไรเป็นที่พึงพอใจ ซิมมอนส์; และพาร์สันส์ (Simmon; and Parsons. 1983) ได้กล่าวว่า การเสริมพลังอำนาจเป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลมีความสามารถและรวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อความสำเร็จโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งอาจปรากฏให้เห็นจากการเปลี่ยนแปลงของบุคคล ระหว่างบุคคล หรือการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคม การเสริมพลังจึงเป็นการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยเน้นถึงการให้คุณค่า ให้อำนาจ ให้ทางเลือกในการปฏิบัติงาน อำนาจความสะดวกแก่บุคลากร ทำให้บุคลากรสามารถควบคุม จัดการวิถีชีวิตของตนเอง มีอิสระในการตัดสินใจให้สามารถบรรลุเป้าหมายทั้งในระดับส่วนบุคคลและเป้าหมายขององค์กร

จากการศึกษาปัญหาในปัจจุบัน มีการแข่งขันทางธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคาสินค้า การให้บริการความสะดวกรวดเร็วในการบริการ ความตื่นตัวของคู่แข่ง องค์กรอาจได้รับผลกระทบจากขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ลดลง ทำให้องค์กรต้องมุ่งเน้นในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าบนความคาดหวังของพนักงานในการปฏิบัติงาน และพนักงานได้รับผลตอบแทนบนความคาดหวัง ในขณะที่อัตราการลาออกของพนักงานในองค์กรตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2558 มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ



รูปที่ 1 อัตราการลาออกของพนักงานในองค์กรตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2558

ที่มา : ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2558). ผลสำรวจขึ้นเงินเดือน-โบนัสปี 58 พนักงานแชมป์ค่ายรถจ่าย 7.5 เดือน. ออนไลน์.

โดยในเดือนกรกฎาคมมีอัตราการลาออกร้อยละ 9.05, เดือนสิงหาคมมีอัตราการลาออกร้อยละ 11.10, เดือนกันยายนมีอัตราการลาออกร้อยละ 12.45, เดือนตุลาคมมีอัตราการลาออก ร้อยละ 13.98, เดือนพฤศจิกายนมีอัตราการลาออกร้อยละ 16.24 และเดือนธันวาคมมีอัตราการลาออก ร้อยละ 15.89 ซึ่งมีความใกล้เคียงกับอัตราการลาออกของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 18.10 (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. 2558 : ออนไลน์) องค์กรจึงต้องมุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขในการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ ฝ่ายบุคคลและผู้บริหารในยุคปัจจุบันเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรักษาไว้ซึ่งบุคลากรที่มีความสามารถ และการลาออกของพนักงานจำนวนมากด้วยเหตุผลอันไม่สมควรนั้นก่อให้เกิดผลกระทบในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบต่อองค์กร ซึ่งถือได้ว่าเป็น

การลงทุนในทรัพยากรที่มีคุณค่าสูงสุด โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหา คัดเลือก ว่าจ้าง ฝึกอบรมพัฒนา เงินเดือน ค่าจ้าง สวัสดิการต่างๆ รวมทั้งลงทุนไปโดยเปล่าจากการลา การขาดงาน ความล่าช้าและปฏิบัติงานที่ไม่เต็มความสามารถของบุคคล ดังนั้น เมื่อบุคลากรลาออกจากงาน องค์กรจึงสูญเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากที่ได้ลงทุนไปแล้วและต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนครั้งใหม่กับบุคลากรที่ต้องหาทดแทน และยังส่งผลให้การปฏิบัติงานขาดความต่อเนื่อง และประสิทธิภาพการทำงานบางส่วนลดน้อยลง จนกว่าจะมีบุคลากรใหม่เข้ามาทำงานแทน กระทั่งสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากปัญหาดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัย ซึ่งอยู่ในฝ่ายงานที่มีหน้าที่พัฒนาขีดความสามารถ เสริมอาวุธให้กับพนักงานขาย เป็นหน่วยงานสนับสนุนเพื่อให้พนักงานขายมีความพร้อม ความสามารถ ได้รับการผลักดัน และมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานและองค์กร ทั้งในด้านนโยบายการบริหารงาน การสร้างสวัสดิการให้กับพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในการทำงานของพนักงานขายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย รายได้ต่อเดือน พื้นที่ปฏิบัติงาน และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

2. ขอบเขตด้านประชากร

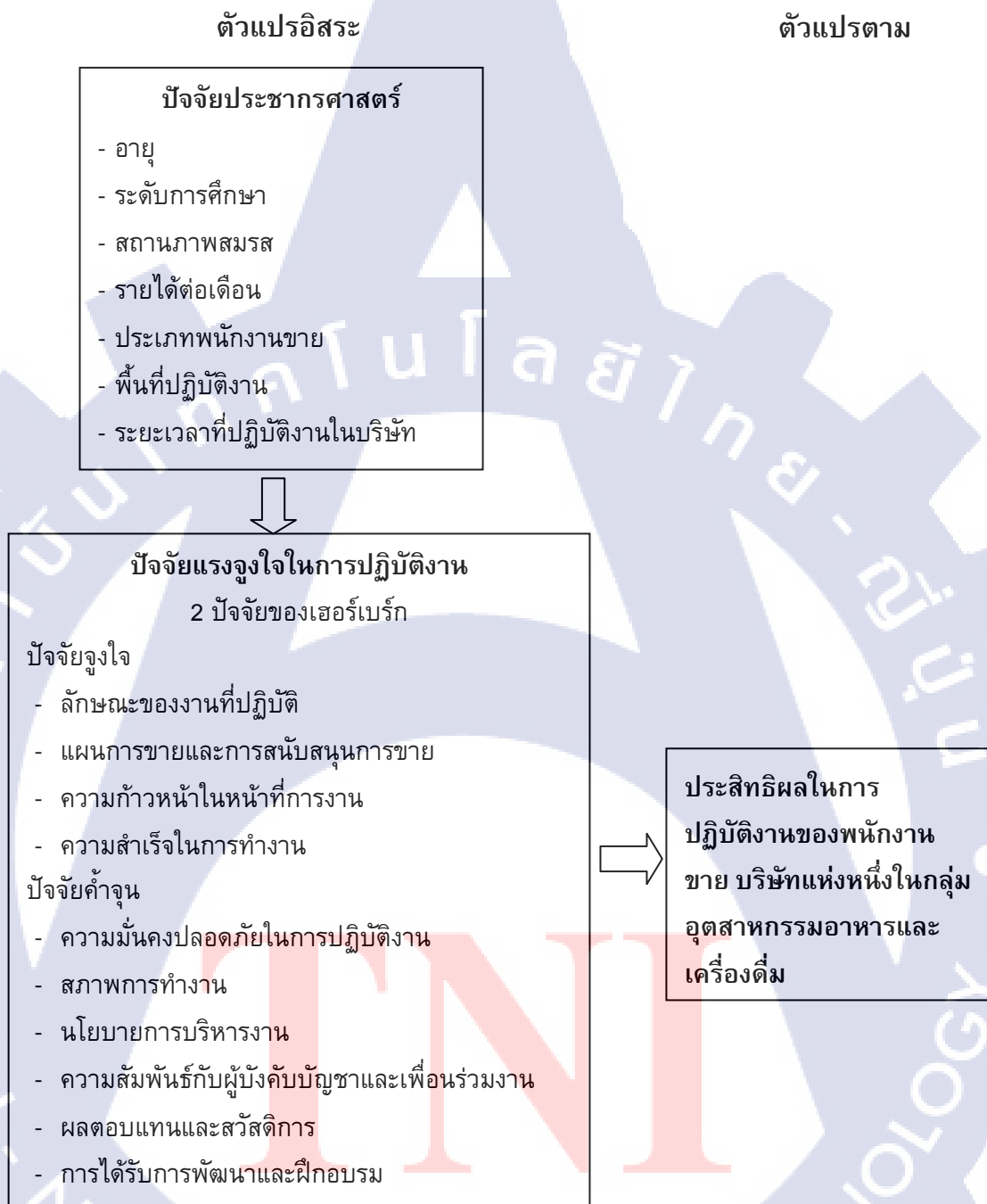
คือ พนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 642 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 เมษายน 2559) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ตัวอย่าง และผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 417 คน เพื่อสำหรับแบบสอบถามที่ตอบกลับมาอาจไม่สมบูรณ์

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษา ตั้งแต่ พฤษภาคม-ธันวาคม 2559

TNI

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และแก้ไขพัฒนาแรงจูงใจให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง
2. บริษัทสามารถนำไปจัดระเบียบการบริหารจัดการกับพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือความคาดหวังของพนักงาน อันนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
3. ผลการศึกษาที่ได้ในส่วนหนึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการสร้างแรงจูงใจต่างๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานสำหรับพนักงานขายสำหรับบริษัท

นิยามศัพท์

1. **ปัจจัยจูงใจ** หมายถึง ปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในที่กระตุ้นจากลักษณะของงาน
2. **ปัจจัยค้ำจุน** หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบำรุงรักษาจิตใจ ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอก เพื่อจรรโลงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดี และความมั่นคงขององค์กร ในอันที่จะผดุงไว้ซึ่งความก้าวหน้า และรักษาทรัพยากรที่มีอยู่ให้ยาวนาน
3. **ความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงาน** หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคง ปลอดภัยในงาน ความยั่งยืนในอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร
4. **สภาพการทำงาน** หมายถึง ความมีอิสระในการทำงาน สภาพแวดล้อมและปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยในการปฏิบัติงานให้มีความสะดวกคล่องตัว อาทิ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสัดส่วนของสถานที่ทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวก และสื่ออุปกรณ์ต่างๆ
5. **ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ** หมายถึง ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายตรงตามความรู้ ความสามารถ ความถนัด มีความน่าสนใจ และความเหมาะสมของปริมาณงาน
6. **นโยบายการบริหารงาน** หมายถึง นโยบายการบริหารงานและการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แผนงาน ระเบียบกฎเกณฑ์ในการปฏิบัติงาน และการให้ข้อมูลข่าวสารที่สร้างความเข้าใจในการปฏิบัติงาน
7. **ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน** หมายถึง สัมพันธภาพระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ในด้านการทำงานและด้านส่วนตัว ซึ่งได้รับความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูล ความรัก ความสามัคคี และบรรยากาศในการทำงาน
8. **ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน** หมายถึง การมีโอกาสดำเนินตำแหน่ง การได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาตนเอง ในด้านการศึกษาต่อ การเข้ารับการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการเลื่อนขั้นเงินเดือน

9. **ผลตอบแทนและสวัสดิการ** หมายถึง ค่าตอบแทนที่เหมาะสมเป็นธรรมกับงานที่รับผิดชอบ และขั้นของเงินเดือน สิทธิวันลา สวัสดิการต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าการศึกษาบุตร และผลประโยชน์อื่น ๆ

10. **ความสำเร็จในการทำงาน** หมายถึง การที่บุคคลสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป็นความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลื้มปิติในผลสำเร็จนั้นๆ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
2. ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจ
3. ประเภทของแรงจูงใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงาน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

บริษัทชั้นนำแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รับผิดชอบในการบริหาร ทำการตลาด และเป็นตัวแทนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอยู่เสมอ อีกทั้งบริษัทยังมีบทบาทในการพัฒนาความรู้ ความสามารถของผู้แทนจำหน่ายด้านการให้บริการ เพื่อรองรับความต้องการของตลาด รวมถึงมีโครงข่ายตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วประเทศ และมีตัวแทนจำหน่ายในอีกหลายประเทศทั่วโลก บริษัทได้รับเกียรติบัตรและการรับรองมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร และรางวัลเหรียญทองจากประเทศต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคทั้งในประเทศไทย และทั่วโลกมั่นใจในคุณภาพสินค้าของบริษัท

บริษัทมีกลยุทธ์ในการบริหารงาน โดยการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง การคงคุณภาพของสินค้า มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย มีทรัพยากรบุคลากรที่ดีในการทำงานและประสิทธิภาพที่ดีเยี่ยม มีจุดยืนที่ชัดเจนและแตกต่าง อีกทั้งผู้บริหารของบริษัทแต่ละรุ่นมีวิสัยทัศน์ที่ดี นอกจากนี้ บริษัทยังมีการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ โดยสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งขึ้นด้วยการเชิดชูค่านิยมให้คนไทยหันมาซื้อสินค้าไทย และกลยุทธ์เน้นคุณภาพเหนือปริมาณ ซึ่งคุณภาพของสินค้าถือเป็นหัวใจสู่ความสำเร็จของกลุ่มบริษัท การให้ความสำคัญกับการผลิต สินค้าคุณภาพเยี่ยมทำให้บริษัทสามารถ

รักษาปณิธานดั้งเดิมนี้ไว้ได้ ด้วยการเลือกสรรวัตถุดิบที่ดีที่สุดจากธรรมชาติผ่านขั้นตอนการผลิตที่ทันสมัยและการตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวด

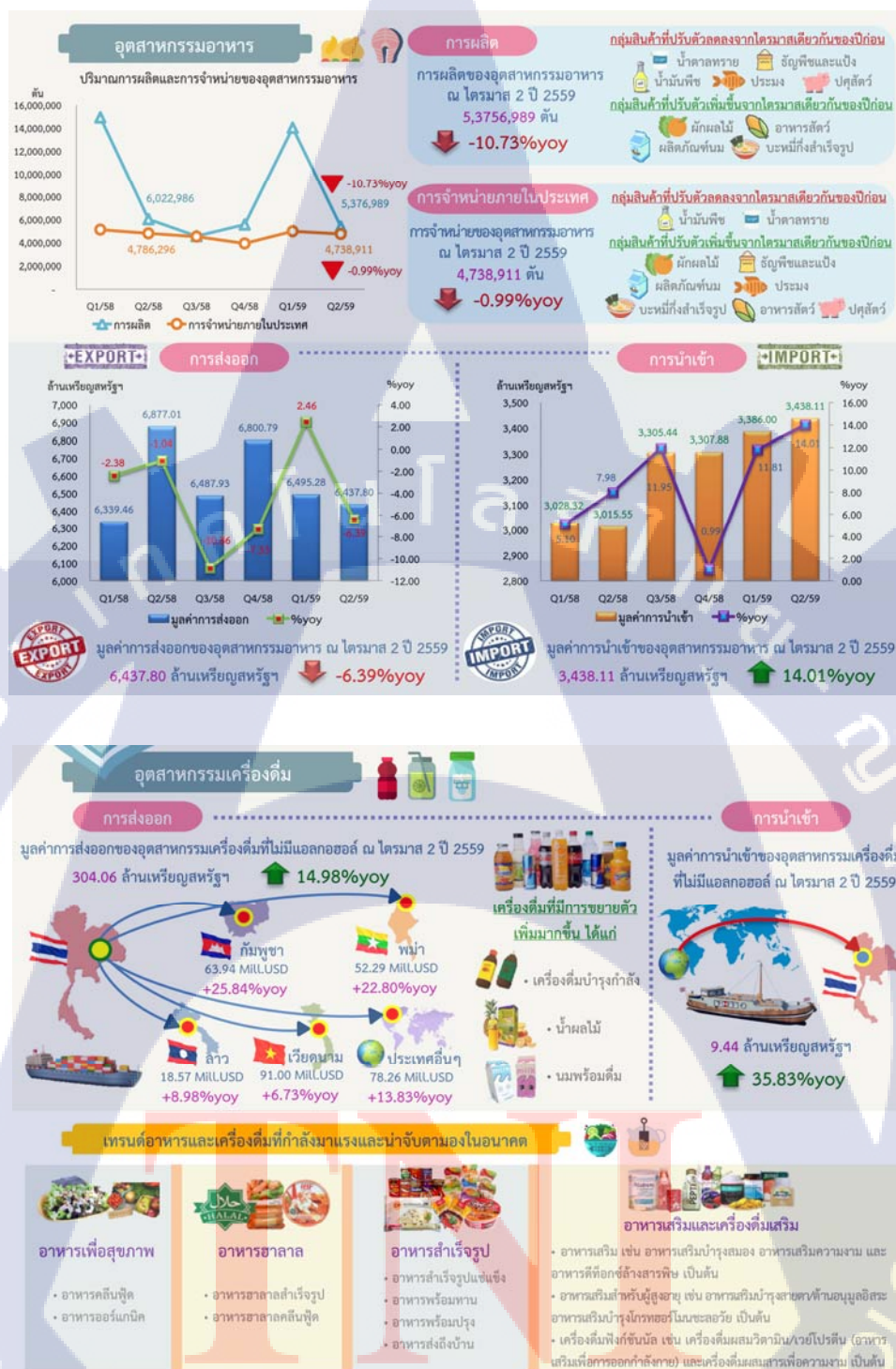
ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานทุน ธนาคารออมสิน (2559) ได้รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2559 ไว้ดังนี้

สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย ณ ไตรมาส 2 ปี 2559

- การผลิตและการจำหน่ายภายในประเทศของอุตสาหกรรมอาหารในไตรมาส 2 ปี 2559 ปรับตัวลดลงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุสำคัญจากปัญหากลั้ว ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตในภาพรวมลดลง โดยเฉพาะกลุ่มน้ำตาลทราย และกลุ่มธัญพืชและแป้ง ประกอบกับปัจจุบันประมงไทยได้ปฏิบัติตามกฎหมายประมงฉบับใหม่ เพื่อแก้ไขปัญหา IUU Fishing1/ที่สหภาพยุโรปได้ประกาศให้ใบเหลืองกับไทย ทำให้การทำประมงผิดกฎหมายเริ่มมีการลดลง ส่งผลให้ผลผลิตประมงลดลง

- การส่งออกอุตสาหกรรมอาหารในไตรมาส 2 ปี 2559 ปรับตัวลดลงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากปัญหากลั้วภายในประเทศ ทำให้ปริมาณวัตถุดิบลดลง โดยเฉพาะอ้อย ข้าว มันสำปะหลัง และปาล์มน้ำมัน รวมถึงการฟื้นตัวของประเทศจีนที่เป็นคู่ค้าหลักของไทย ยังคงมีความเปราะบาง ทำให้จีนชะลอคำสั่งซื้อสินค้าจากไทย

- การนำเข้าอุตสาหกรรมอาหารในไตรมาส 2 ปี 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการขาดแคลนวัตถุดิบจาก ปัญหากลั้ว และผลผลิตประมงภายในประเทศไม่เพียงพอ ทำให้การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะปลาทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง การส่งออกและการนำเข้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในไตรมาส 2 ปี 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ กลุ่มประเทศ CLMV ที่มีการนำเข้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์จากไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจมีการขยายตัวมากขึ้น



รูปที่ 3 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหาร ณ ไตรมาส 2 ปี 2559

ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. (2559). รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2559. ออนไลน์.

แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย ช่วงครึ่งหลัง ปี 2559

แนวโน้มภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในช่วงครึ่งหลังปี 2559 คาดว่าจะสามารถปรับตัวดีขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

- นโยบายส่งเสริมของภาครัฐ ได้แก่ การจัดตั้งเมืองนวัตกรรมด้านอาหาร (Food Innopolis) และการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจตามแนวชายแดน ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีแนวโน้มขยายตัว
- เศรษฐกิจและการค้าในกลุ่มประเทศ CLMV ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคโดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น
- สถานการณ์การผลิตกุ้งของไทยฟื้นตัวจากปัญหาโรคกุ้งตายด่วน (EMS) ส่งผลให้การส่งออก กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและกุ้งแปรรูปมีแนวโน้มขยายตัว
- แนวโน้มการเติบโตของภาคท่องเที่ยวและภาคบริการของไทย รวมถึงเทรนด์รักสุขภาพ ส่งผลให้การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในภาพรวมภายในประเทศมีแนวโน้มขยายตัว (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. 2559 : ออนไลน์)

ความหมายและความสำคัญของแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีแรงผลักดัน มีความเต็มใจ มีในการใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้การทำงานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้น ได้ ทั้งนี้ ได้มีผู้ให้ความหมายของแรงจูงใจ ในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

ธีรภัทร อุ่นอารมณ (2556 : 8) กล่าวว่า แรงจูงใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของมนุษย์ เมื่อถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า หรือสิ่งจูงใจ แล้วแสดงพฤติกรรมความต้องการในการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพื่อให้บรรลุตามความต้องการ หรือเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ชนันันท์ อิศระเหนือทรัพย์ (2554 : 4) กล่าวว่า แรงจูงใจของมนุษย์มีความสลับซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกัน บุคคลอาจมีแรงจูงใจหลายๆ อย่างที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ระบบของแรงจูงใจมีหน้าที่ในการกำหนดแนวทางของพฤติกรรมของตัวบุคคลซึ่งแนวทางนั้นอาจอยู่ในรูปของค่านิยม ความรู้สึก อุปนิสัย สิ่งต่างๆ เหล่านี้รวมตัวกันเป็นทัศนคติและโครงสร้างความคิด

อัญชลี มั่นตะรักษ์; และสุรางค์ ณรงค์ศักดิ์สกุล(2556 : 46) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน สร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจในการทำงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และมีความรักความผูกพันกับองค์กร เพื่อผลสัมฤทธิ์อันสูงสุดที่จะเกิดขึ้นแก่องค์กร

นวรรตน์ พึ่งโพธิ์สภ (2552 : 2) กล่าวถึง แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของมนุษย์ ซึ่งส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ศิริวิไล กุลทรัพย์ศุทธา (2552 : 9) กล่าวถึง การจูงใจ หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมในตัวบุคคลซึ่งถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า หรือสิ่งจูงใจ ให้แสดงออกซึ่งความต้องการในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่จะเป็พลังผลักดันให้บุคคลทำการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และเมื่อประสบความสำเร็จก็จะรู้สึกภาคภูมิใจ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้องค์กรประสบความสำเร็จต่อไป

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจ คือ แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการของบุคคล กระตุ้นให้เกิดการแสดงพฤติกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ความสำคัญของแรงจูงใจ

การจูงใจเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ให้องค์กรประสบความสำเร็จโดยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรอีกด้วย

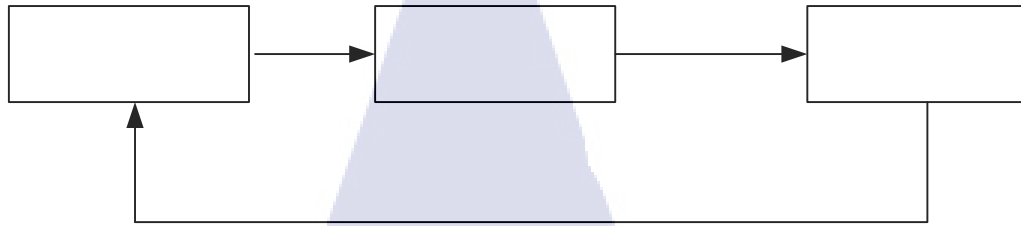
ศิริวิไล กุลทรัพย์ศุทธา (2552 : 11) แรงจูงใจมีความสำคัญอย่างมากต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ดังนั้น ผู้บริหารควรปฏิบัติต่อคนงานหรือพนักงานในฐานะสิ่งที่มีชีวิตจิตใจ คอยดูแลสวัสดิการ เพิ่มสิ่งจูงใจ ปรับปรุง สภาพแวดล้อมในการทำงานและส่งเสริมขวัญและกำลังใจให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะสร้างความพอใจให้กับพนักงาน และสร้างความสำเร็จต่อองค์กรต่อไป

ประภา สังข์พันธ์ (2554 : 6) การเป็นผู้บริหารที่ดี คือ การทำความเข้าใจในพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของพนักงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย องค์กรควรมีแรงจูงใจให้กับพนักงานได้หลายอย่าง เช่น การกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting) การเสริมแรง (Reinforcing Performance) การออกแบบงานเพื่อจูงใจ (Designing Motivating Jobs)

ประเภทของแรงจูงใจ

องค์ประกอบของแรงจูงใจ

พงศ์ หรดาล (2540 : 66) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพราะมนุษย์มีความต้องการ (Needs) ซึ่งทำให้เกิดความไม่สมดุลย์ของร่างกาย และจิตใจ ก่อให้เกิดแรงขับ (Drive) หรือแรงจูงใจ (Motives) ที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมและการกระทำไปสู่เป้าหมาย (Goals) ที่สามารถสนองความต้องการนั้นๆ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองแรงขับหรือแรงจูงใจนั้นก็จะลดพลังลงทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน



รูปที่ 4 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

ตัวบุคคล

ที่มา : พงศ์ หรดาล. (2559). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. หน้า 66.

ความต้องการ

1. ความต้องการ (Need)

ความต้องการของมนุษย์เกิดจากการขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งในตัวของบุคคลซึ่งเป็นการขาดดุลย์ทั้งร่างกายและสภาพแวดล้อมภายนอก คนทุกคนมีความต้องการหลากหลายระดับและความต้องการของคนเราสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นผสมกับความต้องการที่จะมีชีวิตและการดำรงชีวิต ได้แก่ ความหิวกระหาย ความต้องการทางเพศ ความต้องการอุณหภูมิที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด ความต้องการพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการอากาศที่บริสุทธิ์ และความต้องการขับถ่าย เป็นต้น

1.2 ความต้องการทางจิตใจและสังคม (Psychological and Social Needs) แรงจูงใจประเภทนี้ค่อนข้างสลับซับซ้อน เกิดขึ้นจากสภาพของสังคมวัฒนธรรม การเรียนรู้และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับ โดยแยกออกได้ดังต่อไปนี้ คือ ความต้องการที่เกิดจากสังคมและความต้องการทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้

2. แรงจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive)

2.1 แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สิ่งที่มากระตุ้นให้เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลไปยังเป้าหมาย พฤติกรรมที่กระตุ้นนี้ เรียกว่าพฤติกรรมที่ถูกจูงใจ (Motivated Behavior) พฤติกรรมที่จูงใจมี 2 ลักษณะ คือ จะต้องมียุทธศาสตร์อย่างหนึ่งออกมาในลักษณะที่เพิ่มพลังและจะต้องมุ่งไปสู่ทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

2.2 แรงขับ (Drive) หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความต้องการ ถ้าความต้องการมีพลังสูง แรงขับก็จะสูงทำให้บุคคลเกิดความพยายามอย่างแรงกล้าที่จะกระทำการต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ แรงขับสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1 แรงขับปฐมภูมิ (Primary Drive) เป็นแรงขับที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับบุคลิกภาพของคนไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ แรงขับประเภทนี้แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ แรงขับทางด้านสรีระ เช่น ความหิวกระหาย ความเจ็บปวด ความต้องการทางเพศ ความอบอุ่น ความหนาว เป็นต้น และแรงขับทั่วไป เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความกลัว เป็นต้น

2.2.2 แรงขับทุติยภูมิ (Secondary Drive) คือ แรงขับที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ หรือบางทีเรียกว่า แรงกระตุ้นทางสังคม เช่น การยอมรับทางสังคม สถานะทางสังคม หรือความผูกพันกับผู้อื่น เป็นต้นว่า ตำแหน่งการงาน เกียรติยศ ชื่อเสียง อำนาจ เป็นต้น

3. เป้าหมาย (Goals)

หมายถึง จุดหมายของพฤติกรรมซึ่งเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วจะทำให้บุคคลรู้สึกพึงพอใจ (ลดแรงขับและลดความต้องการ) หรือรู้สึกไม่พอใจ (เพิ่มแรงขับและเพิ่มความต้องการ)

ประเภทของแรงจูงใจ

จากการค้นคว้าและศึกษางานวิจัยและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่า แรงจูงใจแบ่งออกเป็นประเภทตามลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกและที่มา ดังนี้

จารุวรรณ กมลสินธุ์ (2548 : 14) ได้แบ่งแรงจูงใจเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. แบ่งตามลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงออก แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) แรงจูงใจภายในที่เกิดขึ้นจากภายในตัวของบุคคลที่มองเห็นคุณค่าของการทำกิจกรรมต่างๆ ว่ามีประโยชน์และมุ่งมั่น จังใจ เพื่อมุ่งหวังความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ความสำเร็จในการทำกิจกรรมหรือทำงาน จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความสุข อดทนการณ์ ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่สร้างขึ้น หรือกระทำไต่ยากมาก แต่มีความคงทนถาวร

1.2 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) แรงจูงใจที่เกิดจากการคาดหวังสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบข้างตัวบุคคล เช่น รางวัล เกียรติยศ คำชมเชย หรือสิ่งล่อใจอื่นๆ โดยไม่ได้กระทำเพื่อความสำเร็จในสิ่งนั้นเลย แรงจูงใจภายนอก อาจเป็นแรงผลักดันในการแสดงพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมาย และมีทิศทางโดยกระบวนการใดๆ ก็ได้จากภายนอกตัวบุคคล เช่น การแข่งขันที่หวังชนะ และรางวัลการเสริมแรงจากการได้รับความพึงพอใจ การลงโทษ เป็นต้น

2. แบ่งตามประเภทของที่มาของแรงจูงใจ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 แรงจูงใจทางกาย (Physiological Motive) คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นตามความต้องการของร่างกาย ถือเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ซึ่งเกิดจากร่างกายต้องการสร้างความสมดุลให้เต็ม เป็นต้น ลักษณะของแรงจูงใจทางกาย มีดังนี้

2.1.1 แรงจูงใจทางบวกหรือแสวงหา (Positive Supply Motive) เป็นแรงจูงใจเพื่อให้ร่างกายมีชีวิตอยู่รอด ชดเชยต่อสิ่งที่ร่างกายขาดหายไป เช่น ความหิว ความกระหาย และการพักผ่อน เป็นต้น

2.1.2 แรงจูงใจทางลบหรือการหลีกเลี่ยง (Negative or Avoid Motive) เป็นแรงจูงใจเพื่อให้ร่างกายหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะเป็นอันตราย หรือสิ่งที่ไม่เป็นที่ต้องการ เช่น ความเจ็บปวด ความเสียใจ ความสกปรก เป็นต้น

2.1.3 แรงจูงใจที่จะดำรงเผ่าพันธุ์ (Species Maintaining Motive) เป็นแรงจูงใจทางธรรมชาติที่ทำให้มีการสืบพันธุ์ เพื่อการสร้างสมาชิกสืบทอดในสังคมต่อไป

2.2 แรงจูงใจทางสังคม (Social Motive) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือสังคม เช่น การต้องการความรัก การยกย่อง การมีชื่อเสียง ความก้าวหน้าในชีวิต ความภาคภูมิใจ ทั้งนี้ แรงจูงใจทางสังคม แบ่งได้ดังนี้

2.2.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จสูงสุด โดยมีความมานะพยายาม ขยัน อดทน เอาชนะอุปสรรคต่างๆ เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักจะตั้งความมุ่งหวังหรือเป้าหมายไว้สูง และมีความพยายามมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ

2.2.2 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affiliation Motive) เป็นแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นหรือสังคม บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูง มักเป็นผู้ที่ชอบเข้าสังคม เป็นที่พึ่งพาอาศัยของบุคคลอื่น ให้ความช่วยเหลือและร่วมมือกับผู้อื่น มีความเมตตาโอบอ้อมอารีเห็นใจผู้อื่นเสมอ ซึ่งแรงจูงใจด้านนี้จะทำให้ผู้อื่นรักใคร่ยอมรับนับถือ

2.2.3 แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) เป็นแรงจูงใจที่ต้องการเป็นผู้นำของบุคคล ต้องการมีอำนาจเหนือบุคคลอื่นทั่วไป โดยวิธีที่ชอบธรรมและไม่ชอบธรรม เช่น การขยันทำงาน ใช้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้ได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำ ถือเป็นการใช้อำนาจแบบชอบธรรม แต่ถ้าได้มาโดยการแย่งชิง คดโกง ถือเป็นการได้มาซึ่งอำนาจที่ไม่เป็นธรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ในการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ มีความชัดเจนในมุมมองของพฤติกรรมของมนุษย์ โดยสามารถแบ่งทฤษฎีของแรงจูงใจในการทำงาน ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้ (ประภา สังข์พันธ์. 2554)

1. เชิงเนื้อหา (Content Theories) อธิบายถึงเนื้อหาของงาน เน้นความท้าทาย ความเจริญก้าวหน้า โอกาส และความรับผิดชอบในหน้าที่การทำงานของพนักงาน
2. เชิงกระบวนการ (Process Theories) อธิบายถึงกระบวนการในการทำงาน เน้นการรับรู้ ความเข้าใจที่มีต่อการทำงาน และการตัดสินใจ

ทฤษฎีเชิงเนื้อหา (Content Theory of Motivation)

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)
 2. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)
 3. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคิลแลนด (McClelland's AAP Needs Theory)
1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยนักจิตวิทยาที่ชื่อว่า มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีชื่อเสียงและกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย มาสโลว์ได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า (จุฑามาศ ศรีบำรุงเกียรติ. 2555 : 12)
- 1.1 มนุษย์มีความและเป็นความต้องการที่ไม่มีวันสิ้นสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่
 - 1.2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป
 - 1.3 ความต้องการของมนุษย์ มีลำดับขั้นตามความสำคัญ เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงจะเรียกร้องให้มีการตอบสนองในทันที

ทั้งนี้ มาสโลว์ (Maslow's) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ประการ ดังนี้



รูปที่ 5 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

ที่มา : สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2554). จิตวิทยาการศึกษา. หน้า 116.

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย อาหาร และยารักษาโรค เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs) เป็นความต้องการความปลอดภัยและมั่นคงทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เช่น ปลอดภัยจากอันตราย มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ฐานะการทำงาน เป็นต้น
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในสังคม ต้องการความรัก ต้องการความเป็นเจ้าของ
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการให้สังคมยกย่องตนเอง มีคนนับหน้าถือตา มีเกียรติยศ ชื่อเสียง
5. ความต้องการความสำเร็จสูงสุด (Self-Actualization) เป็นความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต พบกับความสำเร็จทุกอย่างที่ตนใฝ่ฝัน

2. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)

เฮร์ซเบิร์ก เฟรเดอริก; มอสเนอร์ เบร์นาร์ด; และชไนเดอร์แมน บล็อก (Herzberg, Frederick; Mausner, Bernard; and Snyderman, Block. 1959 : 110-111) ตั้งสมมติฐานว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานจะถูกแยก และทำให้แตกต่างไปจาก ปัจจัยที่นำไปสู่ความไม่พอใจในงาน ทั้งนี้ โดยเฮร์ซเบิร์ก เฟรเดอริก; มอสเนอร์ เบร์นาร์ด; และชไนเดอร์แมน บล็อก ได้ร่วมกันทำวิจัยโดยวิธีสัมภาษณ์วิศวกรและสมุหบัญชี จำนวน 200 คน จากบริษัทต่างๆ 9 แห่งในเมืองพิทสเบิร์ก มลรัฐเพนซิลวาเนียเพื่อหาคำตอบว่าประสบการณ์จากการทำงานแบบใดที่ทำให้บุคคลเหล่านั้นเกิดทัศนคติความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี และความรู้สึกที่มีต่อประสบการณ์แต่ละแบบนั้นไปในทางบวกหรือลบ เมื่อได้คำตอบแล้วเฮร์ซเบิร์ก เฟรเดอริก; มอสเนอร์ เบร์นาร์ด; และชไนเดอร์แมน บล็อก ได้นำมาวิเคราะห์และจัดเรียงลำดับโดยแบ่งเป็น สองปัจจัย คือ ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยสุขอนามัย ซึ่งปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ทัศนคติในทางบวก เพราะทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีลักษณะสัมพันธ์กับเรื่องของงานโดยตรง ในขณะที่ปัจจัยค้ำจุนเป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานซึ่งมีลักษณะเป็นภาวะแวดล้อม หรือเป็นส่วนประกอบของงาน ปัจจัยนี้อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ซึ่งเฮร์ซเบิร์กได้อธิบายไว้มีรายละเอียด ดังนี้ เฮร์ซเบิร์ก เฟรเดอริก; มอสเนอร์ เบร์นาร์ด; และชไนเดอร์แมน บล็อก (Herzberg, Frederick; Mausner, Bernard; and Snyderman, Block. 1959 : 113-119)

ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) มี 6 ประการ คือ

1. ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลทำงานตามความสามารถและสติปัญญาได้อย่างอิสระ จนได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดี เกิดความรู้สึกภูมิใจ และปลื้มในผลความสำเร็จแห่งงานนั้น
2. การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน ในรูปแบบของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการยอมรับในความสามารถ
3. ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง งานที่น่าสนใจ ทำหาย ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หรือเป็นงานที่สามารถทำได้โดยลำพังเพียงผู้เดียว
4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงาน และมีอำนาจในการรับผิดชอบงานได้อย่างเต็มที่
5. ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง ผลหรือการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงในสถานภาพของบุคคลในสถานที่ เช่น การได้รับการเลื่อนตำแหน่งและการมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม

6. โอกาสที่จะได้รับความเจริญรุ่งเรือง (Possibility of Growth) หมายถึง โอกาสที่จะได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่ง และประสบความสำเร็จ

ปัจจัยห้า (Hygiene Factors) มี 10 ประการ คือ

1. นโยบายและการบริหารงาน (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดทำ การบริหารองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรนั้น

2. การปกครองบังคับบัญชา (Supervision-Technical) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงาน และมีความยุติธรรมในการบริหาร

3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (Interpersonal Relations-Supervisor) หมายถึง การติดต่อระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันและเข้าใจซึ่งกันและกัน

4. สภาพภาพการปฏิบัติงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมถึงลักษณะสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ

5. เงินเดือน (Salary) หมายถึง รายได้ ค่าจ้างประจำเดือนที่เป็นธรรมซึ่งบุคคลได้รับอันเป็นผลตอบแทนจากการทำงานของบุคคลนั้น หากบุคคลได้รับเงินเดือนที่เป็นธรรมจะส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิต มีความพึงพอใจในงานที่ทำและส่งผลต่อความภักดีของบริษัท

6. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relations-Peers) หมายถึง การติดต่อระหว่างบุคคลกับเพื่อนร่วมงานที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันและเข้าใจซึ่งกันและกัน

7. ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีในชีวิตส่วนตัวซึ่งมีความสัมพันธ์กับการทำงาน

8. ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Interpersonal Relations-Subordinates) หมายถึง การที่บุคคลต่างระดับสามารถทำงานร่วมกัน มีความที่ดีต่อกัน

9. สถานภาพของอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและมีศักดิ์ศรี

10. ความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในงาน ความยั่งยืนในอาชีพหรือความมั่นคงขององค์กร

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก เป็นแนวคิดทฤษฎีที่ทำให้ผู้บริหารได้ทราบว่าปัจจัยใดที่เป็นแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล เพื่อที่จะให้บุคคลทำงานด้วยความมีประสิทธิภาพทำงานให้องค์กรได้อย่างเต็มที่ และทราบว่าปัจจัยใดที่ส่งเสริมความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อช่วยให้บุคคลทำงานโดยไม่คิดลาออก อันเป็นการบำรุงรักษาขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจ ซึ่งหากปัจจัยต่างๆ เหล่านั้นได้รับการยอมรับก็จะส่งผลต่อความรู้สึก

ของผู้ปฏิบัติงานในทางที่ดีขึ้น อันจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีกำลังใจที่จะทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ (พจนานุกรมศัพท์, 2556 : 18-19)

3. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์ (McClelland's AAP Needs Theory)

เป็นทฤษฎีที่อธิบายการจูงใจของบุคคลในการกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จ ไม่ได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของตน ความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงาน หมายถึง ความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์กรใดมีพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็ว

กุสุมา จ้อยช้างเนียม (2547 : 22) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการของ David I. McClelland โดยนำเสนอทฤษฎีความต้องการ AAP ว่า มนุษย์มีความต้องการ 3 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement (nAch)) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการวิจัยของ McClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (nAch) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูงและกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation (nAff)) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (Need for power (nPower)) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูงจะแสวงหาวิธีการเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

พนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานในลักษณะ 3 ประการ

ดังนี้

1. งานที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเฉพาะส่วนของเขา และเขามีอิสระที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาด้วยตนเอง
2. ต้องการงานที่มีระดับยากพอดี ไม่ง่าย หรือยากจนเกินกว่าความสามารถของเขา
3. ต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้เขามีความก้าวหน้าในงานเพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถของเขาได้

ในการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในกลุ่มทฤษฎีเนื้อหา เป็นทฤษฎีที่เน้นการศึกษาในปัจจุบันที่ตัวบุคคลต้องการได้รับจากองค์กร เน้นการตอบสนองความต้องการในการทำงานของพนักงานในด้านต่างๆ เมื่อความต้องการของพนักงานได้รับการตอบสนองเป็นที่เรียบร้อย ก็จะเกิดแรงจูงใจในการทำงานขึ้น

ทฤษฎีเชิงกระบวนการ

ทฤษฎีกลุ่มนี้เน้นศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก อันมีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

สกินเนอร์ (Skinner. 1938) นักจิตวิทยาชาวอเมริกันเชื่อว่าเราจะเข้าใจและสามารถควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ได้ดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่า เราเข้าใจเงื่อนไขของการเสริมแรง (Reinforcement Contingency) เพียงใด และบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเช่นใด ขึ้นอยู่กับว่าเขาได้รับผลเช่นไรในอดีต เช่น พนักงานที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งเพราะไม่ขาด ไม่สาย ไม่ลาต่อไปพนักงานผู้นั้นก็จะมีพฤติกรรมที่ไม่ขาด ไม่ลา ไม่สายเสมอ ดังนั้น ถ้าเราเข้าใจเงื่อนไขของการเสริมแรงของบุคคลเหล่านี้ได้ก็สามารถจะจูงใจได้

ความเชื่อของสกินเนอร์สรุปได้ว่า ผลกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ดังนี้

A = Activator คือ ตัวกระตุ้นหรือสัญญาณที่มาก่อนพฤติกรรม

B = Behavior คือ พฤติกรรม

C = Consequence คือ ผลกรรมสนองตอบต่อพฤติกรรมที่ทำไป ถ้าเป็นผลกรรมที่พึงประสงค์ก็เรียกว่า C+ หากไม่พึงประสงค์ก็เรียกว่า C-

ประเทือง วิบูลศักดิ์ (2556) กล่าวว่า การเสริมแรงเป็นสภาวะการณ์ที่มีการให้ตัวเสริมแรงในการกระทำพฤติกรรมของอินทรีย์ โดยการ เสริมแรงจะแบ่งออกตามลักษณะของการวางเงื่อนไขได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) เป็นการให้สิ่งที่จะช่วยเพิ่มแนวโน้มของการตอบสนองและมักจะเป็นการให้สิ่งดีๆ เช่น ของขวัญ เงิน อาหาร เป็นต้น
2. การเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) เป็นการนำสิ่งที่ไม่พอใจ ไม่ชอบออกไปหรือเป็นการปรับสภาวะจากลบ (Negative) ไปเป็นกลาง (Neutral) แล้วเพิ่มแนวโน้มของการตอบสนองที่ต้องการ คาร์เวอร์, ซี เอส; และไชย์เออร์ เอ็ม อี (Carver, C. S; and Scheier M. E. 1996 : 341) เช่น นำความร้อนออกไปโดยการติดเครื่องปรับอากาศในฤดูร้อน ทำให้พนักงานพอใจกับสภาพแวดล้อมการทำงานมากขึ้น เป็นต้น การลงโทษ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน แบ่งออกเป็น 10 ข้อใหญ่ๆ ดังนี้

ปัจจัยจูงใจ ได้แก่

1. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พนักงานขายได้ปฏิบัติงานงานที่น่าสนใจ ทำหาย มีระเบียบแบบแผนที่ชัดเจน สอดคล้องกับปัจจัยจูงใจในทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก

2. แผนการขายและการสนับสนุนการขาย พนักงานขายทราบเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของงาน ผลสำเร็จของงาน มีรายการส่งเสริมการขาย และได้รับสื่อการขายที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับแนวคิดประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ที่ว่าผลสำเร็จอันเป็นผลเนื่องมาจากการปฏิบัติงานตามโครงการ หรือแผนงานนั้นตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ (วชิรวัชร งามละม่อม. 2558 : 2)

3. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พนักงานขายได้รับการเปลี่ยนแปลงสถานภาพของบุคคลในสถานที่ทำงาน อาทิ การได้รับเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นในองค์กร การปรับเงินเดือนและค่าจ้างให้สูงขึ้น รวมทั้งการมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม สอดคล้องกับสอดคล้องกับปัจจัยจูงใจในทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก ทฤษฎีความต้องการของ David I. McClelland และ (ประภา สังข์พันธ์. 2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและการได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร จะส่งผลต่อประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย มากที่สุด

4. ความสำเร็จในการทำงาน พนักงานขายต้องการประสบความสำเร็จในงานที่ปฏิบัติ ตามความสามารถและสติปัญญาได้อย่างอิสระ และเมื่อผลงานสำเร็จ พนักงานขายจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลอบปลื้มผลความสำเร็จของงานนั้น สอดคล้องกับสอดคล้องกับปัจจัยจูงใจในทฤษฎีสองปัจจัยของ และฟาง หยาง (Fang Yang. 2011) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะการทำงานและแรงจูงใจส่วนบุคคล : กรณีศึกษาเชิงลึกภายในองค์กรในเมืองหนิงโบ พบว่าแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้แก่ เงินเดือน สภาพแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการระบบการจ่ายโบนัส นโยบายของบริษัท ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หัวหน้างานที่ดี ความปลอดภัยในการทำงาน ความรู้สึกท้าทาย ความสำเร็จของงาน และความมีอิสระ มีผลต่อการปฏิบัติงานในเชิงบวก

ปัจจัยคำจุน ได้แก่

5. ความมั่นคงในงาน พนักงานขายรู้สึกมีความมั่นคงกับองค์กร และความยั่งยืนในอาชีพ สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ปัจจัยจูงใจในทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก และ (ธีรภัทร อุ่นอารมณ์. 2556) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของพนักงาน บริษัท เอปัสัน ฟรีชชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่าผลของระดับ

แรงจูงใจอีก 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านผลตอบแทน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

6. สภาพการทำงาน พนักงานขายได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ได้รับอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำงาน สอดคล้องกับ ฟาง หยาง (Fang Yang. 2011) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะการทำงานและแรงจูงใจส่วนบุคคล : กรณีศึกษาเชิงลึกภายในองค์กรในเมืองหนิงโบ พบว่า แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้แก่ เงินเดือน สภาพแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการ ระบบการจ่ายโบนัส นโยบายของบริษัท ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หัวหน้างานที่ดี ความปลอดภัยในการทำงาน ความรู้สึกท้าทาย ความสำเร็จของงาน และความมีอิสระ มีผลต่อการปฏิบัติงานในเชิงบวก และ วลาด ไวแมน (Vlad Vaiman. 2010) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะของความต้องการเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน พบว่า สิ่งที่พนักงานต้องการในขณะทำงานคือ การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม ความมีอิสระในการทำงาน สิ่งแวดล้อมที่ดีในการทำงาน โอกาสของความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งข้อสรุปนี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

7. นโยบายการบริหารงาน สายงานมีการจัดการและการบริหารที่ให้สอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์กร มีการผลักดันนโยบายไปสู่พนักงานขาย รวมทั้ง พนักงานขายได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน สอดคล้องกับปัจจัยคำจูนในทฤษฎีสองปัจจัยของ ฟาง หยาง (Fang Yang. 2011) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะการทำงานและแรงจูงใจส่วนบุคคล : กรณีศึกษาเชิงลึกภายในองค์กรในเมืองหนิงโบ พบว่า แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้แก่ เงินเดือน สภาพแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการ ระบบการจ่ายโบนัส นโยบายของบริษัท ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หัวหน้างานที่ดี ความปลอดภัยในการทำงาน ความรู้สึกท้าทาย ความสำเร็จของงาน และความมีอิสระ มีผลต่อการปฏิบัติงานในเชิงบวก

8. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน การติดต่อระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับปัจจัยคำจูนในทฤษฎีสองปัจจัย ฟาง หยาง (Fang Yang. 2011) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะการทำงานและแรงจูงใจส่วนบุคคล : กรณีศึกษาเชิงลึกภายในองค์กรในเมืองหนิงโบ พบว่า แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้แก่ เงินเดือน สภาพแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการ ระบบการจ่ายโบนัส นโยบายของบริษัท ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หัวหน้างานที่ดี ความปลอดภัยในการทำงาน ความรู้สึกท้าทาย ความสำเร็จของงาน และความมีอิสระ มีผลต่อการปฏิบัติงานในเชิงบวก

9. ผลตอบแทนและสวัสดิการ พนักงานขายได้รับรายได้ ค่าจ้างประจำเดือนที่เป็นธรรม เป็นผลตอบแทนจากการทำงาน ได้รับสวัสดิการ เป็นการเพิ่มสิ่งจูงใจ ส่งเสริมขวัญและกำลังใจของพนักงานขายให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับปัจจัยจูงใจในทฤษฎีสองปัจจัยของ (ธีรภัทร อุณารมณ. 2556) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน

ของพนักงาน บริษัท เอปสัน พีริซัน (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่าผลของระดับแรงจูงใจอีก 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านผลตอบแทน และ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ วลาด ไวแมน (Vlad Vaiman. 2010) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะของความต้องการเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน พบว่า สิ่งที่พนักงาน ต้องการในขณะที่ทำงานคือ การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม ความมีอิสระในการทำงาน สิ่งแวดล้อมที่ดีในการทำงาน โอกาสของความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งข้อสรุปนี้จะส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

10. การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม พนักงานขายได้รับการพัฒนา ปรับปรุงความรู้ ความสามารถ (ประภา สังข์พันธ์. 2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิผลต่อ การปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้าน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและการได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร จะส่งผลต่อประสิทธิผล ต่อการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย มากที่สุด รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านการประเมินผลและการส่งเสริม การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง, แรงจูงใจด้านความ สัมพันธ์และความร่วมมือของผู้ร่วมงาน, แรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือในสายงาน, แรงจูงใจ ด้านโอกาสในการทำงาน

การศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับข้างต้นมีผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและ เครื่องดื่ม จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็น 10 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยจูงใจ ได้แก่

1. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พนักงานขายได้ปฏิบัติงานงานที่น่าสนใจ ทำหาย มีระเบียบ แบบแผนที่ชัดเจน
2. แผนการขายและการสนับสนุนการขาย พนักงานขายทราบเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ของงาน ผลสำเร็จของงาน มีรายการส่งเสริมการขาย และได้รับสื่อการขายที่เหมาะสมในการ ปฏิบัติงาน
3. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พนักงานขายได้รับการเปลี่ยนแปลงสภาพ ของบุคคลในสถานที่ทำงาน อาทิ การได้รับเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นในองค์กร การปรับเงินเดือนและ ค่าจ้างให้สูงขึ้น รวมทั้งการมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม
4. ความสำเร็จในการทำงาน พนักงานขายต้องการได้รับความสำเร็จในงานที่ปฏิบัติ ตามความสามารถและสติปัญญาได้อย่างอิสระ และเมื่อผลงานสำเร็จ พนักงานขายจะเกิด ความรู้สึกพึงพอใจและปลอบปลื้มผลความสำเร็จของงานนั้น

ปัจจัยสำคัญ ได้แก่

5. ความมั่นคงในงาน พนักงานชายรู้สึกมีความมั่นคงกับองค์กร และความยั่งยืนในอาชีพ
6. สภาพการทำงาน พนักงานชายได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ได้รับอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำงาน
7. นโยบายการบริหารงาน สายงานมีการจัดการและการบริหารที่สอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์กร มีการผลักดันนโยบายไปสู่พนักงานชาย รวมทั้ง พนักงานชายได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน
8. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน การติดต่อระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน
9. ผลตอบแทนและสวัสดิการ พนักงานชายได้รับรายได้ ค่าจ้างประจำเดือนที่เป็นธรรม เป็นผลตอบแทนจากการทำงาน ได้รับสวัสดิการ เป็นการเพิ่มสิ่งจูงใจ ส่งเสริมขวัญและกำลังใจของพนักงานชายให้ดียิ่งขึ้น
10. การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม พนักงานชายได้รับการพัฒนา ปรับปรุงความรู้ความสามารถ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงาน

1. ความหมายของประสิทธิผล

ประสิทธิผลในการทำงาน มีความหมายที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป บางท่านให้ความหมายถึง การทำงานให้ถูกต้อง บรรลุตามผลหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ บางท่านหมายถึง การบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างสมดุล อันเป็นผลให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของประสิทธิผลในการทำงานไว้ ดังนี้

สมชาย หิรัญกิตติ (2552 : 76) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ (Effectiveness) คือ ความสามารถขององค์กรในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ซึ่งในบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงปริมาณทรัพยากรที่ใช้ในกระบวนการ เป็นการกระทำที่ถูกต้อง (Doing Things Right) โดยคำนึงถึงความสามารถบรรลุเป้าหมาย (Goals) ที่กำหนดไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2553 : 31) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพว่า หมายถึง การใช้ทรัพยากรขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ประสิทธิภาพจึงมุ่งทำให้เกิดการ “ทำสิ่งที่ ถูกต้อง (Doing the Right Things)” และประสิทธิภาพ เป็นวิธีการจัดสรรทรัพยากร เพื่อให้เกิดความ สิ้นเปลืองน้อยที่สุด โดยสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายโดยใช้ทรัพยากรต่ำสุด กล่าวคือ เป็นการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Goal) คือประสิทธิผลหรือให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้สูงสุด อาจเรียกว่า “ทำสิ่งต่างๆ ให้ถูกต้อง (Doing Things Right)”

ซูฮนิง หลิน (2556 : 8) ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลสำเร็จหรือผลที่เกิดขึ้นของงาน จากการดำเนินการให้บรรลุ วัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานตลอดจนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เฉลิม สุขเจริญ (2556 : 8) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างสมดุล คือ ประหยัดเงิน ประหยัดเวลา ใช้คนให้ เหมาะสมกับงาน ใช้วัสดุอุปกรณ์ให้คุ้มค่าด้วยวิธีการที่เหมาะสม ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ ในการทำงาน อันเป็นผลทำให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด บรรลุเป้าหมายขององค์กรซึ่งก็คือ การเกิดประสิทธิผล และประสิทธิผลจึงเป็นตัวบ่งชี้ถึงแนวทางเสริมสร้างหรือพัฒนาประสิทธิภาพ การทำงาน ประสิทธิภาพยังหมายถึง การที่แต่ละบุคคลในองค์กรเกิดความรู้สึกว่าตนเอง ได้รับความยุติธรรมในด้านต่าง ๆ ภายในองค์กร ซึ่งบุคคลเหล่านั้นก็ได้แสดงศักยภาพของตนอย่างเต็ม ความสามารถในการที่จะร่วมมือเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายความสำเร็จขององค์กรนั้นๆ

จากความหมายของประสิทธิภาพในการทำงานที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง ความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดความสมดุล ให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด และบุคลากรในองค์กรได้แสดงศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

