

แรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Working Motivation that affect confidence of employee of province companies in Prachuap Khiri Khan

นายศักดิ์ฉัตรินทร์ พิมพ์แก้ว

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Mr. Saknarin Pimkaew

Industrial Management, Master of Business Administration Program

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความเชื่อมั่นในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google Form ใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ T-Test , ANOVA

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มพนักงานส่วนใหญ่ เพศหญิงกับเพศชายเท่ากัน ช่วงอายุ 26-35ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวนบุตรธิดา ไม่มี อายุงาน 5 ปีขึ้นไป และระดับการให้ความสำคัญของแรงจูงใจของปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนอยู่ในระดับมาก ในส่วนของความเชื่อมั่นในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนระดับการให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับมาก

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 2. แรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ปัจจัยค้ำจุน เงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล , แรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน , ความเชื่อมั่น

ABSTRACT

This research has the following objectives. 1. To study personal factors that affect work confidence of private company employees in Prachuap Khiri Khan Province. 2. To study motivation at work that affects employee confidence in private companies in Prachuap Khiri Khan Province. The sample is Employees of private companies in Prachuap Khiri Khan Province, totaling 400 people. The researcher conducted data collection via online system using google form. Basic statistics were used to analyze data consisting of percentage, mean, standard deviation and test the hypothesis using T-Test, Anova.

Data analysis found that, most of the employees are equal male and female, aged between 25-35 years old, single status, education level lower than bachelor's degree They had an average monthly income of 25001-35000 baht, no children, the work period of more than 5 years, and the level of importance of the motivation of the motivational factors and the sustaining factors were at a high level. in terms of trust in the work of employees of private company employee. The level of importance is at a high level.

From hypothesis testing, it was found that 1. Personal factors, including gender, education level. The average monthly income, the number of children that are different affect the confidence of employees in private companies in Prachuap Khiri Khan Province. There was statistical significance at the 0.01 level 2. Motivation, Motivation factor, nature of work performed, responsibility, progress, sustaining factor, salary and welfare, relationship with superiors subordinates and colleague, working condition, stability in work there are affecting the confidence of employees in private companies. in Prachuap Khiri Khan Province. There was statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: personal factors, motivation, motivation factors, sustaining factors, confidence

บทนำ

ปัจจุบันความต้องการบุคลากรในตลาดงานมีความซับซ้อนมาก อันเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวแต่ละองค์กรในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มการทำงานในอนาคต ส่งผลให้มีความต้องการบุคลากรมีทักษะ โดยเฉพาะทักษะใหม่ๆ ได้ตอบโจทย์การทำงานของปัจจุบันและการจ้างงานในอนาคตมากขึ้น องค์กรต้องให้ความสำคัญเพื่อให้บุคลากรสามารถขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ สำหรับทิศทางของตลาดแรงงาน มีแนวโน้มที่จะปรับตัวไปสู่รูปแบบของธุรกิจใหม่ (New Economy) ทุกกลุ่มธุรกิจจะต้องมีการวางแผนด้านกำลังคน การสรรหาบุคลากร รวมถึงพัฒนาบุคลากรเพื่อให้ตอบโจทย์การทำงานในปัจจุบันสู่อนาคต และสร้างความสำเร็จร่วมกัน ท่ามกลางโลกของการเปลี่ยนแปลง

(อ้างอิง <https://www.bangkokbiznews.com/social/983267> สืบค้นเมื่อวันที่ 3/05/2566)

