คณะจิตวิทยา

ความสัมพันธ์ระหว่าง จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

นางสาว ปาริฉัตร	อินทสุวรรณ	รหัสนิสิต 5037460638
นางสาว ลักษริน	สิริคาดีญา	รหัสนิสิต 5037496238
นางสาว โสภิตา	ไตรเดชาพล	รหัสนิสิต 5037522938

รายงานโครงงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตร์บัณฑิต
สาขาจิตวิทยา คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

RELATIONSHIPS AMONG SERVICE ORIENTATION, WORK MOTIVATION, AND PERFORMANCES OF SALE EMPLOYEES

MISS PARICHAT INTHASUWAN I.D. 5037460638

MISS LAKSARIN SIRIKADIYA I.D. 5037496238

MISS SOPITA TRIDECHAPON I.D. 5037522938

This Research Project Report in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Bachelor of Science Program in Psychology

Faculty of Psychology Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

ปาริฉัตร อินทสุวรรณ ลักษริน สิริคาดีญา โสภิตา ไตรเดชาพล : ความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. (RELATIONSHIPS AMONG SERVICE ORIENTATION, WORK MOTIVATION, AND PERFORMANCES OF SALE EMPLOYEES) อ.ที่ปรึกษางานวิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ตุ้ยคำภีร์, 97 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานในพนักงานขาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นพนักงานประจำร้าน 7-eleven สาขาประจำสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่างจังหวัดรวมอยุธยาและสระบุรี จำนวน 162 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ มาตรวัดแรงจูงใจในการทำงาน และมาตรวัดผลการปฏิบัติงาน ใช้การวิเคราะห์สถิติ หาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า

1.จิตสำนึกในการให้บริการมีสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกกับแรงจูงใจในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

2.จิตสำนึกในการให้บริการมีสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.แรงจูงใจในการทำงานมีสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา จิตวิทยา ลายมือชื่อนิสิต ปาริฉัตร อินทสุวรรณ ลักษริน สิริคาดีญา โสภิตา ไตรเดชาพล

ปีการศึกษา 2553 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อรัญญา ตุ้ยคำภีร์

MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORDS : SERVICE ORIENTATION / WORK MOTIVATION,/ CONSENSUS PERFORMANCES / SALE EMPLOYEES.

PARICHAT INTHASUWAN, LAKSARIN SIRIKADIYA, AND SOPITA TRIDECHAPON: RELATIONSHIPS AMONG SERVICE ORIENTATION, WORK MOTIVATION, AND PERFORMANCES OF SALE EMPLOYEES. ADVISOR: ASSIST. PROF. RANYA TUICOMEPEE, Ph.D., 97 pp.

The purpose of this study was to examine relationships among service orientation, work motivation, and performances. Participants were a hundred and sixty two sale employees of 7-eleven store branches PTT gas stations in Bangkok and perimeter including Ayutthaya and Saraburi provinces. Instruments included *the Measure of service orientation Scale, the Measure work motivation Scale, and Measure of performance Scale*. Statistical analysis use Correlation Pearson and Multiple Regression Analysis.

Results show that

1. Service orientation positively correlate with work motivation ($p < .001$).
2. Service orientation positively correlate with performances ($p < .05$).
3. Work motivation positively correlate with performances ($p < .05$).
4. Service orientation and work motivation there are no direct effects on performance ($p < .05$).

PARICHAT INTHASUWAN

Field of Study : Psychology Student's Signature Laksarin Sirikadiya

Sopita Tridechapon

Academic Year : 2010 Advisor's Signature Ranya Tuicomepee

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณา ความเอาใจใส่ และเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ตุ้ยคัมภีร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ความช่วยเหลือ ให้ความรู้ แนะนำแนวทางที่เป็นประโยชน์ในด้านต่างๆ รวมถึงให้กำลังใจและคอยตรวจสอบแก้ไขงานของผู้วิจัยด้วยความปรารถนาดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ชวัลณัฐ เหล่าพูนพัฒน์ ที่ให้คำแนะนำและสละเวลาให้คำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ

ขอขอบพระคุณ คุณกิตติรัฐ ศรีคำและคุณสรวัฒ พงษ์ณวัฒน์ ที่ให้ความร่วมมือในการประสานงานเพื่อให้กลุ่มผู้ทำวิจัยสามารถเก็บข้อมูลกับทางบริษัทได้อย่างลุล่วง

ขอขอบพระคุณ คุณเจณิกา วังสถาพร ที่ได้ช่วยสอนและดูแลการทำสถิติวิเคราะห์ในครั้งนี้ พร้อมทั้งเป็นที่ปรึกษาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอขอบพระคุณ คุณชัยชนัฐ อรรคเศรษฐัง และ คุณเทอดศักดิ์ บำรุงผล ที่ช่วยอนุเคราะห์ในการเดินทางไปเก็บข้อมูลในสถานที่แต่ละสาขา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ คณะจิตวิทยาทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัย ขอบขอบคุณผู้ที่มีส่วนให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ทุกท่านและขออภัยหากมิได้กล่าวถึง

สุดท้ายนี้ กลุ่มผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ของกลุ่มข้าพเจ้าที่ได้ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุน ในด้านต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ในที่สุด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ

กิตติกรรมประกาศ..... ฉ

สารบัญ..... ช

สารบัญตาราง..... ฌ

บทที่ 1 บทนำ..... 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 4

จิตสำนึกในการให้บริการ..... 4

แรงจูงใจในการทำงาน..... 10

ผลการปฏิบัติงาน..... 17

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 23

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย..... 33

สมมติฐานการวิจัย..... 33

ขอบเขตการวิจัย..... 34

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย..... 34

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 35

บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย..... 36

กลุ่มตัวอย่าง..... 36

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 36

วิธีดำเนินการวิจัย..... 49

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 50

บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 51

บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย..... 65

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ..... 69

รายการอ้างอิง..... 73

ภาคผนวก..... 77

ภาคผนวก ก..... 78

ภาคผนวก ข..... 85

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 88

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
ตารางที่ 1	ผลการวิเคราะห์ผลมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์ สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (CITC) และ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	39
ตารางที่ 2	ผลการวิเคราะห์ผลมาตรแรงจูงใจในการทำงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆ ในมาตรวัด (CITC) และ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	42
ตารางที่ 3	ผลการวิเคราะห์มาตรวัดผลการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ ในมาตรวัด (CITC) และ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าครอนบราค	46
ตารางที่ 4	ค่าเฉลี่ย (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของตัวแปร เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ การศึกษาและระยะเวลาการทำงานกับบริษัทฯ ของพนักงานขายประจำร้านสะดวกซื้อ (7-eleven) ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	51
ตารางที่ 5	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน และผลการปฏิบัติงาน	53
ตารางที่ 6	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เมื่อใช้ตัวแปรผลการปฏิบัติงานรวมทุกด้านและผลการปฏิบัติงานในแต่ละด้านเป็นตัวแปรตาม	57

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทรัพยากรมนุษย์นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์การให้ประสบผลสำเร็จในโลกแห่งการแข่งขันยุคปัจจุบัน ดังนั้นการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานจึงถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่แต่ละองค์การควรสรรหาและคัดสรรพนักงานเหล่านี้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ (ชูชัย สมิทธไกร, 2550) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับงานขายและการให้บริการลูกค้า ซึ่งนับวันยิ่งมีการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ ,2551)