2. ประสิทธิภาพขององค์กร

จากบทความแนวคิดแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผล (วชิรวัชร งามละม่อม. 2558 : 2) ไว้ดังนี้ เอทซีโอนี่, เอ (Etzioni, A. 1964) ให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์กรว่า หมายถึง ขนาดของความสามารถขององค์กรในการที่จะสามารถทำงานบรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่กำหนดไว้ ส่วน ไชน์ (Schein. 1970) ให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์กรว่า หมายถึง สมรรถนะ (Capacity) ขององค์กรในการที่จะอยู่รอด (Survive) ปรับตัว (Adapt) รักษา สภาพ (Maintain) และเติบโต (Grow) ไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีหน้าที่ใดต้องการให้บรรลุประสิทธิผลขององค์กรจะมีขึ้นได้ย่อมขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ว่า องค์กรสามารถทำประโยชน์จากสภาพแวดล้อมจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดอยู่เบื้องหลังควบคู่กับประสิทธิผลก็คือ ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งหมายถึงการมีสมรรถนะสูงสามารถมีระบบการทำงานที่ก่อให้เกิดผลได้สูงโดยได้ผลผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าของทรัพยากรที่ใช้ไป (ธงชัย สันติวงษ์; และชัยยศ สันติวงษ์. 2533 : 314)

กล่าวโดยสรุปแล้ว ประสิทธิภาพขององค์กร หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ควบคู่กับการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

3. ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน

จากบทความแนวคิดแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผล (วชิรวัชร งามละม่อม. 2558 : 2) ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานนั้น คือ ผลสำเร็จอันเป็นผลเนื่องมาจากการปฏิบัติงานตามโครงการ หรือแผนงานนั้นตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ หรือได้คาดหวังไว้ โดยหากนำมาศึกษาแล้วจะพบว่าประสิทธิผลนั้น หมายถึง ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นแล้วตัวเราคิดหรือวางแผนที่จะประกอบกิจการใดแล้วสามารถทำกิจการนั้นให้ สำเร็จได้ตามที่คิดหรือวางไว้ เรียกว่า การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพ แนวความคิดสมัยใหม่ในการจัดกิจการงานจะเริ่มต้นที่การตั้งจุดสำเร็จของงาน นั่นคือ ในการวางแผนงานนั้น ณ จุดเริ่มต้นของงานจะมีการตั้งเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์กันว่าผลสำเร็จที่เราต้องการนั้นคืออะไร ประสิทธิภาพ (Effectiveness) หมายถึง การที่ดำเนินโครงการหรืองานอย่างหนึ่ง อย่างใดแล้วและปรากฏว่าผลเกิดขึ้น (Outcomes) หรือผลผลิตที่เกิดขึ้น (Output) ณ ระดับหนึ่งระดับใดที่เป็นเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มีการใช้ทรัพยากร (Resources) หรือปัจจัยนำเข้า (Inputs) มากน้อยเพียงใด ถ้าใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้ามาดำเนินการในโครงการหรืองานได้น้อยที่สุด และผลที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ การดำเนินโครงการนั้นจะมีประสิทธิผลสูงสุด (ทั้งนี้โดยการเปรียบเทียบโครงการแต่ละโครงการที่สามารถดำเนินการแล้วบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดได้เหมือนกัน) ในทางตรงกันข้ามโครงการใดแม้ว่าจะสามารถดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้เหมือนกันก็ตาม แต่ใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้ามากกว่าโครงการอื่นๆ โครงการนั้นก็ไม่ใช่โครงการที่มีประสิทธิผลสูงสุด

สำหรับวิธีในการทดสอบการบริหารที่ดีก็คือ การดูความสามารถในการจัดองค์กร (Organize) และการใช้ทรัพยากรที่หาได้ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และรักษาระดับการปฏิบัติที่มีประสิทธิผลไว้ให้ได้สิ่งสำคัญในที่นี้คือ ประสิทธิภาพ หรือ Effectiveness ซึ่งในปัจจุบันมักเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าแนวความคิดเรื่องประสิทธิผล คือ ตัวการที่จะเป็นเครื่องมือตัดสินในขั้นสุดท้ายว่าการบริหารและองค์กรประสบความสำเร็จหรือไม่ เพียงใด อย่างไรก็ตาม คำว่าประสิทธิผลยังมีความแตกต่างกันอยู่ในความเข้าใจของนักวิชาการต่างสาขากัน สำหรับนักเศรษฐศาสตร์หรือนัก วิเคราะห์ทางการเงิน ประสิทธิภาพขององค์กร (Organization Effectiveness) มีความหมายอย่างเดียวกันกับผลกำไร (Profit) หรือผลประโยชน์จากการลงทุน (Return on Investment) สำหรับผู้จัดการฝ่ายผลิต ประสิทธิภาพมักหมายถึงคุณภาพหรือปริมาณของผลผลิตที่เป็นสินค้าหรือบริการ สำหรับนักวิทยาศาสตร์การวิจัยประสิทธิผลอาจถูกตีความในรูปของจำนวนสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ หรือผลผลิตใหม่ๆ ขององค์กร และสำหรับนักสังคมศาสตร์ ประสิทธิภาพมักหมายถึงความถึงคุณภาพของชีวิตการทำงาน (ภรณ์ มหามนต์. 2529) ยังมีความเห็นอีกว่า ประสิทธิภาพขององค์กรจะมีขึ้นได้ย่อมขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ว่าองค์กรสามารถทำประโยชน์จากสภาพแวดล้อมจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดที่อยู่เบื้องหลังควบคุม

กับประสิทธิผลคือความมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงการมีสมรรถนะสูงสามารถมีระบบการทำงานที่ก่อให้เกิดผลได้สูง โดยได้ผลผลิตที่มีมูลค่าของทรัพยากรที่ใช้ไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนันันท์ อีสระเหนือทรัพย์ (2554) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจของพนักงานขายอสังหาริมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนแนวทางการกำหนดนโยบายการสร้างแรงจูงใจของพนักงานตัวแทนฝ่ายขาย ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จำนวน 63 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปใช้สถิติ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้ พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในสายบริหารงานบริการตำแหน่งพนักงานขาย มีประสบการณ์ทำงาน 3-5 ปี และมีรายได้เดือนละ 15,000-25,000 บาท แรงจูงใจภายในของพนักงานขายมีในระดับมากทุกด้านทั้งด้านความสนใจพิเศษ ความต้องการและทัศนคติต่อการทำงาน ซึ่งได้แก่ ความสนใจพิเศษเกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารโครงการต่างๆ จากทางบริษัท

นฤมล แสงผล (2554) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 30-40 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 5-10 ปี อยู่ในสายงานวิชาการ และเป็นข้าราชการ บุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความรักในงาน ความสำเร็จในงาน การเป็นที่ยอมรับ และการติดต่อสัมพันธ์ และบุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความพอใจในงาน ความกระตือรือร้นในการทำงาน และความรับผิดชอบในงาน และพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสุขในการทำงานไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา สายงานที่ปฏิบัติและประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อความสุขในการทำงานแตกต่างกัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน ได้แก่ การติดต่อสัมพันธ์ ความรักในงาน ความสำเร็จในงาน การเป็นที่ยอมรับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสุขในการทำงาน

ประภา สังข์พันธ์ (2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและการได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร จะส่งผลต่อประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย มากที่สุด รองลงมา คือ แรงจูงใจด้าน

การประเมินผลและการส่งเสริม การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง, แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์และความร่วมมือของผู้ร่วมงาน, แรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือในสายงาน, แรงจูงใจด้านโอกาสในการทำงาน และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานน้อยที่สุด คือ แรงจูงใจด้านงบประมาณ การอบรม และส่วนปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้ตรวจสอบภายใน บจก. ธนาคารกรุงไทย นั่นคือ ผู้ตรวจสอบภายในขาดความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในระบบปฏิบัติงานใหม่ๆ รองลงมา คือ ผู้ตรวจรับไม่ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบตามวัตถุประสงค์และขอบเขตการตรวจ และสุดท้ายคือ เครื่องมือที่ใช้ในการเลือกสุ่มตรวจสอบรายการไม่เหมาะสม จึงไม่ทำให้ได้มาซึ่งข้อตรวจพบ ตามลำดับ

จุฑามาศ ศรีบำรุงเกียรติ (2555) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงาน และปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent Samples T-test, One-way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 30-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ระยะเวลาปฏิบัติงาน 6-10 ปี และรายได้ต่อเดือน 25,000-35,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ยังพบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากกับความคาดหวังในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐพร สันบุญ (2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานรายเดือน กรณีศึกษา บริษัท ซีเอ็มเค คอปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไว้เป็น 9 ด้าน คือ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ด้านเงินเดือนและผลประโยชน์ เกื้อกูล ด้านนโยบาย/แผนและการบริหารงาน ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านการยอมรับนับถือ และด้านความสำเร็จในการทำงาน โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากพนักงานรายเดือนจำนวน 205 คน จากพนักงานทั้งหมด 1,066 คน โดยใช้การสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า

1. พนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมในระดับปานกลาง
2. พนักงานชายและหญิง มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน
3. พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน
5. พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน

ธีรภัทร อุ่นอารมณ์ (2556) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของพนักงาน บริษัท เอปสัน ประเทศไทย จำกัด เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือพนักงานระดับปฏิบัติการของฝ่ายผลิต จำนวน 300 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามวัดระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล แบบสอบถามวัดระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่าพนักงานของบริษัทมีแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในด้านลักษณะของเวลาการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ทั้งนี้ เป็นเพราะช่วงเวลาที่บริษัทจะเปลี่ยนแปลง มีความเหมาะสมต่อทั้งระยะเวลาการทำงานต่อวัน และวิธีการดำเนินชีวิตประจำวันของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจในหัวข้อ ช่วงเวลาในการทำงานสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ส่วนผลของระดับแรงจูงใจอีก 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านผลตอบแทน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ฐนิตา บัตตานี (2546) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระเจาเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระเจาเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการสถานีวิทยุกระเจาเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน 10 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีแรงจูงใจสูงสุดด้านความสำเร็จของงาน และด้านการปกครองบังคับบัญชา และข้าราชการสถานีวิทยุกระเจาเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีเพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงานการศึกษา รายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นราย ด้านแตกต่างกัน รวม 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ฟาง หยาง (Fang Yang. 2011) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะการทำงานและแรงจูงใจส่วนบุคคล : กรณีศึกษาเชิงลึกภายในองค์กรในเมืองหนิงโบ พบว่า แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ เงินเดือน สภาพแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการ ระบบการจ่ายโบนัส นโยบายของบริษัท ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หัวหน้างานที่ดี ความปลอดภัยในการทำงาน ความรู้สึกท้าทาย ความสำเร็จของงาน และความมีอิสระ มีผลต่อการปฏิบัติงานในเชิงบวก ซึ่งเชื่อว่า ข้อค้นพบเหล่านี้ จะสามารถช่วยให้องค์กรในเมืองหนิงโบ สามารถนำข้อมูลการสร้างแรงจูงใจเหล่านี้ไปปรับใช้กับพนักงานในองค์กรได้เป็นอย่างดี

วลาด ไวแมน (Vlad Vaiman. 2010) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ลักษณะของความต้องการเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน พบว่า สิ่งที่พนักงานต้องการในขณะทำงานคือ การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม ความมีอิสระในการทำงาน สิ่งแวดล้อมที่ดีในการทำงาน โอกาสของความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งข้อสรุปนี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน



TNI

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ครั้งนี้เพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานใดบ้างที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยมีเนื้อหาสาระในการดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้

1. แบบของการศึกษา
2. ประชากรและกลุ่มประชากรตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบของการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่พนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 642 คน แบ่งออกเป็นพนักงานขายเครดิต 131 คน และ พนักงานขายเงินสด 511 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 เมษายน 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นพนักงานขาย สำหรับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับว่าสามารถเป็นตัวแทนประชากรทั้งหมดได้ คำนวณด้วยวิธีการของ คอชเรน (Cochran. 1977 : 78) ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 p = สัดส่วนลักษณะที่สนใจในประชากร
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
 Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ

ผู้วิจัยแทนค่าสูตร ดังนี้ :

p = สัดส่วนลักษณะที่สนใจในประชากร แทนค่าด้วย 0.50

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ แทนค่าด้วย 0.05

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แทนค่า

ด้วย 1.96

$$N = \frac{(0.50)(1 - 0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$N = 384.16 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้ จำนวน 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละได้ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับทั้งสิ้น 417 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามเพื่อไว้สำหรับแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมามีความไม่สมบูรณ์ ถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนในการจัดทำ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแรงจูงใจ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นเพื่อการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งลักษณะแบบสอบถามจะมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเลือกตอบเพียง

คำตอบเดียว ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย รายได้ต่อเดือน พื้นที่ปฏิบัติงาน และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้มาตราส่วนแบบไลเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งแต่ละคำถามจะมีตัวเลือกแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประเมินการปฏิบัติงานของตนเองว่า มีประสิทธิผลอยู่ในระดับมากน้อยเพียงใด เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว การให้คะแนนเรียงลำดับตามความคิดเห็นของผู้ตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

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

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สามารถแปลงค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ใช้เกณฑ์ในการประเมิน โดยสูตรการคำนวณหาช่วงความกว้างของชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2550) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

แทนค่าในสูตร

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ดังนั้น จึงได้กำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจได้ดังนี้

โดยค่าเฉลี่ย

ระดับค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.0	หมายถึง	มีแรงจูงใจ/ประสิทธิผลมากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีแรงจูงใจ/ประสิทธิผลมาก
ระดับค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีแรงจูงใจ/ประสิทธิผลปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีแรงจูงใจ/ประสิทธิผลน้อย
ระดับค่าเฉลี่ย	1.0 – 1.80	หมายถึง	มีแรงจูงใจ/ประสิทธิผลน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การหาค่าความเที่ยงตรงด้วยการประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) และการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach, 1990 : 161)

1. การหาค่าความเที่ยงตรง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทำการประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) ซึ่งเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปใช้กับประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เพื่อตรวจสอบ แก้ไข และปรับปรุงให้แบบสอบถามมีความชัดเจน ถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหา (Content Validity) ระหว่างข้อคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้หรือไม่ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาลงความคิดเห็นและให้คะแนน ดังนี้

- +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
- 1 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

สูตรการคำนวณเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

R คือ คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ละท่าน
 $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน
 N คือ จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

จากสูตรคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) สามารถแบ่งระดับค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ดังนี้

ค่าดัชนี IOC 0.67 – 1.00	นำไปใช้ได้
ค่าดัชนี IOC 0.33	ควรปรับปรุง
ค่าดัชนี IOC 0.00 – ติดลบ	ควรตัดทิ้ง

ทั้งนี้ผลจากการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิได้คะแนน IOC 0.94 คะแนน สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการวิจัยได้

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาทำการประเมินหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach 1990 : 161) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) กำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือได้ของสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ทั้งนี้ผลจากการประเมินค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach 1990 : 161) ให้ค่าความน่าเชื่อถือได้ของสัมประสิทธิ์แอลฟาเป็น 0.924 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

หลังจากที่ได้ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้างนี้ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การจัดทำแบบสอบถามได้ดำเนินการขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ให้พิจารณาตรวจสอบความเหมาะสม ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล เพื่อใช้ในการประกอบการจัดทำแบบสอบถามไปยังประชากร เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ พนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นขอบเขต เนื้อหา และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. จัดทำบันทึกภายในถึงบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากร และเพื่อการศึกษาสารนิพนธ์
4. ผู้ศึกษาทำการส่งแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มประชากร โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเองทั้งหมด
5. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่สมบูรณ์ จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงปริมาณ นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ สรุป หรือบรรยายคุณลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย รายได้ต่อเดือน พื้นที่ปฏิบัติงาน และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งค่าสถิติที่ได้ แบ่งออกเป็น การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency)

เมื่อ f แทน ความถี่

1.2 ค่าร้อยละ (Percentage)

สูตรการคำนวณหาค่าร้อยละ

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ p แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean)

สูตรการคำนวณหาค่าเฉลี่ย

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สูตรการคำนวณหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{n - (n - 1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนรวมของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x$ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมติฐานข้อที่ 1 : ปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ Independent Sample T-test ในกรณีความแปรปรวนของข้อมูลใช้สถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 00.05

สมมติฐานข้อที่ 2 : ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ แผนการขายและการสนับสนุนการขาย ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความสำเร็จในการทำงาน ความมั่นคงในงาน สภาพการทำงาน นโยบายการบริหารงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ผลตอบแทนและสวัสดิการ และการได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ตัวแปรเกณฑ์ด้วยกลุ่มของตัวแปรพยากรณ์

สูตรการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

$$Y_i = b_{YX}X_i + a_{YX}$$

เมื่อ Y แทน ตัวแปรเกณฑ์

X แทน ตัวแปรทำนาย

b_{YX} แทน สัมประสิทธิ์การถดถอยสำหรับ ที่ถูกทำนายด้วย หรือความชันของเส้นถดถอย

a_{YX} แทน ค่าคงที่หรือจุดตัดของเส้นถดถอย

ค่าความชันจะอ้างอิงในทางใดทางหนึ่ง ดังนี้

1. ค่าการทำนายของตัวแปร Y เมื่อ X เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย
2. อิทธิพลของ X ต่อ Y
3. สัมประสิทธิ์การถดถอยของคะแนนดิบ

ค่าจุดตัดจะอ้างอิงในทางใดทางหนึ่ง ดังนี้

1. จุดที่เส้นถดถอยตัดกับแกน
2. ค่าของ Y เมื่อ X เป็น 0
3. ค่าเฉลี่ยของ Y เมื่อ X เป็น 0

บทที่ 4

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ทั้งหมด 417 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่วิเคราะห์จากการเก็บแบบสอบถามในครั้งนี้ ทำการตรวจเช็คความถูกต้องก่อนที่จะนำมาวิเคราะห์ผล เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ผลและแปลความหมายที่ถูกต้อง ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
Mean	แทน	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ
Sig.	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่คำนวณได้
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Y	แทน	ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน
X ₁	แทน	ปัจจัยค่าจูน
X ₂	แทน	ปัจจัยจูงใจ
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	แทน	ประสิทธิภาพในการทำนาย
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบที
Adjusted R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้
S.E.	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการทำนาย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน 417 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์

จากการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย รายได้ต่อเดือน พื้นที่ปฏิบัติงาน และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 1 - 7