ในปัจจุบันการลาออกของพนักงาน เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อจัดการในปัจจุบัน บริษัททั่วโลกได้หันมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงการหาแนวทางแก้ไข หนึ่งในวิธีการลดอัตราการลาออกคือการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน สำหรับบริษัทแล้วการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานไม่เพียงแต่ช่วยลดอัตราการลาออก แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน บริษัทหลายแห่งมีความจำเป็นต้องคิดค้นหาวิธีสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในบริษัท ความสำคัญของการสร้างแรงจูงใจให้พนักงาน และนำเสนอการสร้างแรงจูงใจให้บริษัท แรงจูงใจ คือพลังที่อยู่ภายในตัวของบุคคล คอยผลักดันให้คนมีพฤติกรรมบางอย่าง และเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางหรือเป้าหมายของพฤติกรรม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ แรงจูงใจเป็น ความตั้งใจ ความต้องการจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แรงจูงใจทำให้เกิดความเชื่อมั่นไม่ว่าจะเป็นของหน่วยงานองค์กร มีส่วนสำคัญต่อการประสบความสำเร็จทางธุรกิจ ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากความน่าเชื่อถือ ซึ่งความน่าเชื่อถือทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนในโลกธุรกิจได้ ผลผลิตหรือโรงงาน จะเล็กหรือใหญ่ หากไม่มีความน่าเชื่อถือเกิดขึ้น ความเชื่อมั่นของลูกค้าก็จะลดลง จะเห็นได้ว่า ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นสำคัญกับธุรกิจทุกประเภท ความน่าเชื่อถือนั้นไม่ได้มีความสำคัญเพียงแต่ชื่อเสียง หรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเท่านั้น องค์กรประกอบในภาพรวม ไม่ว่าจะรูปลักษณ์ขององค์กร สภาพแวดล้อม ตัวของผลิตภัณฑ์ พนักงานขององค์กร ล้วนแล้วแต่สำคัญ ต่อการสร้างเชื่อมั่นของลูกค้า ต่อองค์กร โดยความน่าเชื่อถือที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นนี้ สามารถสร้างขึ้นได้ โดยองค์กรของเราเอง

(อ้างอิง <https://shorturl.asia/N2Ans> สืบค้นเมื่อวันที่ 3/05/2566)

แน่นอนว่าการสร้างความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสำคัญของทุกหน่วยงานและองค์กรที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ความเชื่อมั่นมาจากความน่าเชื่อถือ การเฝ้าติดตามปัญหาของพนักงานบริษัทหรือบรรยากาศการทำงานที่น่าอึดอัดหลายครั้ง มักเกิดจากผู้นำองค์กรที่มีความไม่ชัดเจน ไม่สามารถสั่งงานได้เหมาะสมกับความสามารถของพนักงานแต่ละคน (put the right man on the right job) หรือการให้ความสำคัญกับพนักงานที่ถูกใจ ซึ่งจะก่อให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือขึ้นกับตัวผู้นำ จนท้ายที่สุดอาจเสียทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพสูงได้ การสร้างความเชื่อมั่นในองค์กรมีความสำคัญในการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก

(อ้างอิง <https://thaiwinner.com/convincing-employees/> สืบค้นเมื่อวันที่ 3/05/2566)

จากสาเหตุที่กล่าวมา จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ แรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้เพื่อได้ทราบข้อมูลของแรงจูงใจมีผลต่อความเชื่อมั่นขององค์กร เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพให้อยู่ในองค์กร ลดปัญหาการลาออกของพนักงานในองค์กร เพื่อองค์กรต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความเชื่อมั่นในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมุติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดา อายุงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน
2. แรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ปัจจัยค้ำจุน เงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดา อายุงาน และแรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ 1. ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล 2. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 3. ความรับผิดชอบ 4. ความก้าวหน้า และปัจจัยค้ำจุน 1. เงินเดือนและสวัสดิการ 2. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน 3. สภาพการทำงาน 4. ความมั่นคงในการทำงาน ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg (อ้างอิง <http://jokermum.blogspot.com/2013/07/herzberg.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 4/05/2566) , ความเชื่อมั่นในองค์กร
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. ขอบเขตด้านประชากร พนักงานของบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประชากรทะเบียนราษฎร จำแนกรายเพศ ปีงบประมาณ 2566 เขตสุขภาพที่ 5 ประชากรเพศชาย 273,525 คน ประชากรเพศหญิง 279,773 คน รวม 553,298 คน แรงงานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 270,470 คน
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา เดือนมีนาคม - พฤษภาคม 2566