ตัวชี้วัดหนึ่งที่ใช้ประเมินประสิทธิภาพของทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ คือ ผลการปฏิบัติงาน (Performances) ของพนักงานในองค์การนั้นเอง ซึ่งผลการปฏิบัติงานในที่นี้ หมายถึงพฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้ โดยมีการกำหนดลักษณะงาน ค่างาน และคุณลักษณะของผลการปฏิบัติงานที่ดีไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเกณฑ์ชี้วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานทราบเป้าหมายและทิศทางในการทำงาน (Gomez - Meija, Balkin & Cardy, 2004 อ้างถึงใน หทัยรัตน์ พจนปรีชากุล, 2551) ทั้งนี้งานวิจัยด้านจิตวิทยาที่ผ่านมาระบุว่ามีตัวแปรด้านจิตวิทยาหลายตัวที่สัมพันธ์กับ ผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ ดังเช่น งานวิจัยของ Podsakoff และ Mackenzie (1994, อ้างถึงใน กฤติพงษ์ จิวไพโรจน์กิจ, 2552) ศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานขายในบริษัทประกันภัย จำนวน 116 คน พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและมีอำนาจในการทำนายผลการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 17 งานวิจัย วัลภา สบายยิ่ง (2542) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนเองและบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง จำนวน 443 คน และพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ งานวิจัย เบญจมาศ โรจน์ธนกิจ (2546, อ้างถึงใน บุศบงค์ จงจิตเจริญ, 2552) ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างหัวหน้าในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง จำนวน 142 คน พบว่าการรับรู้วัฒนธรรมองค์การด้านความเป็นกลุ่มนิยม ด้านลักษณะความเป็นเพศชายและความเป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการรับรู้วัฒนธรรมองค์การด้านลักษณะ

ความเป็นเพศหญิงสามารถร่วมพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นอกจากผลการปฏิบัติงานแล้ว การมีจิตสำนึกในการให้บริการในงาน (Service Orientation) ถือเป็นปัจจัยขับเคลื่อนองค์การที่สำคัญที่ทำให้ผลประกอบการของแต่ละองค์การที่เกี่ยวข้องกับการขายและการให้บริการลูกค้านั้นมากน้อยแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานเหล่านี้ มีหน้าที่โดยตรงในการให้บริการและดูแลรักษาลูกค้า ซึ่งหากพวกเขาเหล่านั้นสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าขององค์การได้ ก็ย่อมส่งผลให้ผลประกอบการขององค์การนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ ทั้งนี้จิตสำนึกในการให้บริการ หมายถึง แนวโน้มที่จะเป็นผู้ชอบให้ความช่วยเหลือความเอาใจใส่ และ ความร่วมมือกับผู้อื่น (Hogan et al. ,1984) นอกจากนี้จิตสำนึกในการให้บริการยังต้องประกอบด้วย ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งภายในและภายนอก การแสดงกิริยา น้ำเสียง ท่าทางและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ (อาภรณ์ ภู่วิทยพันธ์ ,2547) อีกด้วย งานบริการที่ดีเป็นสิ่งที่องค์การต้องการ ดังนั้น การมีบุคลากรหรือพนักงานที่มีจิตสำนึกในการให้บริการในระดับสูง ย่อมทำให้องค์การมั่นใจได้ว่าจะสามารถให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการได้ (Lytle,Hom and Mokwa,1988; Widmier,2002 อ้างถึงใน ชนันตรา ร่อนพิบูลย์ ,2550)

งานวิจัยอโนมา หอวิเชียร (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพตามแนวทางบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การสนับสนุนจากองค์การตามการรับรู้ และจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานธนาคารออมสินในสำนักงานใหญ่และสาขาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 320 คน พบว่าบุคลิกภาพตามแนวทางบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สามารถร่วมทำนายจิตสำนึกในการให้บริการได้ 3 ด้าน คือ ด้านการแสดงตัว (Extraversion) ด้านการเปิดกว้าง (Openness) และด้านการมีจิตสำนึก (Conscientiousness) และการสนับสนุนจากองค์การตามการรับรู้ สามารถร่วมทำนายจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ สลักจิต ดวงจันทร์ (2551) ศึกษากลุ่มตัวอย่างพนังงานส่งเสริมการขายพีจีและพนักงานส่งเสริมการขายพีซีของบริษัทผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มรวม 110 คน พบว่าพนักงานส่งเสริมการขายพีจีมีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองโดยยึดองค์การเป็นหลักกับจิตสำนึกในการให้บริการสูงกว่าพนักงานส่งเสริมการขายพีซี การเห็นคุณค่าในตนเองโดยยึดองค์การเป็นหลัก และประเภทของงานสามารถทำนายจิตสำนึกในการให้บริการได้ นอกจากนี้ พนักงานที่เห็นคุณค่าในตนเองโดยยึดหลักองค์การเป็นหลักสูง มีคะแนนจิตสำนึกในการให้บริการสูง กว่ากลุ่มพนักงานที่มี การเห็นคุณค่าในตนเองโดยยึดองค์การเป็นหลักต่ำด้วย