ตารางที่ 1 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 22 ปี	2	0.5
อายุ 22-30 ปี	177	42.4
อายุ 31-40 ปี	234	56.1
อายุ 41-50 ปี	4	1.0
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า พนักงานขายมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา มีอายุระหว่าง 22-30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 พนักงานขายมีอายุ

ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ และน้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 22 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	6.0
ปริญญาตรี	386	92.6
ปริญญาโท	6	1.4
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พนักงานขายมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 3 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	270	64.7
โสด	143	34.3
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	4	1.0
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า พนักงานขายมีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามประเภทพนักงานขาย

ประเภทพนักงานขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานขายเงินสด	350	83.9
พนักงานขายเครดิต	67	16.1
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามประเภทพนักงานขาย พบว่า พนักงานขายเป็นพนักงานขายเงินสดมากที่สุด จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 และน้อยที่สุดเป็นพนักงานขายเครดิต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท	60	14.4
18,001-25,000 บาท	253	60.7
25,001-32,000 บาท	74	17.7
32,001-39,000 บาท	15	3.6
39,001 บาท ขึ้นไป	15	3.6
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน 3 อันดับแรก พบว่า พนักงานขายมีรายได้ต่อเดือน 18,001-25,000 บาท มากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 25,001-32,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4

ตารางที่ 6 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน

พื้นที่ปฏิบัติงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	169	40.5
เขตอีสานเหนือ	34	8.2
เขตอีสานใต้	52	12.5
เขตเหนือบน	8	1.9
เขตเหนือล่าง	25	6.0
เขตกลางบน	17	4.1
เขตตะวันออก	36	8.6
เขตกลางล่าง	22	5.3
เขตใต้บน	23	5.5
เขตใต้ล่าง	31	7.4
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน 3 อันดับแรก พบว่า พนักงานขายมีพื้นที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง มากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา เขตอีสานใต้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และเขตอีสานเหนือ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ตารางที่ 7 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย จำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	52	12.5
1 ปีขึ้นไป - 3 ปี	139	33.3
3 ปีขึ้นไป - 5 ปี	194	46.5
5 ปีขึ้นไป - 10 ปี	32	7.7
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขายเมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท พบว่า พนักงานขายมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทระหว่าง 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี มากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมา มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทระหว่าง 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 พนักงานขายมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ และน้อยที่สุดมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทระหว่าง 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ในด้านความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านแผนการขาย และการสนับสนุนการขาย ด้านนโยบายการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสำเร็จในการทำงาน และด้านการได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม และในภาพรวม โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 8 - 18

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในภาพรวม

ปัจจัยแรงจูงใจ	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
ปัจจัยจูงใจ			
ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	3.97	0.41	มาก
แผนการขายและการสนับสนุนการขาย	3.97	0.41	มาก
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.86	0.51	มาก
ความสำเร็จในการทำงาน	3.81	0.51	มาก
ปัจจัยค้ำจุน			
ความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงาน	4.09	0.55	มาก
สภาพการทำงาน	3.97	0.41	มาก
นโยบายการบริหารงาน	3.80	0.50	มาก
ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	4.09	0.56	มาก
ผลตอบแทนและสวัสดิการ	3.74	0.47	มาก
การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม	3.81	0.51	มาก
ภาพรวมของปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	3.89	0.35	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความมั่นคงในงานและด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.09 (S.D. = 0.55, 0.56) เท่ากัน รองลงมา คือ ด้านสภาพการทำงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และด้านแผนการขายและการสนับสนุนการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D. = 0.41) และรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผลตอบแทนและสวัสดิการ ค่าเฉลี่ย 3.74 (S.D. = 0.47)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความมั่นคงในงาน

ความมั่นคงในงาน	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท	4.00	0.74	มาก
2. ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน	4.24	0.67	มากที่สุด
3. บริษัทมีโอกาสดำเนินโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี	4.04	0.67	มาก
รวม	4.09	0.55	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า พนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความมั่นคงในงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.24 รองลงมา คือ บริษัทมีโอกาสดำเนินโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.67) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท มีค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.74)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสภาพการทำงาน

สภาพการทำงาน	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน	3.92	0.72	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำงานมีความเพียงพอ	3.82	0.67	มาก
3. ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน	3.78	0.69	มาก
4. สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน	3.94	0.70	มาก
รวม	3.97	0.41	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า พนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านสภาพการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.94 (S.D. = 0.70) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.92 (S.D. = 0.72) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.69)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ

ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย	4.09	0.65	มาก
2. ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม	3.90	0.63	มาก
3. งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน	3.93	0.66	มาก
รวม	3.97	0.41	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.09 (S.D. = 0.65) รองลงมา คือ งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D. = 0.66) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.63)

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านแผนการขายและการสนับสนุนการขาย

แผนการขายและการสนับสนุนการขาย	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการขาย ของฟรีเยี่ยมส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์	3.96	0.69	มาก
2. ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง	4.25	0.58	มากที่สุด
3. รายการส่งเสริมการขายสามารถช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	3.92	0.73	มาก
4. ท่านได้รับของของฟรีเยี่ยมส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน	3.78	0.70	มาก
รวม	3.97	0.41	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านแผนการขายและการสนับสนุนการขายในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.25 (S.D. = 0.58) รองลงมา คือ ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการขายของฟรีเยี่ยมส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.69) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับของของฟรีเยี่ยมส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.70)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านนโยบายการบริหารงาน

นโยบายการบริหารงาน	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. การกำหนดแผนงานของสายงานมีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติงานได้	3.77	0.66	มาก
2. การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน	3.73	0.66	มาก
3. ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้	3.92	0.68	มาก
4. ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน	3.78	0.69	มาก
รวม	3.80	0.50	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านนโยบายการบริหารงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 (S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 3.92 (S.D. = 0.68) รองลงมา คือ ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 (S.D. = 0.69) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D. = 0.66)

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน	พนักงานขาย		ระดับ ความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. ท่านได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา	4.07	0.73	มาก
2. ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน	4.02	0.74	มาก
3. ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์	4.16	0.69	มาก
4. เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ	4.13	0.70	มาก
รวม	4.09	0.56	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.16 (S.D. = 0.69) รองลงมา คือ เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.70) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.02 (S.D. = 0.74)

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น	3.75	0.70	มาก
2. สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น	3.84	0.70	มาก
3. ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ	4.00	0.65	มาก
รวม	3.86	0.51	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่าพนักงานขายมีในแรงจูงใจการปฏิบัติงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ 4.00 (S.D. = 0.65) รองลงมา คือ สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.84 (S.D. = 0.70) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.75 (S.D. = 0.70)

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ

ผลตอบแทนและสวัสดิการ	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีความเหมาะสม	3.82	0.69	มาก
2. ท่านอยากเปลี่ยนงานใหม่ ถ้าท่านได้อยู่ในตำแหน่งอื่นที่เทียบเคียงกับตำแหน่งในปัจจุบัน	3.75	0.75	มาก
3. ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ	3.64	0.64	มาก
4. ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดเป้าหมายการขายรวมถึงเงินจูงใจ	3.76	0.70	มาก
รวม	3.74	0.47	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 (S.D. = 0.47) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.82 (S.D. = 0.69) รองลงมา คือ ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดเป้าหมายการขายรวมถึงเงินจูงใจ มีค่าเฉลี่ย 3.76 (S.D. = 0.70) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.64 (S.D. = 0.64)

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านความสำเร็จในการทำงาน

ความสำเร็จในการทำงาน	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. ท่านสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย	3.66	0.64	มาก
2. ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆเพิ่มเติมได้สำเร็จ	3.87	0.61	มาก
3. ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น	4.00	0.68	มาก
4. ท่านได้รับการยกย่องชมเชยในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา	3.61	0.67	มาก
รวม	3.81	0.51	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 (S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.00 (S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ เพิ่มเติมได้สำเร็จ มีค่าเฉลี่ย 3.87 (S.D. = 0.61) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับการยกย่องชมเชยในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ย 3.61 (S.D. = 0.67)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม

การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม	พนักงานขาย		ระดับความคิดเห็น
	Mean	S.D.	
1. งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ	3.93	0.68	มาก
2. ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน	3.71	0.66	มาก
3. ที่หลักสูตรที่ท่านได้เข้ารับการอบรมในปีที่ผ่านมา มีประโยชน์ในการทำงานของท่าน	3.77	0.67	มาก
4. ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน	3.85	0.66	มาก
รวม	3.81	0.51	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการพัฒนาและฝึกอบรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 (S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.93 (S.D. = 0.68) รองลงมา คือ ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D. = 0.66) และรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.71 (S.D. = 0.66)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของประสิทธิผลของพนักงานขาย

การศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของประสิทธิผลของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งหมด 417 ราย

ตารางที่ 19 จำนวนและค่าร้อยละของประสิทธิผลของพนักงานขาย ในภาพรวม

ภาพรวมของประสิทธิผล ของพนักงานขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปานกลาง	135	32.4
มาก	241	57.8
มากที่สุด	41	9.8
รวม	417	100.0

จากตารางที่ 19 แสดงข้อมูลการประเมินภาพรวมของประสิทธิผลของพนักงานขาย โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความคิดเห็นโดยรวมในเรื่องประสิทธิผลของพนักงานขาย อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.8

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวมของประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ประสิทธิผลของพนักงานขาย	พนักงานขาย		ระดับ
	Mean	S.D.	ความคิดเห็น
โดยรวมแล้ว ท่านประเมินประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของท่าน อยู่ในระดับใด	3.77	0.61	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่าพนักงานขายมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมของประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย อยู่ในระดับมาก สามารถประเมินผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ของประสิทธิผลของพนักงานขายได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ที่ 0.61

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

อายุ	SS	df	Mean	F	Sig.
Between Groups	6.541	3	2.180	1.305	.272
Within Groups	690.239	413	1.671		
Total	696.781	416			

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.272 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์ก ในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	SS	df	Mean	F	Sig.
Between Groups	5.751	2	2.875	1.723	.180
Within Groups	691.030	414	1.669		
Total	696.781	416			

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.180 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สมมติฐานข้อที่ 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	SS	df	Mean	F	Sig.
Between Groups	2.651	2	1.326	0.791	.454
Within Groups	694.129	414	1.677		
Total	696.781	416			

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์	t	df	Sig.	Mean
ประเภทพนักงานขาย	64.464	416	.000	1.16067

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์ประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way T-Test เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่าประเภทพนักงานขายที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สมมติฐานข้อที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	SS	df	Mean	F	Sig.
Between Groups	7.542	4	1.886	1.127	.343
Within Groups	689.238	412	1.673		
Total	696.781	416			

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.343 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบอร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.6 พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์ก ในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

พื้นที่ปฏิบัติงาน	SS	df	Mean	F	Sig.
Between Groups	33.330	9	3.703	2.272	.017
Within Groups	663.451	407	1.630		
Total	696.781	416			

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.017 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ปฏิบัติงาน ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ของปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน

พื้นที่ปฏิบัติงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	เขตอีสานเหนือ	-.56636	.23998	.019	-1.0381	-.0946
	เขตอีสานใต้	-.53299	.20247	.009	-.9310	-.1350
	เขตเหนือบน	-.13107	.46196	.777	-1.0392	.7771
	เขตเหนือล่าง	-.20907	.27359	.445	-.7469	.3288
	เขตกลางบน	-.36342	.32486	.264	-1.0020	.2752
	เขตตะวันออก	-.23384	.23436	.319	-.6946	.2269
	เขตกลางล่าง	-.75834	.28938	.009	-1.3272	-.1895
	เขตใต้บน	-.58976	.28376	.038	-1.1476	-.0319
	เขตใต้ล่าง	-.72945	.24946	.004	-1.2198	-.2391
เขตอีสานเหนือ	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.56636	.23998	.019	.0946	1.0381
	เขตอีสานใต้	.03337	.28159	.906	-.5202	.5869
	เขตเหนือบน	.43529	.50170	.386	-.5510	1.4215
	เขตเหนือล่าง	.35729	.33638	.289	-.3040	1.0185
	เขตกลางบน	.20294	.37925	.593	-.5426	.9485
	เขตตะวันออก	.33252	.30533	.277	-.2677	.9327
	เขตกลางล่าง	-.19198	.34934	.583	-.8787	.4948
	เขตใต้บน	-.02340	.34470	.946	-.7010	.6542
	เขตใต้ล่าง	-.16309	.31706	.607	-.7864	.4602

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ของปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน (ต่อ)

พื้นที่ปฏิบัติงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เขตอีสานใต้	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.53299	.20247	.009	.1350	.9310
	เขตอีสานเหนือ	-.03337	.28159	.906	-.5869	.5202
	เขตเหนือปน	.40192	.48488	.408	-.5513	1.3551
	เขตเหนือล่าง	.32392	.31073	.298	-.2869	.9348
	เขตกลางบน	.16957	.35670	.635	-.5316	.8708
	เขตตะวันออก	.29915	.27682	.280	-.2450	.8433
	เขตกลางล่าง	-.22535	.32472	.488	-.8637	.4130
	เขตใต้บน	-.05677	.31972	.859	-.6853	.5717
	เขตใต้ล่าง	-.19646	.28971	.498	-.7660	.3731
เขตเหนือปน	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.13107	.46196	.777	-.7771	1.0392
	เขตอีสานเหนือ	-.43529	.50170	.386	-1.4215	.5510
	เขตอีสานใต้	-.40192	.48488	.408	-1.3551	.5513
	เขตเหนือล่าง	-.07800	.51862	.881	-1.0975	.9415
	เขตกลางบน	-.23235	.54740	.671	-1.3084	.8437
	เขตตะวันออก	-.10278	.49904	.837	-1.0838	.8782
	เขตกลางล่าง	-.62727	.52712	.235	-1.6635	.4089
	เขตใต้บน	-.45870	.52406	.382	-1.4889	.5715
	เขตใต้ล่าง	-.59839	.50631	.238	-1.5937	.3969

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ของปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน (ต่อ)

พื้นที่ปฏิบัติงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เขตเหนือล่าง	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.20907	.27359	.445	-.3288	.7469
	เขตอีสานเหนือ	-.35729	.33638	.289	-1.0185	.3040
	เขตอีสานใต้	-.32392	.31073	.298	-.9348	.2869
	เขตเหนือบน	.07800	.51862	.881	-.9415	1.0975
	เขตกลางบน	-.15435	.40136	.701	-.9434	.6347
	เขตตะวันออก	-.02478	.33239	.941	-.6782	.6286
	เขตกลางล่าง	-.54927	.37323	.142	-1.2830	.1844
	เขตใต้บน	-.38070	.36889	.303	-1.1059	.3445
	เขตใต้ล่าง	-.52039	.34320	.130	-1.1951	.1543
เขตกลางบน	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.36342	.32486	.264	-.2752	1.0020
	เขตอีสานเหนือ	-.20294	.37925	.593	-.9485	.5426
	เขตอีสานใต้	-.16957	.35670	.635	-.8708	.5316
	เขตเหนือบน	.23235	.54740	.671	-.8437	1.3084
	เขตเหนือล่าง	.15435	.40136	.701	-.6347	.9434
	เขตตะวันออก	.12958	.37572	.730	-.6090	.8682
	เขตกลางล่าง	-.39492	.41229	.339	-1.2054	.4156
	เขตใต้บน	-.22634	.40837	.580	-1.0291	.5764
	เขตใต้ล่าง	-.36603	.38532	.343	-1.1235	.3914

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ของปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน (ต่อ)

พื้นที่ปฏิบัติงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เขตตะวันออก	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.23384	.23436	.319	-.2269	.6946
	เขตอีสานเหนือ	-.33252	.30533	.277	-.9327	.2677
	เขตอีสานใต้	-.29915	.27682	.280	-.8433	.2450
	เขตเหนือบน	.10278	.49904	.837	-.8782	1.0838
	เขตเหนือล่าง	.02478	.33239	.941	-.6286	.6782
	เขตกลางบน	-.12958	.37572	.730	-.8682	.6090
	เขตกลางล่าง	-.52449	.34551	.130	-1.2037	.1547
	เขตใต้บน	-.35592	.34081	.297	-1.0259	.3141
	เขตใต้ล่าง	-.49561	.31283	.114	-1.1106	.1194
เขตกลางล่าง	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.75834	.28938	.009	.1895	1.3272
	เขตอีสานเหนือ	.19198	.34934	.583	-.4948	.8787
	เขตอีสานใต้	.22535	.32472	.488	-.4130	.8637
	เขตเหนือบน	.62727	.52712	.235	-.4089	1.6635
	เขตเหนือล่าง	.54927	.37323	.142	-.1844	1.2830
	เขตกลางบน	.39492	.41229	.339	-.4156	1.2054
	เขตตะวันออก	.52449	.34551	.130	-.1547	1.2037
	เขตใต้บน	.16858	.38075	.658	-.5799	.9171
	เขตใต้ล่าง	.02889	.35592	.935	-.6708	.7286

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายพื้นที่ของปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตามพื้นที่ปฏิบัติงาน (ต่อ)

พื้นที่ปฏิบัติงาน		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
เขตใต้บน	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.58976	.28376	.038	.0319	1.1476
	เขตอีสานเหนือ	.02340	.34470	.946	-.6542	.7010
	เขตอีสานใต้	.05677	.31972	.859	-.5717	.6853
	เขตเหนือบน	.45870	.52406	.382	-.5715	1.4889
	เขตเหนือล่าง	.38070	.36889	.303	-.3445	1.1059
	เขตกลางบน	.22634	.40837	.580	-.5764	1.0291
	เขตตะวันออก	.35592	.34081	.297	-.3141	1.0259
	เขตกลางล่าง	-.16858	.38075	.658	-.9171	.5799
	เขตใต้ล่าง	-.13969	.35137	.691	-.8304	.5510
เขตใต้ล่าง	เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง	.72945	.24946	.004	.2391	1.2198
	เขตอีสานเหนือ	.16309	.31706	.607	-.4602	.7864
	เขตอีสานใต้	.19646	.28971	.498	-.3731	.7660
	เขตเหนือบน	.59839	.50631	.238	-.3969	1.5937
	เขตเหนือล่าง	.52039	.34320	.130	-.1543	1.1951
	เขตกลางบน	.36603	.38532	.343	-.3914	1.1235
	เขตตะวันออก	.49561	.31283	.114	-.1194	1.1106
	เขตกลางล่าง	-.02889	.35592	.935	-.7286	.6708
	เขตใต้บน	.13969	.35137	.691	-.5510	.8304