นิยามศัพท์ (Definition of Terms)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อายุงาน ระดับการศึกษา สถานะภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น
2. แรงจูงใจ หมายถึง ภาวะภายในตัวบุคคลที่ผลักดันให้ บุคคลมีพฤติกรรมอย่างมีจุดมุ่งหมาย ซึ่งได้แก่ ความต้องการ ความปรารถนา และความอยาก
 - 2.1 ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่ปฏิบัติ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถสนองตอบความต้องการภายในของแต่ละบุคคลได้ ได้แก่

2.1.1 ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้น ๆ

2.1.2 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทนายให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

2.1.3 ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างดี ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

2.1.4 ความก้าวหน้า หมายถึง ได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นของบุคคลในองค์กร การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

2.2 ปัจจัยค้ำจุน หรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กรบุคคลในองค์กรจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น และปัจจัยที่มาจากภายนอกบุคคล ได้แก่

2.2.1 เงินเดือนและสวัสดิการ หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขึ้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรในการทำงาน

2.2.2 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หมายถึง การติดต่อไปไม่ว่าเป็นกิริยา หรือวาทะที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

2.2.3 สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ อีกด้วย

2.2.4 ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร

3. พนักงานประจำ หมายถึง พนักงานหรือลูกจ้างทุกระดับตำแหน่งที่องค์กรจ้างให้ทำงานเป็นประจำ และเต็มเวลา โดยได้รับเงินเดือนหรือค่าจ้าง สวัสดิการและประโยชน์ต่าง ๆ เป็นการตอบแทนการทำงานให้กับพนักงาน

4. ความเชื่อมั่น หมายถึง ความคงที่ ความสม่ำเสมอของผลการ วัด หรือความมั่นคง เช่น ถ้านำแบบทดสอบไปวัดสิ่งเดียวกันสองครั้งแล้วได้ผลไม่แตกต่างกันถือว่ามีความคงที่ของผลคะแนนที่ได้สูง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบปัจจัยส่วนบุคคลว่ามีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. ได้ทราบแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. ได้ทราบความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. บริษัทที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่วิจัยไปปรับใช้ประโยชน์

5. ช่วยลดอัตราการลาออกของพนักงานในบริษัท
6. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานและบริษัท

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุงาน (ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน) ระดับการศึกษา สถานะภาพสมรส และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ

1. อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน
2. ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว ซึ่งในแต่ละขั้นตอนของครอบครัวจะมีอิทธิพลและความต้องการที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปมักทำการแบ่งขั้นวัฏจักรชีวิตครอบครัวเป็น 8 ลำดับ ในแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน

3. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มข้าราชการมักต้องการรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมันและราคาไม่สูงมาก ในขณะที่นักธุรกิจจะต้องการรถยนต์จากประเทศแถบยุโรปที่ดูหรูหราราคาแพง เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดจะต้องศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใด เพื่อที่จะนำมาจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

4. สถานะทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) สถานะทางเศรษฐกิจที่จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ รายได้ที่ใช้จ่ายของผู้บริโภค ซึ่งจะหมายถึงรายได้สุทธิของผู้บริโภคหลังจากที่เก็บเงินจำนวนหนึ่งไว้เป็นเงินออมแล้วจะเป็นเงินที่ผู้บริโภคมีไว้ เพื่อการใช้จ่าย อำนาจในการกู้ยืมเงินและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจขณะนั้น ๆ ของประเทศ

5. การศึกษา (Education) ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน

6. รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิต และยังเชื่อว่ารูปแบบของการดำรงชีวิตของผู้บริโภคเป็นผลรวมของกิจกรรมที่บุคคลทำ (Activities) ความสนใจของบุคคล (Interest) ความคิดเห็นของบุคคล ต่อสิ่งต่างๆ (Opinions) และลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographics) ของบุคคลนั้น อาจเขียนย่อ ๆ ได้ว่า Life Style = AIO Demo