ปัจจัยต่อมาที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงาน ได้แก่ แรงจูงใจในการทำงาน ดังเช่ย Miao, Evans และ Zuo (2007, อ้างถึงในพิชชุดา สวัสดิสุข, 2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องบทบาทแรงจูงใจของพนักงานขายต่อกระบวนการควบคุมการขาย กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขายจำนวน 396 คน จาก 97 บริษัท และมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 175 คน การวิจัยนี้ศึกษาทั้งแรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายในของพนักงานขายในครั้งนี้ พบว่าทั้งแรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการควบคุมประสิทธิภาพของการขาย ด้านงานวิจัยของสิริเดช ปริวัตรพันธ์ (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน เชาว์อารมณ์และความผูกพันกับองค์การของผู้บริหารตัวแทนประกันชีวิต กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จัดการหน่วยและผู้จัดการเขต ของบริษัทไอเอ็นจีประกันชีวิต จำกัด จำนวน 500 คน และสามารถเก็บแบบสอบถามคืนได้ 328 คน ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจภายนอกสามารถทำนายความผูกพันกับองค์การได้สูงที่สุด รองลงมา คือ เชาว์อารมณ์ และแรงจูงใจภายใน นอกจากนี้ยังเห็นว่าผู้จัดการหน่วยและผู้จัดการเขตที่มีอายุงาน 3 ปี และ 2 ปี ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจภายนอกว่ามีผลต่อความผูกพันกับองค์การ และ Holden (2002, อ้างถึงในพิชชุดา สวัสดิสุข, 2551) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาอาชีพกับแรงจูงใจภายในของผู้จัดการโครงการ ความพึงพอใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการโครงการ จำนวน 118 คน ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาอาชีพกับแรงจูงใจภายในของผู้จัดการโครงการมีความสัมพันธ์กันทางบวก และประสบการณ์ในการทำโครงการกับแรงจูงใจภายในยังมีความสัมพันธ์กันทางบวกอีกด้วย

ด้วยเหตุผลที่กล่าวข้างต้น กลุ่มผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยมีคำถามการวิจัย ดังเช่น (1) ระดับของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานในพนักงานขายมีมากน้อยเพียงใด อย่างไร (2) จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร (3) อิทธิพลของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนั้นมาพัฒนาให้สอดคล้องและนำไปประยุกต์ใช้ในงานบริหารงานบุคคลในองค์การต่อไป

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายครั้งนี้ ทีมผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. **จิตสำนึกในการให้บริการ** (Service Orientation)

1.1.คำจำกัดความ

จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) เป็นสิ่งที่องค์กรควาดหวังให้พนักงานทุกระดับมี เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนเหนือกว่าคู่แข่ง มีกลุ่มผู้วิจัยหลายกลุ่มให้ความหมายของ จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientations หรือ Service Mind) ไว้ดังนี้

Hogan และคณะ (1984) เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกที่สร้างมาตรวัดและให้ความหมายของจิตสำนึกในการให้บริการ ซึ่งได้ถูกยอมรับจากสาธารณะชน ให้ความหมายของจิตสำนึกในการให้บริการว่า แนวโน้มของบุคคลที่มีลักษณะท่าทางชอบให้ความช่วยเหลือ มีความเอื้ออาทร เห็นอกเห็นใจ และให้ความร่วมมือกับผู้อื่น

ชนัตรา ร่อนไพบูลย์ (2550) ได้ให้คำนิยามของคำว่าจิตสำนึกการให้บริการ ไว้ดังนี้ ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพื่อเสนอบริการ ที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าโดยแสดงกิริยาและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม

กฤษณ์ อริยะพุทธิพงษ์และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2548 อ้างถึงใน ชนัตราร่อนไพบูลย์ 2550) ให้ความหมายของการมีใจให้บริการว่าหมายถึง การคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ เป็นการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างให้เกียรติ ให้คุณค่าต่อความคิดเห็นของลูกค้า บริการลูกค้า และดูแลเอาใจใส่ลูกค้าด้วยใจ สามารถพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ และปฏิบัติเกินความคาดหวังของลูกค้าเสมอ

สลักจิตร ดวงจันทร์ (2551) ให้ความหมายของจิตสำนึกให้บริการ ว่า ความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจ อันนำมาสู่ความประทับใจให้กับลูกค้า โดยการแสดงกิริยาและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม

อาภรณ์ ภู่วิทยาพันธุ์ (2547 อ้างถึงใน สลักจิตร ดวงจันทร์ 2551) ให้ความหมายของจิตสำนึกในการให้บริการว่าหมายถึง การตระหนักและเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบที่ต้องการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมถึงการแสดงออกที่จะช่วยเหลือและให้ความร่วมมือแก่ลูกค้า

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ ได้เขียนไว้ในหนังสือ จิตวิทยาบริการ กล่าวไว้ว่า "การบริการ (Service) หมายถึง การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น" (จิตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551, หน้า13)

ยิ่งศักดิ์ โควสุรัตน์ (2549) ให้ความหมายของ หัวใจของงานบริการ (Service Mind) ไว้ว่า "เป็นวิญญานแห่งการบริการ" หรือ "จิตสำนึกแห่งงานบริการ" ซึ่งประกอบด้วย ความจริงใจ และการให้ที่ไม่หวังผลตอบแทน (หน้า 15-23)

สมิต สัญกร (2542) ให้ความหมายของการบริการ ไว้ว่า "เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ ในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกียวข้องได้รับความช่วยเหลือ และอำนวยประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้บริการ" (หน้า 13-14)

โดยสรุปแล้ว จิตสำนึกในการให้บริการ หมายถึง แนวโน้มของบุคคลที่จะให้บริการ ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ให้ความช่วยเหลือ การดูแลเอาใจใส่ การแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมโดยกระทำอย่างเต็มใจและไม่หวังผลตอบแทน ทำให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเกินความคาดหมาย จนเกิดความประทับใจ

1.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจิตสำนึกในการให้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกในการให้บริการนั้นได้รับความสนใจอย่างมากในธุรกิจต่าง ๆ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551) เพราะงานบริการเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจเติบโตและโด่งดังกว่าคู่แข่ง (สมิต สัชณุกร, 2542) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกในการให้การบริการว่า เป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ ไม่ใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือ หรือการกระทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจเราผู้เป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง 5 ข้อดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากน้อยเพียงใด แต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพึงพอใจของลูกค้า

3. การปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน

การให้บริการซึ่งจะตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดคือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะถ้าหากมี **ข้อผิดพลาดแล้วจะยากจำทำให้ลูกค้าพอใจ**

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์

การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและตอบสนองให้รวดเร็วก่อนกำหนดอีกด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ

การให้บริการในลักษณะใด ๆ จะต้องพิจารณาโดยรอบครอบ ยึดหลักในการให้บริการระมัดระวังไม่ทำผลกระทบเสียหาย จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย

ส่วน Hogan et al. (1984) ได้มองว่าจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) เป็นกลุ่มของลักษณะบุคลิกภาพทางจิตวิทยา ที่มีการคัดเลือกคนที่มีลักษณะตรงตามความต้องการขององค์กรอยู่แล้วเป็นสิ่งที่องค์กรทำได้ง่าย ประหยัดงบประมาณในการอบรมและสามารถพัฒนาบุคคลให้มีใจให้บริการตามที่องค์กรต้องการ นอกจากนี้ Hogan ได้ปรับปรุงแบบประเมินบุคลิกภาพและแบบทดสอบความตรงตามภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) ได้เป็นแบบทดสอบ Service Orientation Index (SOI) และได้นำไปทดสอบความตรงตามสภาพ (Concurrent Validity) นับเป็นก้าวแรกของการศึกษาจิตสำนึกในการให้บริการ