จากตารางที่ 27 เมื่อได้ทำการทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบพื้นที่ปฏิบัติงานด้วย Multiple Comparisons พบว่ามีพื้นที่การปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน ระหว่างเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง และเขตอีสานเหนือ โดยเขตอีสานเหนือมีค่าเฉลี่ยของประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายสูงกว่าเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง, ระหว่างเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง และเขตอีสานใต้ โดยเขต

อีสานใต้ มีค่าเฉลี่ยของ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายสูงกว่าเขต กรุงเทพฯ และชานเมือง, ระหว่างเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง และเขตกลางล่าง โดย เขตกลางล่างมีค่าเฉลี่ยของ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายสูงกว่าเขต กรุงเทพฯ และชานเมือง, ระหว่างเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง และเขตใต้บน โดยเขตใต้บนมีค่าเฉลี่ยของ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายสูงกว่าเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกันส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายแตกต่างกัน

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน

ระยะเวลา ที่ปฏิบัติงานในบริษัท	SS	df	Mean	F	Sig.
Between Groups	6.496	3	2.165	1.296	.275
Within Groups	690.285	413	1.671		
Total	696.781	416			

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ One-way ANOVA เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.275 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยประชากรศาสตร์	2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์ก ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
อายุ	-
ระดับการศึกษา	-
สถานภาพสมรส	-
รายได้ต่อเดือน	-
ประเภทพนักงานขาย	✓
พื้นที่ปฏิบัติงาน	✓
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท	-

หมายเหตุ : ✓ คือ มีผลกับ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ ไม่มีผลกับ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูง ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยจูงใจ (X1) และปัจจัยค่าจูง (X2) ที่สามารถทำนายปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (Y)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (Y)			
	B	Beta	t	Sig.
Constant	0.572		1.921	0.055
ปัจจัยจูงใจ (X1)	-0.009	-0.021	- 0.314	0.754
ปัจจัยค่าจูง (X2)	0.245	0.501	7.350	0.000
$R = 0.485$, $R^2 = 0.235$, Adjust $R^2 = 0.231$, S.E. = 0.535, F = 63.518				

จากตารางที่ 30 แสดงถึงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยจูงใจ (X1) และปัจจัยค่าจูง (X2) ที่สามารถทำนายปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย (Y) เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า ปัจจัยค่าจูง ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และสมการที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่เข้ากับสมการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถเขียนสมการการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน = $0.572 + 0.245$ (ปัจจัยค่าจูน)

สมมติฐานข้อที่ 3 2 ปัจจัยแรงของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานรายด้าน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ตารางที่ 31 ผลความสัมพันธ์ของ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานที่สามารถทำนายปัจจัย ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์ก	ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน			
	B	Beta	t	Sig.
Constant	.657		2.218	.034
ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	.023	.052	.920	.358
แผนการขายและการสนับสนุนการขาย	.054	.146	2.700	.007**
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	.035	.089	1.558	.120
ความสำเร็จในการทำงาน	.108	.341	5.933	.000**
ความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงาน	.018	.048	.904	.366
สภาพการทำงาน	.003	.012	.204	.839
นโยบายการบริหารงาน	.003	.011	.177	.860
ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	.000	.000	.008	.993
ผลตอบแทนและสวัสดิการ	-.017	-.052	-.958	.339
การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม	-.008	-.027	-.453	.650
$R = 0.507, R^2 = 0.257, \text{Adjust } R^2 = 0.238, \text{S.E.} = 0.532, F = 14.010$				

หมายเหตุ : ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ $P < 0.05$

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ของ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานรายด้าน ที่สามารถทำนายปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า แผนการขายและการสนับสนุนการขาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 และความสำเร็จในการทำงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย สามารถเขียนสมการการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน = $0.657 + 0.054$ (แผนการขายและการสนับสนุนการขาย) + 0.108 (ความสำเร็จในการทำงาน)

ตารางที่ 32 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานระหว่าง 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานรายด้าน กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์ก ในการปฏิบัติงานรายด้าน	ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของ พนักงานขาย
ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	-
แผนการขายและการสนับสนุนการขาย	✓
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	-
ความสำเร็จในการทำงาน	✓
ความมั่นคงในงาน	-
สภาพการทำงาน	-
นโยบายการบริหารงาน	-
ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	-
ผลตอบแทนและสวัสดิการ	-
การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม	-

หมายเหตุ : ✓ คือ มีผลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ ไม่มีผลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 417 คน ผู้ศึกษาได้รับการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 5 เป็นข้อคำถามปลายเปิด มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั้งสิ้น 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ผู้ศึกษาได้รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
ความมั่นคงในงาน	- อยากเห็นความเป็นครอบครัวเพื่อความยั่งยืนและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และขอขอบคุณที่ให้โอกาสได้เข้ามาร่วมงานและทุกๆ อย่างที่บริษัทได้ทำให้ - ทุกอย่างกำลังดีขึ้น ดูนวัตกรรมในอนาคตดีครับ
สภาพการทำงาน	- ต้องการให้แต่ละฝ่ายงานเกิดการทำงานร่วมกัน มีการพูดคุยร่วมกันในส่วนของการขาย การตลาดและส่วนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับยอดขาย ก่อนการนำเสนอขายไปยังลูกค้า เพื่อลดความสับสน ความซ้ำซ้อนในการขายแต่ละช่องทางในพื้นที่เดียวกัน - มีหยุดวันเสาร์วันเสาร์เพิ่มให้พนักงานได้พักผ่อน - ระบบงานของบริษัทถือว่าล่าช้า, ไม่ชัดเจน และไม่เป็นมืออาชีพ เมื่อเทียบกับบริษัทอื่นๆ ที่ทำธุรกิจในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารต้องผ่านหลายชั้นหลายขั้นตอน ทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน - Tablet ของพนักงานขายคุณภาพไม่ดี เป็นอุปสรรคในการขาย และระบบไอทีควรที่จะแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายได้ - ความสุขในการทำงานจะช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานขาย และทำให้พนักงานขายมีความพึงพอใจในการทำงานกับองค์กร
ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	- แรงจูงใจที่ดี ควรพิจารณาจาก ยอดขาย ตั้งแต่ขั้นต้น ถ้าหากต้องการเป้าหมายเติบโต อย่างก้าวกระโดด แต่ไม่มีแรงจูงใจในการทำงานหรือรายได้ตอบแทน จะส่งผลต่อการทำงานของพนักงาน หนึ่ง การจัดสรร พื้นที่ขาย บางครั้ง ควรสำรวจ จากพื้นที่จริง ไม่ใช่ดูจากความหนาแน่นประชากรของพื้นที่นั้นๆ สุดท้ายขายของเท่าเดิม แต่แรงจูงใจ (รายได้) ลดลง คงหมดกำลังใจ กับการทำงาน - งานไม่ค่อยเป็นงาน โดนก้าวก่ายมากไป ขาดอิสระและแนวทางกะดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ - การที่ให้พนักงานย้ายจังหวัดบ่อยๆ และไม่ให้อยู่ในภูมิภาคไหน ทำให้ลูกค้าสับสนเนื่องจากเปลี่ยนพนักงานบ่อยและพนักงานเองไม่มีความสุขในการทำงาน

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
แผนการขายและการสนับสนุนการขาย	- ควรแจ้งเป้าหมายต่างๆ ให้พนักงานได้ทราบล่วงหน้า เพื่อให้เกิดการวางแผนและเป็นแรงกระตุ้นในการทำงาน ไม่รอการแจ้งจากผู้บังคับบัญชาเพียงทางเดียว และเพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบและเป็นแรงจูงใจเพื่อให้พนักงานขายมีแรงผลักดันสินค้า
แผนการขายและการสนับสนุนการขาย	- ระบบการวางแผนการขาย รายการโปรโมชั่นควรศึกษาข้อมูลจากพื้นที่ตลาดจริง และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากพนักงานขาย ก่อนออกรายการโปรโมชั่นและในสินค้าแต่ละรายการมีหน้าขายที่แตกต่างกัน ควรออกแบบโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับสินค้า
	- อยากให้มีสินค้าขายอย่างสม่ำเสมอ ไม่ควรให้เกิดการขาดสต็อกของสินค้าขายดี มีการแลกเปลี่ยนสินค้าที่เหมาะสมเพื่อไม่ทำให้เสียโอกาสในการขาย บางครั้ง ทางหัวหน้าหน่วยได้จัดการแลกเปลี่ยนสินค้าไป แต่ไม่มีสินค้าที่แลกเปลี่ยนมา อาทิ สินค้าที่สร้างยอดขายได้เยอะ และถ้ามีสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ย่อมทำให้การซื้อที่เพิ่มขึ้น เพราะเป็นที่ต้องการของตลาด
	- เมื่อมี สินค้าใหม่ๆ มา ควรมีการตลาด มากกว่านี้ ให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าให้มากกว่านี้
	- โปรโมชั่นปรับเปลี่ยนบ่อยไม่มีความแน่นอน ร้านค้าขาดความเชื่อมั่น, โปรโมชั่นรายการส่งเสริมการขายบางพื้นที่ บางรายการเทียบกับคู่แข่งไม่ได้ รายการของคู่แข่งใช้ปริมาณในการสั่งซื้อมากกว่าเกือบเท่าตัว ทำให้คู่แข่งแย่งพื้นที่ในร้านค้าได้ดีกว่า เกิดปัญหาทำให้ลูกค้าไม่ซื้อสินค้าต่อเนื่องซื้อบางไม่ซื้อบางของแพงก็ขายอย่างอื่นที่ถูกกว่าแทนได้ไม่จำเป็นต้องยึดติด
	- ของพรีเมียมช่วยการขายให้ดีขึ้น ต้องเพียงพอหรือมากกว่านี้ มีของสมนาคุณส่งมาให้ลูกค้าเรื่อยๆ เพื่อเป็นการตอบแทนลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกดี และมีผลต่อการสั่งซื้อของลูกค้าในอนาคตอีกด้วย

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
	- การทำธุรกิจไม่คำนึงถึง "ค่านิยมในตลาด" ไม่คำนึงถึงลูกค้าหรือคู่ค้า เช่น การไม่มีนโยบายปรับเปลี่ยนของเสีย หมาดอายุ ของแตก เสียหาย การคิดรายการส่งเสริมการขายที่ไม่สอดคล้องกับสภาพตลาด ไม่สมเหตุสมผล ส่งผลให้ความน่าเชื่อถือขององค์กรลดลงขึ้นทุกวัน พนักงานขายแบกหน้ารับผิดชอบเองบ้าง ถ้ามีใจอยากจะปกป้องศักดิ์ศรีขององค์กรและต้องการจะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า แต่ทว่า ระบบการจัดการก็ยังไม่มีการพัฒนาไปในทางที่ดีเท่าที่ควรจะเป็น ทั้งๆ ที่ทุกคนรู้และรับทราบปัญหาที่เป็นอยู่ แต่ว่า..ได้แต่ปล่อยวาง, ทำใจและรอเวลาให้เป็นไปตามกลไกของระบบบริหาร ไม่กล้านำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์หรือความคิดสร้างสรรค์มากนัก เพราะเกรงว่าจะตกเป็นเป้าสายตา หากความคิดนั้นไม่ถูกใจ ผู้หลักผู้ใหญ่หรือผู้มีอำนาจ ดังนั้นการทำงานในภาพรวมจึงเป็นแบบทำตามคำสั่งที่ได้ถูกป้อนข้อมูลมาเป็นหลัก คนส่วนใหญ่ทำงานไปวันๆ รอกระแสว่าจะพัดพาไปทางไหน ก็ไปตามนั้น KPI ที่ใช้วัดพนักงานขาย ก็ไม่สามารถชี้วัดความสามารถของพนักงานขายได้จริง การสนับสนุนจากสายงานเพื่อให้เกิดการสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้นในแต่ละพื้นที่ไม่มีความจริงจัง ดูได้จากรายการส่งเสริมการขายของบริษัท DKSH ที่รับจ้างขายสินค้าให้เรา รายการดีกว่าของเราซึ่งเป็นบริษัทเจ้าของสินค้า ยังไม่รวมถึงสินค้าอื่นๆ ที่เรารับจ้างขายและไปชนกับของบริษัทอื่นที่ขายเหมือนเรา แต่รายการเขาดีกว่า ลูกค้าหลายๆ รายเริ่มมองว่า "เราเล่นขายของ" โชคดีที่เราเป็นบริษัทชั้นนำที่มีสินค้าจำเป็นและติดตลาด ลูกค้าจึงยังพอที่จะให้ความสำคัญกับเราอยู่ แต่ถ้ายังเป็นแบบนี้ต่อไปอาจจะทำให้ความสำคัญของเราที่มีต่อลูกค้าลดลงทุกวัน ตั้งแต่วันที่ได้ออกมาทำงานในองค์กรผมมีความภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก และยังได้สัมผัสกับบรรยากาศในองค์กรตั้งแต่วันแรกจนถึงทุกวันนี้ ก็ไม่อยากจะย้ายไปไหน อยากจะให้บริษัทสุดท้ายในฐานะพนักงานบริษัท อยากจะเห็นบ้านของเราเจริญและพัฒนาดียิ่งขึ้นกว่าเดิมในทุกๆ ปี และทุกๆ อย่างก้าว เพราะฉะนั้น โปรดมุ่งเน้นที่จะพัฒนาและสนับสนุนพนักงานขายในระดับปฏิบัติการด้วย"

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
นโยบายการบริหารงาน	- อยากให้มีแบบและแผนงานที่ชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างแผนงานที่สามารถนำมาใช้งานได้จริง เพื่อให้ทีมงานสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อให้ผลงานที่ออกมาสำเร็จตามเป้าหมาย
	- ควรเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน ให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในวางแผนการขาย ได้เสนอแนะความคิดเห็น
	- มีการปรับลดเป้าการขายที่ไม่เหมาะสม (พนักงานขายยิ่งขายมาก เป้าเดือนต่อมาก็มากขึ้นจนทำไม่ได้ แต่พนักงานบางคนเป้าหมายกลับลดลง) อยากให้หัวหน้างานติดตามการทำงานของพนักงานขาย เพื่อให้ทราบถึงการทำงานและความตั้งใจของพนักงานที่แท้จริง
	- อยากให้มีการประเมินผลงานของพนักงานชัดเจนกว่านี้จากผลงานที่ทำ ไม่ใช่จากอย่างอื่น ผลการปฏิบัติงาน
	- อยากให้หาบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่ง ไม่ใช่หาใครมาทำก็ได้ ถือเป็นการทำลายบุคลากรที่มีความสามารถจริง ๆ ไม่ให้เค้ามีที่ยืน
นโยบายการบริหารงาน	- ควรมีการเพิ่มจำนวนบุคลากร ปรับปรุงบุคลากรของผู้ร่วมงาน และคลังจัดเก็บสินค้า
ความสัมพันธ์กับ ผู้บังคับบัญชาและ เพื่อนร่วมงาน	- ความสัมพันธ์ในองค์กรต้องแข็งแกร่ง เน้นเรื่องทีม กำลังใจในทีม แต่ละสาขาต้องให้ทุกคนคิดไปในทิศทางเดียวกัน โดยการให้หัวหน้าหน่วยกระตุ้นให้ไม่เกิดความแตกแยก เช่น กำลังใจ ความหวัง และทิศทางเป้าหมายชีวิต
	- หัวหน้างาน ควรเข้าประชิด พนักงานในเขต พื้นที่ ที่ดูแล้วว่าทำไมพนักงานจึงไม่สามารถทำงานได้ตามเป้าหมาย อย่าดูแต่ตัวเลข หรือ เอาแต่พูดคุย บอกแค่ ให้พยายาม เข้าร้านให้หมด ออกพื้นที่ ขอบเขตขาย ของพนักงาน ดูความเป็นไปได้ว่าขอบเขต สามารถ ทำให้ ปิดเป้าหมาย ได้หรือไม่ ไม่เช่นนั้น เขตที่ขายดี ขายได้ ก็จะปิดเป้าที่เดียว ขอบเขตที่ขายได้มาก ก็ไม่สามารถ ปิดเป้าหมายได้

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
	- พนักงานขายไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้บริหารในการขายหน้างาน - อยากให้มีช่องทางที่ผู้บริหารระดับสูงจะสามารถรับรู้ รับฟังปัญหา และวิธีแก้ไขปัญหามาจากพนักงานในแต่ละพื้นที่โดยตรง เพื่อให้เกิดการแก้ไขหรือพัฒนาแผนการขายให้ตรงจุดในพื้นที่นั้นๆ - ต้องการให้แต่ละส่วนงานมีระบบและการจัดการที่ดีกว่านี้ และพนักงานส่วนกลางให้ความสนใจในการขอความช่วยเหลือจากพนักงานต่างจังหวัด - ลดความเลื่อมล้ำในองค์กร หากทำไม่ได้ก็โดนตำหนิ
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	- บริษัทไม่มีแนวทางการสร้างแรงจูงใจในการเลื่อนตำแหน่งให้กับพนักงาน พนักงานทำงานโดยไม่เห็นโอกาสเติบโต หากบริษัทมีนโยบาย หรือกฎเกณฑ์ พิจารณาการเลื่อนตำแหน่งที่ชัดเจน พนักงานจะมีกำลังใจและทุ่มเทกับงานมากกว่านี้ - ควรให้ความสำคัญกับพนักงานฝ่ายขายให้มากกว่านี้ ให้ชัดเจนเติบโตในการทำงาน ไม่ใช่รายได้ลดลง ทุกปีรู้สึกไม่มีความมั่นคงในการทำงาน
ผลตอบแทนและสวัสดิการ	- โดยภาพรวมแล้วงานที่ปฏิบัติ กับเงินที่ได้รับเป็นที่น่าพอใจ - สวัสดิการผลตอบแทนของบริษัท ทำให้สามารถเลี้ยงดูครอบครัวได้เป็นอย่างดี รู้สึกดีกับบริษัทมาก แต่สำหรับผมรู้สึกขาดเพียงอย่างเดียว คือการต้องออกมาอยู่ต่างจังหวัด ไม่สามารถอยู่กับครอบครัวได้ - ต้องการให้ปรับโครงสร้างการจ่าย Incentive โดยสอดคล้องกับยอดขาย และมีความเป็นไปได้ และกระตุ้นให้พนักงานขายมีความมุ่งมั่นในการทำงาน - ควรปรับการตั้งเป้าหมายการขายให้สอดคล้องกับพื้นที่การขายจริง มีเป้าหมายและเงินรางวัลการขายที่ชัดเจน มีการวิเคราะห์ยอดขายภายในเขตแล้วตั้งเป็นเป้าหมายรายบุคคล ไม่ใช้การแบ่งเป้าหมายเท่ากันให้กับทุกคน เพราะแต่ละพื้นที่มีจุดแข็งจุดอ่อนแตกต่างกัน การกำหนดเช่นนี้ถือว่าไม่ยุติธรรม (บางคนได้ค่าคอมบางคนไม่ได้ ทำให้หมดกำลังใจในการทำงาน)