7. บุคลิกลักษณะ (Personality) บุคลิกลักษณะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ เพราะบุคลิกลักษณะเป็นผลรวมของทัศนคติและนิสัยของบุคคล ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีบุคลิกแตกต่างกัน เช่น เป็นคนละเอียดอ่อน คนเปิดเผย คนมีความคิดสร้างสรรค์ หรือเป็นคนมีระเบียบ เป็นต้น

(อ้างอิง <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/Subm2/U323-1.htm> สืบค้นเมื่อวันที่ 24/04/2566)

สรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล มีประกอบด้วย 4 หลัก ๆ ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ คำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง ของประชากรในเรื่องของปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ เป็นตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมกรบริโภค ปัจจัยส่วนบุคคลด้านวงจรชีวิตครอบครัว ขึ้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของครอบครัว เป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาและรายได้ การศึกษามีอิทธิพลต่อรายได้เป็นอย่างมาก ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยในการศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยที่จัดทำขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริโภค

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำคูณ

ทฤษฎีของการจูงใจ (theories of motivation)

ความหมายของแรงจูงใจ คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere”(Kidd, 1973:101)ความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a individual to a course of activity) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุก ๆ วงการ

สำหรับโลเวลล์ (Lovell, 1980: 109) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างให้บรรลุผลสำเร็จ”

ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg

Frederick Herzberg Herzberg's "motivation-maintenance theory," "dual factor theory," and "the motivation-hygiene theory" Herzberg ได้ดำเนินการสัมภาษณ์นักวิศวกรและนักบัญชี ซึ่งจุดมุ่งหมายของการค้นคว้า เพื่อศึกษาทัศนคติที่เกี่ยวกับงานเพื่อที่จะให้มีหนทางเพิ่มผลผลิต ลดการขาดงาน และสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงาน และเพื่อประโยชน์ทั่วไปสำหรับทุกคนก็คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับอิทธิพลต่างๆที่จะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงขวัญ และกำลังใจ ที่จะส่งผลให้ทุกคนมีความสุข ภายสบายใจและมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น จากการวิเคราะห์คำตอบจากข้อความที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบมา ปรากฏว่า ปัจจัยหลายๆอย่างที่แตกต่างกันมีส่วนสัมพันธ์โดยตรงกับความรู้สึกที่ดีและไม่ดีที่เกิดขึ้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้สามารถแยกออกได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่ดีและมีผลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับงานที่ทำก็คือ ความสำเร็จ (achievement) การยอมรับ (recognition) ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า และคุณลักษณะของงานที่ทำอยู่ คือ ฐานะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับหัวหน้างาน กับเพื่อนร่วมงานกับลูกน้อง เทคโนโลยีของ บริษัทและการบริหาร ความมั่นคงในงาน สภาพการทำงาน เงื่อนไข และเรื่องราวส่วนตัวที่ถูกกระทบ โดยสภาพของงาน Herzberg's "" (maintenance or hygiene factors) เหตุผลที่เรียกชื่อเช่นนี้เพราะปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ส่วนแต่เป็นปัจจัยที่มีผลในทางป้องกันเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ปัจจัยเหล่านี้จะไม่สามารถสร้างแรงจูงใจได้แต่อาจป้องกันมิให้แรงจูงใจเกิดขึ้นมาได้ การต้องสนใจติดตามดูปัจจัยที่จำเป็นเพื่อการรักษาสถานะนี้ จึงนับว่าเป็นเรื่องจำเป็น แต่ปัจจัยกลุ่มนี้เพียงกลุ่มเดียวย่อมไม่เป็นการเพียงพอ สำหรับที่จะให้เป็นเงื่อนไขสำหรับการสร้างแรงจูงใจ

1) ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานปฏิบัติ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปัจจัยที่สามารถสนองตอบความต้องการภายในบุคคลได้ด้วยกัน ได้แก่ 1. ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล 2. การได้รับการยอมรับนับถือ

2) ปัจจัยค้ำจุน หรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย

1. เงินเดือนและสวัสดิการ 2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน 4. สถานะของอาชีพ 5. นโยบายและการบริหารงาน 6. สภาพการทำงาน 7. ความเป็นอยู่ส่วนตัว 8. ความมั่นคงในการทำงาน 9. วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา

สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ เป็นสิ่งที่คนต้องการ เพราะเป็นแรงจูงใจ ในการทำงาน องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยจูงใจเป็น องค์ประกอบที่สำคัญ ทำให้คนเกิดความสุขในการทำงาน โดยมีความสัมพันธ์กับแนวคิดที่ว่า เมื่อคนได้รับการตอบสนองด้วย ปัจจัยชนิดนี้ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน ผลคือ คนจะเกิดความพึงพอใจในงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยค้ำจุน หรือสุขศาสตร์ทำหน้าที่เป็นตัวป้องกัน ไม่ให้คนเกิดความไม่มีความสุข หรือ ไม่พึงพอใจในงานขึ้น ช่วยทำให้คน เปลี่ยนเจตคติจากการไม่อยากทำงานมาสู่ความพร้อมที่จะทำงาน

(อ้างอิง http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_61.html สืบค้นเมื่อวันที่ 4/05/2566)

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่น

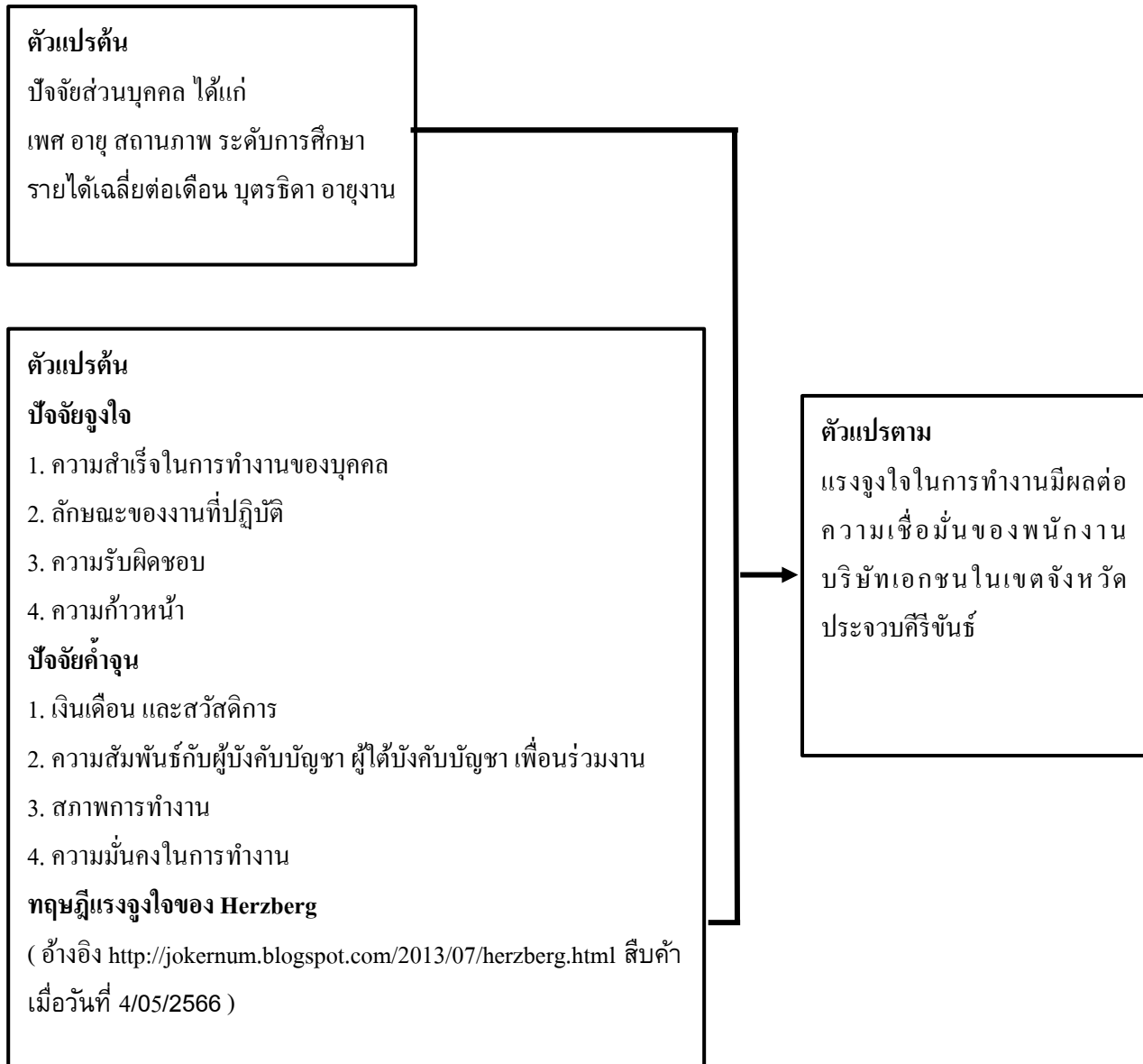
ความเชื่อมั่น หมายถึง ความคงที่ ความมั่นคง หรือความสม่ำเสมอของผลการ วัด เช่น ถ้านำแบบทดสอบไปวัดสิ่ง เดียวกันสองครั้งแล้วได้ผลไม่แตกต่างกันถือว่ามีความคงที่ของผลคะแนนที่ได้สูง นักการศึกษาและนักจิตวิทยาได้ให้ ความหมายของความเชื่อมั่นไว้ต่าง ๆ กันดังนี้