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
	- อยากให้ผลตอบแทนมีความเหมาะสมกับยอดขายและความเป็นจริง เป็นผลตอบแทนที่มีความชัดเจนในองค์กรและความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน - แรงกระตุ้นถ้า เป็นเงินรายได้ควรจ่ายอย่างรวดเร็วและชัดเจน - อยากให้มีการจัดสัมมนา
ความสำเร็จในการทำงาน	- ทำงานตามที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด - ทำงานด้วยใจ พุฒเทแรงกาย เพื่อความสำเร็จไปด้วยกัน
การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม	- ควรเพิ่มทักษะใหม่ๆ เกี่ยวกับการขายให้กับพนักงาน และหากมีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งงานควรจัดการอบรมขั้นตอนการทำงานและฝึกปฏิบัติหน้างานก่อนได้รับตำแหน่งจริง

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้ทั้งหมด 417 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับในปริญญาตรี สถานภาพสมรส ส่วนมากเป็นพนักงานขายเงินสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,001-25,000 บาท มีพื้นที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพฯ และชานเมือง มากที่สุด รองลงมา เขตอีสานใต้ และเขตอีสานเหนือ ตามลำดับ และมีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทระหว่าง 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ 2 ปัจจัยของเฮอร์ซเบิร์กในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

สรุปผลการวิเคราะห์ 2 ปัจจัยของเฮอร์ซเบิร์กในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม พนักงานขายให้ความสำคัญด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และความมั่นคงในงาน

1. ด้านความสำคัญด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน คือ การได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ เพื่อนร่วมงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ พนักงานได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา และได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน
2. ด้านความมั่นคงในงาน คือ ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน "บริษัทมีโอกาสเติบโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี และพนักงานรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สรุปผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการสร้างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่า สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยแผนการขายและการสนับสนุนการขาย และความสำเร็จในการทำงานมีผลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่า สถานภาพสมรส ประเภทพนักงานขาย พื้นที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จุฑามาศ ศรีบำรุงเกียรติ. 2555) ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าพนักงานที่มี สถานภาพ แตกต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นฤมล แสงผล. 2554) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า สายงานที่ปฏิบัติและประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อความสุขในการทำงานแตกต่างกัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน ได้แก่ การติดต่อสัมพันธ์ ความรักในงาน ความสำเร็จในงาน การเป็นที่ยอมรับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสุขในการทำงาน

2. 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มให้ระดับความสำคัญด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และความมั่นคงในงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ธีรภัทร อุ่นอารมณ์. 2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของพนักงาน บริษัท เอปสัน ฟรีชชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่า ผลของระดับแรงจูงใจซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านผลตอบแทน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้ว พบว่า แผนการขายและการสนับสนุนการขาย และความสำเร็จในการทำงานมีผลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จุนิตา ปัตตานี. 2546) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้าน 10 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีแรงจูงใจสูงสุดด้านความสำเร็จของงาน และด้านการปกครองบังคับบัญชา

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาและข้อเสนอแนะให้กับบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับบริษัทฯ ดังนี้

1. 2 ปัจจัยของเฮอร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงจูงใจด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และความมั่นคงในงาน เป็นปัจจัยจูงใจที่พนักงานขายบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีความพึงพอใจมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงในงาน และความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อน ทั้งนี้ บริษัทสามารถต่อยอดปัจจัยจูงใจทั้งสองด้านนี้ให้สามารถดึงดูดพนักงานเพิ่มมากขึ้น อาทิ บริษัทสร้างผู้บริหารที่มีความรู้ ความชำนาญ ความสามารถ และผลานรูปแบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับพนักงาน เนื่องจากพนักงานเล็งเห็นความมั่นคงในหน้าที่การงาน พร้อมทั้งจะทุ่มเทให้กับบริษัท พนักงานจะสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ ไม่ต้องมีความกังวลเรื่องความอยู่รอดของบริษัท บริษัทควรมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลงานพนักงานที่เป็นมาตรฐาน สามารถชี้วัดได้

ชัดเจน สะท้อนการประเมินผลงานของพนักงานได้อย่างแท้จริง มีความเสมอภาค เทียบตรง เพื่อให้กระบวนการพิจารณาการให้ผลตอบแทนสามารถเป็นไปตามความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน ในด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง พนักงานมีความกดดัน ความเครียด ซึ่งส่งผลกระทบต่อด้านลบในการทำงาน บริษัทสามารถเสริมสร้างกิจกรรมที่ช่วยลดความเครียดให้กับพนักงาน ด้วยการสร้างกิจกรรมการสร้างความผูกพันในงาน (Engagement ภายในหน่วยงาน) กิจกรรมสัมมนา งานเลี้ยงปีใหม่ กิจกรรมวอล์ค แรลลี่ การแข่งขันกีฬา นอกจากเป็นการสร้างความความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยสานสัมพันธ์ให้กับพนักงานแผนกต่างๆ ที่ทำงานร่วมกันในบริษัท ให้มีความแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น บริษัทสามารถเพิ่มการสื่อสารไปยังพนักงานโดยตรง โดยวิธีการนี้จะทำให้พนักงานมีความรู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท เพราะการได้รับข่าวสารต่างๆ หรือการชักชวนให้พนักงานเข้าร่วมการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ทางบริษัทจัดขึ้น เปรียบเสมือนการได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี ร่วมกันวางแผนการทำงานระหว่างผู้บังคับบัญชาและพนักงานขาย เพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการทำงาน มองเป้าหมายของบริษัทร่วมกัน นำระบบการบริหารแบบครอบครัว ซึ่งเป็นจุดเด่นของบริษัทมาต่อยอดให้มีความชัดเจน สร้างความอบอุ่นในการทำงาน ช่วยกันให้คำปรึกษา และฝ่าฟันอุปสรรคร่วมกัน ทั้งนี้พนักงานจะมีความรู้สึกที่อบอุ่น ไม่ถูกปล่อยให้โดดเดี่ยว และมั่นใจได้ว่า บริษัท ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานพร้อมที่จะสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน พนักงานเร่งสร้างผลงาน เพิ่มศักยภาพในการขาย โดยมองไปที่เป้าหมายร่วมกัน บริษัทจึงมีโอกาสดีโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี

2. 2 ปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์กในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ได้แก่ แผนการขายและการสนับสนุนการขาย และความสำเร็จในการทำงาน ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการจัดทำแผนการงานในภาพรวมโดยละเอียด พนักงานควรเรียนรู้การวางแผนการขาย จัดทำแผนงานของตนเอง บริษัทฯ แจ้งเป้าหมายการขาย รายการสนับสนุนการขาย ส่งเสริมการขาย ของพรีเมียมของแต่ละผลิตภัณฑ์ให้พนักงานได้ทราบอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการติดอาวุธทางการขายให้กับพนักงานได้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย ยอดขายรายสินค้าและยอดขายรวมของบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการงานให้สำเร็จทั้งงานหลักคือการขาย และงานอื่นที่ได้รับมอบหมายเพิ่มเติม นอกจากนี้ การให้คำชมเชยหรือรางวัล ความสำเร็จในงานจะสร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานงาน ให้ทำงานอย่างเต็มความ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาทัศนคติและสิ่งจูงใจของพนักงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- กุสุมา จ้อยช้างเนียม. (2547). **แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย**. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการทรัพยากรมนุษย์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จารุวรรณ กมลสินธุ์. (2548). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จุฑามาศ ศรีบำรุงเกียรติ. (2555). **ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่อส่งปิโตรเลียม จำกัด (แทปไลน์)**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เฉลิม สุขเจริญ. (2556). **แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี**. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชนันันท์ อีสระเหนือทรัพย์. (2554). **แรงจูงใจของพนักงานขายอสังหาริมทรัพย์**. สารนิพนธ์ สส.ม. (พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลภััสสรณ์ ศรีวรรณภาร; ประสพชัย พสุนนท์. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานแผนกห่วงโซ่อุปทาน : กรณีศึกษา บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2559, จาก http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF02/135_20160201_j_1.pdf.
- ชูหนึ่ง หลิน. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานชาวจีนในบริษัทชั้นไฮเทคอินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐิตา ปัตตานี. (2546). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิจัยกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. สารนิพนธ์ ปร.ม. (นโยบายสาธารณะ). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐพร สันบุญ. (2556). **การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ซีเอ็มเค คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ธงชัย สันติวงษ์; และชัยยศ สันติวงษ์. (2533). **พฤติกรรมบุคคลในองค์การ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- ธีรภัทร อุ่นอารมณ์. (2556). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน**ของพนักงาน บริษัท เอปสัน ประเทศไทย จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- นฤมล แสงผล. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นวรรตน์ พึ่งโพธิ์สภ. (2552). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด**. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2550). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2558). **ผลสำรวจขึ้นเงินเดือน-โบนัสปี 58 พนักงานแชมป์ค่ายรถจ่าย 7.5 เดือน**. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2559, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1447756463.
- ประเทือง วิบูลศักดิ์. (2556). **24 เทคนิคการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ**. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2560, จาก <http://www.sahavicha.com/?name=media&file=readmedia&id=1445>.
- ประภา สังข์พันธ์. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน**ของผู้ตรวจสอบภายใน กรณีศึกษา บมจ.ธนาคารกรุงไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงศ์ หรดาล. (2540). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พอนวิไล พรหมมะณี. (2556). **ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรแผนกแผนการและการลงทุน แขวงสาละวัน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. สารนิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภรณ์ มหามนต์. (2529). **การประเมินผลประสิทธิผลขององค์กร**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). **การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management : NPM)**. กรุงเทพฯ : สถาบัน TDRM.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2553). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

- ศิริวิไล กุลทรัพย์ศุทธรา. (2552). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ.เอส. แอสโซซิเอท เอนยีเนียริง (1964) จำกัด**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานฐาน ธนาคารออมสิน. (2559). **รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2559**. สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2559, จาก <https://www.gsb.or.th/getattachment/e27c2a5b-0810-4b5a-b8a8-fa9aac1684c2/สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มประจำปีไตรมาส3.aspx>.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2552). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2545). **พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2554). **จิตวิทยาการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี มั่นตระกูล; และสุรางค์ ณรงค์ศักดิ์สกุล. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา องค์การมหาชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ ป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Carver, C. S.; and Scheier, M. E. (1996). **Attention and Self-Regulation : A Controltheory Approach to Human Behavior**. New York : Springer-Verlag.
- Cochran. (1977). **Sampling Techniques**. 3rd ed. New York : Wiley.
- Cronbach. (1990). **Coefficient Alpha and Internal Structure of Tests**. Retrieved April 2, 2016, from https://www.psychometricsociety.org/sites/default/files/cronbach_citation_classic_alpha.pdf.
- Etzioni, A. (1964). **Modern Organizations**. New Jersey : Prentice Hall.
- Fang Yang. (2011). **Work, Motivation and Personal Characteristics : An in-Depth Study of Six Organizations in Ningbo**. Retrieved April 12, 2016, from <http://tdc.thailis.or.th>.
- Herzberg, Frederick; Mausner, Bernard; and Snyderman, Block. (1959). **The Motivation to Work**. 2nd ed. New York : John Wiley and Sons.
- Schein. (1970). **Organizational Psychology**. 2nd ed. New Jersey : Prentice-Hall Inc.

Simmon; and Parsons. (1983). **Empowerment for Role Alternatives in Adolescence.**

New Jersey : Prentice Hall.

Skinner, B. F. (1938). **The Behavior of Organisms : An Experimental Analysis.**

New York : Appleton-Century- Crofts.

Vlad Vaiman. (2010). **Contingent Workers : Needs, Personality Characteristics, and**

Work Motivation. Retrieved April 12, 2016, from <http://tdc.thailis.or.th>.



ภาคผนวก

TNI

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

TNI



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของ
พนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าวิชาการศึกษานิพนธ์ ตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร สถาบัน
เทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ประจำปีการศึกษา 2556

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผล
ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

2. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย บริษัท
แห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส
ประเภทพนักงานขาย รายได้ต่อเดือน พื้นที่ปฏิบัติงาน ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผล
ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลของพนักงานขาย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

3. แบบแบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการศึกษา เพื่อการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่
ระบุไว้ข้างต้นเท่านั้น โดยแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและเป็นประโยชน์ต่อ
การวิเคราะห์ กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความจริง

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ข้อมูลที่ได้
จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา
หน่วยงานของท่านต่อไป

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ชญาพรรณ โพธิ์วัฒนวิน

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

แบบสอบถามปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน
ของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

วัตถุประสงค์

ในการสำรวจความคิดเห็นเรื่องปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มนี้จัดทำเพื่อข้อมูลไปใช้ในการคำนวณหาค่าทางสถิติเพื่อใช้ประกอบการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเลือกคำตอบที่ท่านต้องการ และตรงกับความคิดเห็นที่ตรงความจริงของตัวท่านมากที่สุด

1. อายุ

- | | |
|--|--|
| ☐ อายุต่ำกว่า 22 ปี | ☐ อายุ 22-30 ปี |
| ☐ อายุ 31-40 ปี | ☐ อายุ 41-50 ปี |
| ☐ อายุ 51 ปีขึ้นไป | |

2. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|------------------------------------|
| ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี | ☐ ปริญญาตรี |
| ☐ ปริญญาโท | ☐ ปริญญาเอก |

3. สถานภาพสมรส

- | | |
|--|-------------------------------|
| ☐ โสด | ☐ สมรส |
| ☐ หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ | |

4. ประเภทพนักงานขาย

- | | |
|---|---|
| ☐ พนักงานขายเงินสด | ☐ พนักงานขายเครดิต |
|---|---|

5. รายได้ต่อเดือน

- | |
|---|
| ☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท |
| ☐ 25,001-32,000 บาท |
| ☐ 32,001-39,000 บาท |
| ☐ 39,001 บาท ขึ้นไป |

6. พื้นที่ปฏิบัติงาน

- | | |
|--|--|
| ☐ เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง | ☐ เขตอีสานเหนือ |
| ☐ เขตอีสานใต้ | ☐ เขตเหนือบน |
| ☐ เขตเหนือล่าง | ☐ เขตกลางบน |
| ☐ เขตตะวันออก | ☐ เขตกลางล่าง |
| ☐ เขตใต้บน | ☐ เขตใต้ล่าง |

7. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท

- | | |
|--|---|
| ☐ น้อยกว่า 1 ปี | ☐ 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี |
| ☐ 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี | ☐ 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี |
| ☐ มากกว่า 10 ปี | |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ พร้อมทั้งทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหลังข้อความ ซึ่งตรงกับความคิดเห็นในการประเมินตนเองของท่านมากที่สุด โดยให้ค่าคะแนน ดังนี้

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

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.1 ความมั่นคงในงาน					
2.1.1 ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท					
2.1.2 ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน					
2.1.3 บริษัทมีโอกาสดำเนินโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี					
2.2 สภาพการทำงาน					
2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน					
2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำงานมีความเพียงพอ					
2.2.3 ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน					
2.2.4สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน					
2.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ					
2.3.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย					
2.3.2 ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม					
2.3.3 งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน					
2.4 แผนการขายและการสนับสนุนการขาย					
2.4.1 ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการขาย ของ ปริมาณส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์					
2.4.2 ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง					
2.4.3 รายการส่งเสริมการขายสามารถช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					
2.4.4 ท่านได้รับของขวัญหรือสิ่งของส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน					

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.5 นโยบายการบริหารงาน					
2.5.1 การกำหนดแผนงานของสายงานมีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติงานได้					
2.5.2 การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน					
2.5.3 ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่กำหนดไว้					
2.5.4 ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน					
2.6 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน					
2.6.1 ท่านได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา					
2.6.2 ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน					
2.6.3 ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์					
2.6.4 เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ					
2.7 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน					
2.7.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น					
2.7.2 สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น					
2.7.3 ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ					

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.8 ผลตอบแทนและสวัสดิการ					
2.8.1 เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีความเหมาะสม					
2.8.2 ท่านอยากเปลี่ยนงานใหม่ ถ้าท่านได้อยู่ในตำแหน่งอื่นที่เทียบเคียงกับตำแหน่งในปัจจุบัน					
2.8.3 ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ					
2.8.4 ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดค่าการขายรวมถึงเงินจูงใจ					
2.9 ความสำเร็จในการทำงาน					
2.9.1 ท่านสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย					
2.9.2 ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ เพิ่มเติมได้สำเร็จ					
2.9.3 ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น					
2.9.4 ท่านได้รับการยกย่องชมเชยในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา					
2.10 การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม					
2.10.1 งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ					
2.10.2 ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน					
2.10.3 หลักสูตรที่ท่านได้เข้ารับการอบรมในปีที่ผ่านมา มีประโยชน์ในการทำงานของท่าน					
2.10.4 ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน					

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพของพนักงานขาย

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้อย่างละเอียด และพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพของพนักงานขายของท่าน ว่าอยู่ในระดับใด พร้อมทั้งทำเครื่องหมาย ลงใน ช่องว่างหลังข้อความ ซึ่งตรงกับความคิดเห็นในการประเมินตนเองของท่านมากที่สุด โดยประสิทธิภาพของพนักงานขาย หมายถึง ผลสำเร็จของงานที่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. โดยรวมแล้ว ท่านประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของท่าน อยู่ในระดับใด					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ภาคผนวก ข.

ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้านความเที่ยงตรงของ
แบบสอบถาม

TNI

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประเมิน IOC
ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน
ของพนักงานขาย บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

รายการพิจารณา	ผลการประเมินความคิดเห็น			ค่าดัชนี IOC	แปลผล
	ผู้ประเมิน คนที่ 1	ผู้ประเมิน คนที่ 2	ผู้ประเมิน คนที่ 3		
1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 1.1 อายุ 1. อายุต่ำกว่า 22 ปี 2. อายุ 22-30 ปี 3. อายุ 31-40 ปี 4. อายุ 41-50 ปี 5. อายุ 51 ปีขึ้นไป				1.00	ใช้ได้
1.2 ระดับการศึกษา 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.3 สถานภาพการสมรส 1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.4 ประเภทพนักงานขาย 1. พนักงานขายเงินสด 2. พนักงานขายเครดิต	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.5 รายได้ต่อเดือน 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท 2. 18,001-25,000 บาท 3. 25,001-32,000 บาท 4. 32,001-39,000 บาท 5. 39,001 บาท ขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

รายการพิจารณา	ผลการประเมินความคิดเห็น			ค่าดัชนี IOC	แปลผล
	ผู้ประเมิน คนที่ 1	ผู้ประเมิน คนที่ 2	ผู้ประเมิน คนที่ 3		
1.6 พื้นที่ปฏิบัติงาน 1. เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง 2. เขตอีสานเหนือ 3. เขตอีสานใต้ 4. เขตเหนือบน 5. เขตเหนือล่าง 6. เขตกลางบน 7. เขตตะวันออก 8. เขตกลางล่าง 9. เขตใต้บน 10. เขตใต้ล่าง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
1.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท 1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1 ปีขึ้นไป - 3ปี 3. 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี 4. 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี 5. มากกว่า 10 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2. แรงจูงใจในการสร้างประสิทธิผลของพนักงานขาย 2.1 ความมั่นคงในงาน 2.1.1 ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท 2.1.2 ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน 2.1.3 บริษัทมีโอกาสเติบโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้

รายการพิจารณา	ผลการประเมินความคิดเห็น			ค่าดัชนี IOC	แปลผล
	ผู้ประเมิน คนที่ 1	ผู้ประเมิน คนที่ 2	ผู้ประเมิน คนที่ 3		
2.2 สภาพการทำงาน 2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และ อุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน 2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และ อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำงานมีความเพียงพอ 2.2.3 ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน 2.2.4สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 2.3.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย 2.3.2 ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม 2.3.3 งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.4 แผนการขายและการสนับสนุนการขาย 2.4.1 ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการ และของพรีเมียมส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์ 2.4.2 ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง 2.4.3 รายการส่งเสริมการขายสามารถช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2.4.4 ท่านได้รับของของพรีเมียมส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้

รายการพิจารณา	ผลการประเมินความคิดเห็น			ค่าดัชนี IOC	แปลผล
	ผู้ประเมิน คนที่ 1	ผู้ประเมิน คนที่ 2	ผู้ประเมิน คนที่ 3		
2.5 นโยบายการบริหารงาน 2.5.1 การกำหนดแผนงานของสายงาน มีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริง 2.5.2 การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน 2.5.3 ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ 2.5.4 ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
2.6 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน 2.6.1 ท่านได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา 2.6.2 ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน 2.6.3 ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ 2.6.4 เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.7 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 2.7.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น 2.7.2 สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น 2.7.3 ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้

รายการพิจารณา	ผลการประเมินความคิดเห็น			ค่าดัชนี IOC	แปลผล
	ผู้ประเมิน คนที่ 1	ผู้ประเมิน คนที่ 2	ผู้ประเมิน คนที่ 3		
2.8 ผลตอบแทนและสวัสดิการ 2.8.1 เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีเหมาะสม 2.8.2 ท่านอยากเปลี่ยนงานใหม่ ถ้าท่านได้อยู่ในตำแหน่งอื่นที่เทียบเคียงกับตำแหน่งในปัจจุบัน 2.8.3 ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ 2.8.4 ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดค่าการขายและเงินจูงใจ	0	+1	+1	0,67	ใช้ได้
2.9 ความสำเร็จในการทำงาน 2.9.1 ท่านสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายการขายที่ได้รับมอบหมาย 2.9.2 ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ เพิ่มเติมได้สำเร็จ 2.9.3 ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
2.10 การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม 2.10.1 งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ 2.10.2 ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน 2.10.3 หลักสูตรที่ท่านได้เข้ารับการอบรมในปีที่ผ่านมา มีประโยชน์ในการทำงานของท่าน 2.10.4 ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

รายการพิจารณา	ผลการประเมินความคิดเห็น			ค่าดัชนี IOC	แปลผล
	ผู้ประเมิน คนที่ 1	ผู้ประเมิน คนที่ 2	ผู้ประเมิน คนที่ 3		
3. โดยรวมแล้ว ท่านประเมิน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของท่าน อยู่ในระดับใด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้



ภาคผนวก ค.
แบบตรวจสอบผู้เชี่ยวชาญ

TNI

วิธีการตรวจสอบ

การตรวจสอบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง อย่างน้อย 3 ท่าน ตรวจสอบว่า มีความครอบคลุมเนื้อหาสาระ? โดยสามารถใช้แบบตรวจสอบเพื่อทดสอบว่า ผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นสอดคล้องกันหรือไม่ (IOC : Index Objective Congruence)

ตารางแสดงการคำนวณดัชนีความสอดคล้อง

แบบทดสอบที่ อ้างการให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้อง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญกำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

แบบทดสอบหรือข้อสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 เป็นต้นไป

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม			
1.1 อายุ			
1. อายุต่ำกว่า 22 ปี 2. อายุ 22-30 ปี	✓		
3. อายุ 31-40 ปี 4. อายุ 41-50 ปี			
5. อายุ 51 ปีขึ้นไป			
1.2 ระดับการศึกษา			
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี	✓		
3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก			
1.3 สถานภาพการสมรส			
1. โสด 2. สมรส	✓		
3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่			
1.4 ประเภทพนักงานขาย			
1. พนักงานขายเงินสด 2. พนักงานขายเครดิต	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
1.5 รายได้ต่อเดือน 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท 2. 18,001-25,000 บาท 3. 25,001-32,000 บาท 4. 32,001-39,000 บาท 5. 39,001 บาท ขึ้นไป 1.6 พื้นที่ปฏิบัติงาน 1. เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง 2. เขตอีสานเหนือ 3. เขตอีสานใต้ 4. เขตเหนือบน 5. เขตเหนือล่าง 6. เขตกลางบน 7. เขตตะวันออก 8. เขตกลางล่าง 9. เขตใต้ 1.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท 1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี 3. 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี 4. 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี 5. มากกว่า 10 ปี	✓		
2. แรงจูงใจในการสร้างประสิทธิผลของพนักงานขาย 2.1 ความมั่นคงในงาน 2.1.1 ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท 2.1.2 ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน 2.1.3 บริษัทมีโอกาสดีเติบโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี 2.2 สภาพการทำงาน 2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน 2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำงานมีความเพียงพอ 2.2.3 ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน 2.2.4 สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ			
2.3.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย	✓		
2.3.2 ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม	✓		
2.3.3 งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน	✓		
2.4 แผนการขายและการสนับสนุนการขาย			
2.4.1 ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการและของฟรีที่ส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์	✓		
2.4.2 ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง	✓		
2.4.3 รายการส่งเสริมการขายสามารถช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	✓		
2.4.4 ท่านได้รับของขวัญฟรีที่ส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน	✓		
2.5 นโยบายการบริหารงาน			
2.5.1 การกำหนดแผนงานของสายงานมีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริง	✓		
2.5.2 การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน	✓		
2.5.3 ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้	✓		
2.5.4 ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน	✓		
2.6 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน			
2.6.1 ท่านได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา	✓		
2.6.2 ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน	✓		
2.6.3 ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์	✓		
2.6.4 เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.7 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน			
2.7.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น	✓		
2.7.2 สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น	✓		
2.7.3 ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ	✓		
2.8 ผลตอบแทนและสวัสดิการ			
2.8.1 เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีเหมาะสม	✓		
2.8.2 ท่านอยากเปลี่ยนงานใหม่ ถ้าท่านได้อยู่ในตำแหน่งอื่นที่เทียบเคียงกับตำแหน่งในปัจจุบัน	✓		
2.8.3 ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ	✓		
2.8.4 ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดค่าการขายและเงินจูงใจ	✓		
2.9 ความสำเร็จในการทำงาน			
2.9.1 ท่านสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย	✓		
2.9.2 ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ เพิ่มเติมได้สำเร็จ	✓		
2.9.3 ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น	✓		
2.9.4 ท่านได้รับการยกย่องชมเชยในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.10 การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม			
2.10.1 งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ	✓		
2.10.2 ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน	✓		
2.10.3 หลักสูตรที่ท่านได้เข้ารับการอบรมในปีที่ผ่านมา มีประโยชน์ในการทำงานของท่าน	✓		
2.10.4 ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน	✓		
3. โดยรวมแล้ว ท่านประเมินประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของท่านอยู่ในระดับใด	✓		

การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ทำได้โดยการหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

R = ผลรวมคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

$$IOC \geq 0.5$$

วิธีการตรวจสอบ

การตรวจสอบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง อย่างน้อย 3 ท่าน ตรวจสอบว่า มีความครอบคลุมเนื้อหาสาระ? โดยสามารถใช้แบบตรวจสอบเพื่อทดสอบว่า ผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นสอดคล้องกันหรือไม่ (IOC : Index Objective Congruence)

ตารางแสดงการคำนวณดัชนีความสอดคล้อง

แบบทดสอบที่ อ้างการให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้อง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญกำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

แบบทดสอบหรือข้อสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 เป็นต้นไป

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม			
1.1 อายุ			
1. อายุต่ำกว่า 22 ปี 2. อายุ 22-30 ปี	✓		
3. อายุ 31-40 ปี 4. อายุ 41-50 ปี			
5. อายุ 51 ปีขึ้นไป			
1.2 ระดับการศึกษา			
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี	✓		
3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก			
1.3 สถานภาพการสมรส			
1. โสด 2. สมรส	✓		
3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่			
1.4 ประเภทพนักงานขาย			
1. พนักงานขายเงินสด 2. พนักงานขายเครดิต	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
1.5 รายได้ต่อเดือน 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท 2. 18,001-25,000 บาท 3. 25,001-32,000 บาท 4. 32,001-39,000 บาท 5. 39,001 บาท ขึ้นไป 1.6 พื้นที่ปฏิบัติงาน 1. เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง 2. เขตอีสานเหนือ 3. เขตอีสานใต้ 4. เขตเหนือบน 5. เขตเหนือล่าง 6. เขตกลางบน 7. เขตตะวันออก 8. เขตกลางล่าง 9. เขตใต้ 1.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท 1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี 3. 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี 4. 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี 5. มากกว่า 10 ปี	✓		
2. แรงจูงใจในการสร้างประสิทธิผลของพนักงานขาย 2.1 ความมั่นคงในงาน 2.1.1 ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท 2.1.2 ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน 2.1.3 บริษัทมีโอกาสดีเติบโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี 2.2 สภาพการทำงาน 2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน 2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำงานมีความเพียงพอ 2.2.3 ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน 2.2.4 สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ			
2.3.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย	✓		
2.3.2 ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม	✓		
2.3.3 งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน	✓		
2.4 แผนการขายและการสนับสนุนการขาย			
2.4.1 ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการและของฟรีเมื่อส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์	✓		
2.4.2 ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง	✓		
2.4.3 รายการส่งเสริมการขายสามารถช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	✓		
2.4.4 ท่านได้รับของขวัญหรือฟรีเมื่อส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน	✓		
2.5 นโยบายการบริหารงาน			
2.5.1 การกำหนดแผนงานของสายงานมีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริง	✓		
2.5.2 การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน	✓		
2.5.3 ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้	✓		
2.5.4 ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน	✓		
2.6 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน			
2.6.1 ท่านได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา	✓		
2.6.2 ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน	✓		
2.6.3 ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์		✓	
2.6.4 เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.7 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน			
2.7.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น	✓		
2.7.2 สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น	✓		
2.7.3 ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ	✓		
2.8 ผลตอบแทนและสวัสดิการ			
2.8.1 เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีเหมาะสม	✓		
2.8.2 ท่านอยากเปลี่ยนงานใหม่ ถ้าท่านได้อยู่ในตำแหน่งอื่นที่เทียบเคียงกับตำแหน่งในปัจจุบัน	✓		
2.8.3 ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ	✓		
2.8.4 ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดค่าการขายและเงินจูงใจ	✓		
2.9 ความสำเร็จในการทำงาน			
2.9.1 ท่านสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย	✓		
2.9.2 ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ เพิ่มเติมได้สำเร็จ	✓		
2.9.3 ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น	✓		
2.9.4 ท่านได้รับการยกย่องชมเชยในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.10 การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม			
2.10.1 งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ	✓		
2.10.2 ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน	✓		
2.10.3 หลักสูตรที่ท่านได้เข้ารับการอบรมในปีที่ผ่านมา มีประโยชน์ในการทำงานของท่าน	✓		
2.10.4 ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน	✓		
3. โดยรวมแล้ว ท่านประเมินประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของท่านอยู่ในระดับใด	✓		

Signature
อ.ดร. ฟูจิ

การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ทำได้โดยการหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

R = ผลรวมคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

$$IOC \geq 0.5$$

วิธีการตรวจสอบ

การตรวจสอบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง อย่างน้อย 3 ท่าน ตรวจสอบว่า มีความครอบคลุมเนื้อหาสาระ? โดยสามารถใช้แบบตรวจสอบเพื่อทดสอบว่า ผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นสอดคล้องกันหรือไม่ (IOC : Index Objective Congruence)

ตารางแสดงการคำนวณดัชนีความสอดคล้อง

แบบทดสอบที่ อ้างการให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้อง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญกำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า แบบทดสอบวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา
- 1 หมายถึง แน่ใจว่า แบบทดสอบไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

แบบทดสอบหรือข้อสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 เป็นต้นไป

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม			
1.1 อายุ			
1. อายุต่ำกว่า 22 ปี 2. อายุ 22-30 ปี	✓		
3. อายุ 31-40 ปี 4. อายุ 41-50 ปี			
5. อายุ 51 ปีขึ้นไป			
1.2 ระดับการศึกษา			
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี	✓		
3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก			
1.3 สถานภาพการสมรส			
1. โสด 2. สมรส	✓		
3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่			
1.4 ประเภทพนักงานขาย			
1. พนักงานขายเงินสด 2. พนักงานขายเครดิต	✓		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
1.5 รายได้ต่อเดือน 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 18,000 บาท 2. 18,001-25,000 บาท 3. 25,001-32,000 บาท 4. 32,001-39,000 บาท 5. 39,001 บาท ขึ้นไป 1.6 พื้นที่ปฏิบัติงาน 1. เขตกรุงเทพฯ และชานเมือง 2. เขตอีสานเหนือ 3. เขตอีสานใต้ 4. เขตเหนือบน 5. เขตเหนือล่าง 6. เขตกลางบน 7. เขตตะวันออก 8. เขตกลางล่าง 9. เขตใต้ 1.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท 1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี 3. 3 ปีขึ้นไป - 5 ปี 4. 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี 5. มากกว่า 10 ปี	✓		
2. แรงจูงใจในการสร้างประสิทธิผลของพนักงานขาย 2.1 ความมั่นคงในงาน 2.1.1 ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท 2.1.2 ความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับผลงานและความสามารถในการทำงาน 2.1.3 บริษัทมีโอกาสดีเติบโตและมียอดขายเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี 2.2 สภาพการทำงาน 2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ต่างๆ เหมาะสมกับการทำงาน 2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำงานมีความเพียงพอ 2.2.3 ท่านได้รับอิสระในการคิดสร้างสรรค์งาน 2.2.4 สวัสดิการต่างๆ ที่ท่านได้รับมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของท่าน	✓	✓	

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ			
2.3.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่มีความท้าทาย			
2.3.2 ปริมาณงานที่ท่านรับผิดชอบมีความเหมาะสม	✓		
2.3.3 งานที่ท่านปฏิบัติมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนชัดเจน			
2.4 แผนการขายและการสนับสนุนการขาย			
2.4.1 ท่านทราบเป้าหมายการขาย, รายการและของพรีเมียมส่งเสริมการขายทุกผลิตภัณฑ์			
2.4.2 ท่านมีการวางแผนการขายก่อนออกไปปฏิบัติงานจริง		✓	
2.4.3 รายการส่งเสริมการขายสามารถช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้			
2.4.4 ท่านได้รับของของพรีเมียมส่งเสริมการขายเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงาน			
2.5 นโยบายการบริหารงาน			
2.5.1 การกำหนดแผนงานของสายงานมีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริง			
2.5.2 การถ่ายทอดนโยบายการบริหารงานไปสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน		✓	
2.5.3 ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้			
2.5.4 ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน			
2.6 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน			
2.6.1 ท่านได้รับความเป็นกันเองจากผู้บังคับบัญชา			
2.6.2 ท่านได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเมื่อมีปัญหาในการทำงาน			
2.6.3 ท่านได้รับความร่วมมือ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้งานสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์	✓		
2.6.4 เพื่อนร่วมงานของท่านมีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีและมีคุณภาพ			

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.7 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 2.7.1 งานที่ท่านปฏิบัติอยู่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ท่านได้มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น 2.7.2 สายงานของท่านส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มเติม เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สนับสนุนให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น 2.7.3 ท่านคิดหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ 2.8 ผลตอบแทนและสวัสดิการ 2.8.1 เงินเดือนและสวัสดิการที่ท่านได้รับมีเหมาะสม 2.8.2 ท่านอยากเปลี่ยนงานใหม่ ถ้าท่านได้อยู่ในตำแหน่งอื่นที่เทียบเคียงกับตำแหน่งในปัจจุบัน 2.8.3 ระบบสวัสดิการและบริการของจากสายงานที่ท่านได้รับเพิ่มเติมมีความเพียงพอ 2.8.4 ท่านพึงพอใจในรูปแบบการกำหนดค่าการขายและเงินจูงใจ 2.9 ความสำเร็จในการทำงาน 2.9.1 ท่านสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย 2.9.2 ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ เพิ่มเติมได้สำเร็จ 2.9.3 ที่ผ่านมามีท่านประสบความสำเร็จในงานเป็นอย่างดี และรู้สึกภูมิใจในความสำเร็จนั้น 2.9.4 ท่านได้รับการยกย่องชมเชยในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา		✓	
		✓	
		✓	

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง
2.10 การได้รับการพัฒนาและฝึกอบรม 2.10.1 งานที่ท่านรับผิดชอบอยู่ในปัจจุบันทำให้ท่านพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ 2.10.2 ท่านได้รับการอบรมความรู้และทักษะต่างๆ จากสายงาน เพียงพอสำหรับการทำงานของท่าน 2.10.3 หลักสูตรที่ท่านได้เข้ารับการอบรมในปีที่ผ่านมา มีประโยชน์ในการทำงานของท่าน 2.10.4 ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน	✓		
3. โดยรวมแล้ว ท่านประเมินประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของท่านอยู่ในระดับใด	✓		

การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ทำได้โดยการหาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

R = ผลรวมคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

$$IOC \geq 0.5$$