ความเชื่อ เป็นการแสดงถึงวิถีทางในการมองสิ่งต่างๆรอบๆตัว ซึ่งเป็นไปในลักษณะที่อยู่ระหว่าง 2 ขั้วคือ ถูก กับ ผิด หรือ ใช่ กับ ไม่ใช่ และการแสดงออกถึงที่บุคคลเห็นด้วย และยอมรับว่าเป็นความจริง

การศึกษาเรื่องความเชื่อ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ของมนุษยชาติความเชื่อเป็นหน่วย ของความรู้ ซึ่งผ่าน กระบวนการของประสบการณ์ และผลจากการติดต่อกับบุคคลอื่น เราไม่อาจสังเกตความเชื่อได้โดยตรง แต่จะสังเกตได้จาก พฤติกรรมที่บุคคลกระทำ และสันนิษฐานว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อ ความเชื่อไม่จำเป็น ต้องมีเหตุผลแต่ เป็นการกำหนดขึ้นจากสิ่งทีบุคคลต้องการจะเชื่อในสิ่งใด เขาสามารถเชื่อในสิ่งใด เขาสามารถเชื่อในอะไร และเขาถูกวาง เงื่อนไขในสิ่งที่เชื่อมาอย่างไร อีกประการหนึ่งความเชื่อนั้นทำให้เขาตอบสนองความต้องการพื้นฐานได้

สรุปได้ว่า ความเชื่อ หมายถึง ความคิด ความเข้าใจและการยอมรับ นับถือ เชื่อมั่นในสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยไม่ต้องมีเหตุผล ใดมาสนับสนุนหรือพิสูจน์ ทั้งนี้บางอย่างอาจมีหลักฐานอย่างเพียงพอที่จะพิสูจน์ได้ หรืออาจจะไม่มีหลักฐานที่จะนำมาใช้ พิสูจน์ให้เห็นจริงเกี่ยวกับสิ่งนั้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

ประชากร คือ กลุ่มประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 270,470 คน (ข้อมูล ณ รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2565 (เดือนมกราคม - เดือนธันวาคม))

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน ที่มีความสนใจเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้มาจากการคำนวณของสูตร Taro Yamane, 1973 (อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ, 2535) การเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษาวิจัยในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ดังนั้นจากการคำนวณแผนการสุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกผู้ที่เต็มใจและสะดวกจะตอบแบบสอบถามในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้เพื่อให้ได้ผลการศึกษาน่าเชื่อถือมากที่สุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด มีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตร วิชาอายุงาน แบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 7 ข้อ โดยมีระดับการวัด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้การวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 40 ข้อ แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้การวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 6 ข้อ แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการสร้างดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิธีการศึกษา เรื่องแรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ครอบคลุมเนื้อหาในด้านต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนโดยใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นแนวทางในการ ตั้งแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน

ส่วนที่ 3 ความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ภาษาที่ใช้และทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและด้านการศึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ครอบคลุมสอดคล้องกับหัวข้อปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัย และพิจารณาความถูกต้อง ชัดเจน ของภาษาที่ใช้

ขั้นตอนที่ 6 วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยหาค่า IOC (Index of item objective congruence) มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ค่า IOC เท่ากับ 1.00

ขั้นตอนที่ 7 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์โดยวิธีการหาค่าครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยมีเกณฑ์ตัดสินค่าประสิทธิสัมสัมพันธ์มีค่า 0.81 – 1.00 จะไม่แก้ไขแบบสอบถาม หากต่ำกว่า 0.80 ต้องทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยค่าความเชื่อมั่นมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางออนไลน์ โดยใช้ Google Form

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติของการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สถิติที่ใช้คือ T-Test , ANOVA
2. แรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สถิติที่ใช้คือ ANOVA

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 คน มีเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 สถานภาพ โสดจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 จำนวนบุตร ธิดา ไม่มี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และอายุงาน 5ปีขึ้นไป จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตจังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์

พบว่า พนักงานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญของแรงจูงใจ ของปัจจัยจูงใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ได้แก่ ความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.705) ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.773) และลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.772) ความก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.099) ตามลำดับ

พบว่า พนักงานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญของแรงจูงใจ ของปัจจัยจูงใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 4 ข้อ ได้แก่ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.8710) สภาพการทำงาน ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.1.101) ความมั่นคงในการทำงาน ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 1.198) และเงินเดือนและสวัสดิการ ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 1.404) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 คน ความเชื่อมั่นบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.949)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดา อายุงาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

1. ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

2. ไม่ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อายุงาน ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ปัจจัยค่าจ้าง เงินเดือนและสวัสดิการความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

ผลการทดสอบ

1. ยอมรับสมมติฐาน แรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ปัจจัยค่าจ้าง เงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

2. ไม่ยอมรับสมมติฐาน แรงจูงใจ ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค่าจ้าง ความมั่นคงในการทำงาน ในการทำงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถตอบวัตถุประสงค์และนำมาอภิปรายผลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน พบว่า ความแตกต่างของความเชื่อมั่นพนักงานบริษัทเอกชนระหว่างเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตรธิดาต่าง ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และในส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อายุงาน ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน พบว่า ความแตกต่างของความเชื่อมั่นพนักงานบริษัทเอกชนระหว่างอายุ สถานภาพ

อายุงานต่าง ๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการศึกษา พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 คน มีเพศชายและเพศหญิง เท่ากัน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 สถานภาพ โสด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 จำนวนบุตรธิดา ไม่มี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และอายุงาน 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของสิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538, หน้า 41-42 และสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ บัณฑิตา ลาภพันธ์ (2564) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับ ปฏิบัติการห้างสรรพสินค้า สาขาชิดลม กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-29 ปี ทำงานแผนกแผนกเสื้อผ้าวัยรุ่นชาย ตำแหน่งพนักงานขาย และมีอายุการทำงาน 4-6 ปี เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1.) ปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานระดับ ปฏิบัติการ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาชิดลม กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันมี ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.2 ด้านแรงจูงใจ

แรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจ ปัจจัยจูงใจ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ปัจจัยค้ำจุน เงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ในการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน พบว่า ความแตกต่างของความเชื่อมั่นพนักงานบริษัทเอกชนความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า เงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงานต่าง ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แรงจูงใจได้แก่ แรงจูงใจ ความมั่นคง ในการทำงาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่างกัน พบว่า ความแตกต่างของความเชื่อมั่นพนักงานบริษัทเอกชนความมั่นคงในการทำงานต่าง ๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg และสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สิทธิวัช จันทร์พล , ชำนาญ ทองเย็น (2565) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ จังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้านปัจจัยจูงใจ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความเห็นของปัจจัยจูงใจในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีลักษณะของงาน เป็นลำดับแรก ด้านปัจจัยค้ำจุน ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความเห็นของปัจจัยค้ำจุน ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีความมั่นคง ในงาน เป็นลำดับแรก ในด้านความผูกพันต่อองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความเห็นของความผูกพันต่อองค์กร ในภาพรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการคงอยู่ เป็นลำดับแรก ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันใน ระดับค่อนข้างสูงกับความผูกพันต่อองค์กร

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ,แรงงาน.(2565).ส่องทิศทางการตลาดงานปี 65 กับ 10 อันดับ "สายงาน" ที่เป็นที่ต้องการของตลาด. ค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2566.
จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/983267>
- Castool Tooling System,180 Thai Blog. (2560). การสร้างความเชื่อมั่นในองค์กรสำคัญมากแค่ไหน. ค้นเมื่อ 03 พฤษภาคม 2566.
จาก <https://shorturl.asia/N2Ans>
- ไทยวินเนอร์ , ไทยวินเนอร์ (2022). วิธีสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงาน ทางลัดสู่ความสำเร็จ. ค้นเมื่อ 03 พฤษภาคม 2566.
จาก <https://thaiwinner.com/convincing-employees/>
- กรมอนามัย , กระทรวงสาธารณสุข (2566). ประชากรทะเบียนราษฎร จำแนกรายเพศ ปีงบประมาณ 2566 เขตสุขภาพที่ 5. ค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2566. จาก <http://dashboard.anamai.moph.go.th/population/pop-all/region?year=2023&rg=05>
- สำนักงานแรงงานจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, กระทรวงแรงงาน.(2565). รายงานสถานการณ์แรงงาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี2565 (เดือนมกราคม-เดือนธันวาคม). ค้นเมื่อ3พฤษภาคม 2566จาก https://prachuapkhirikhan.mol.go.th/news_group/labour_situation
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors). ค้นเมื่อ 24 เมษายน 2566.
จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/Subm2/U323-1.htm>
- แนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปัจจัยส่วนบุคคล. ค้นเมื่อ 24 เมษายน 2566.
จาก https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2557/econ40757ppp_ch2.pdf
- Srisupan,Blogger.(2553).ทฤษฎีของการจูงใจ (theories of motivation).ค้นเมื่อ 24 เมษายน 2566. จาก <http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>
- ชาคริต เขื่อนสูงศักดิ์,มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย (2016).ทฤษฎีของการจูงใจ (theories of motivation). ค้นเมื่อ 24 เมษายน 2566. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/617749>
- นายบุญชัย มูลธรร, Blogger (2556). ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg.ค้นเมื่อ 4พฤษภาคม 2566. จาก <http://jokemum.blogspot.com/2013/07/herzberg.html>
- วชิรวัชร งามละม่อม, Blogger (2558). ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg.ค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2566.
จาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_61.html
- Novabizz, Novabizz. (2022). ความเชื่อ.ค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2566. จาก <https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Beliefs.htm>