1.3 องค์ประกอบของจิตสำนึกให้บริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) กล่าวไว้ใน หนังสือจิตวิทยาการบริการว่า ได้แบ่งองค์ประกอบของการบริการเป็น 3 ประการคือ

1. ลูกค้า หรือผู้รับบริการ
2. ผู้ให้บริการ หรือพนักงาน
3. ตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะประกอบขึ้นมาเป็น “สินค้าและบริการ” ได้นั้นมี 2 ส่วนคือ

ฮาร์ดแวร์ ในทางบริการหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถจับต้องได้ เช่น ตึกการตกแต่งภายในและภายนอก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ เครื่อง

คอมพิวเตอร์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ระบบโทรศัพท์ เครื่องมือเครื่องใช้และอุกรณ์สำนักงาน เป็นต้น

ซอฟต์แวร์ ในทางการบริการเหมายถึง การให้บริการที่ดี มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าสนใจในรายละเอียด ทำให้ลูกค้ามีความสุขสบายและสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการแก้ไขปัญหาของลูกค้าให้ลุล่วงไปด้วยดี ตัวอย่างซอฟต์แวร์ เช่น การไหลลื่นของลูกค้าที่ไม่ติดขัด ระบบการตอบรับโทรศัพท์ที่มีประสิทธิภาพ การบริหารการรอของลูกค้า การปฏิบัติต่อลูกค้าพิการ และการรับคำตำหนิ (Handling Complaint) รวมทั้งการแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ เป็นต้น

ชนัตรา ร่อนพิบูลย์ (2550) สรุปองค์ประกอบของจิตสำนึกในการให้บริการ ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบจากหลายกลุ่มผู้วิจัยดังนี้

1. ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
2. การเสนอบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้า
3. การแสดงพฤติกรรมในการให้บริการอย่างเหมาะสม
4. การใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อการให้บริการที่ดีเยี่ยม
5. การป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการให้บริการ
6. การฝึกอบรมทักษะการให้บริการที่ดี
7. การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม
8. การมีความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น
9. การเป็นมิตร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และชอบช่วยเหลือผู้อื่น

จากองค์ประกอบทั้ง 9 องค์ประกอบสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ภายนอก (interpersonal) ได้แก่องค์ประกอบที่ 1-6 และ 2) กลุ่มภายในตังบุคคล (intrapersonal) ได้แก่องค์ประกอบที่ 7-9

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์ (2549) กล่าวไว้ในหนังสือมัดใจลูกค้าได้ด้วยสุดยอดบริการ (Service Mind)ว่า มีปัจจัยองค์ประกอบของการมีจิตสำนึกให้บริการ 5 มิติได้แก่

1. ด้านจิตใจ มีจิตใจที่ปรารถนาที่จะให้บริการ เห็นอกเห็นใจผู้อื่น รักและปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุข รวมทั้งมองบุคคลรอบข้างในเชิงบวกเสมอ

2. ด้านทัศนคติ เป็นการรับรู้ มุมมอง ความเชื่อ และความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อการให้บริการแก่บุคคลที่อยู่รอบข้าง โดยพื้นฐานของการมีทัศนคติที่ย่อมเกิดจากสภาพจิตใจที่ดีด้วย

3. สีหน้าและแววตา การแสดงออกด้วยสีหน้าและแววตา สามารถบ่งบอกได้ถึงความต้องการที่จะให้บริการผู้อื่นมีแววตาที่แสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจกัน หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมให้ความร่วมมือเสมอ

4. คำพูด คำพูดสามารถสร้างมิตรที่ดีและศัตรูที่ร้ายกาจ คำพูดเป็นดาบสองคม หากพูดดีก็ดีไป หากพูดม่ดีอาจทำใก้เกิดผลเสีย

5. พฤติกรรม เป็นการแสดงออกด้วยการกระทำตลอดจนกระตือรือร้อนและพร้อมที่จะแสดงปฏิกริยาตอบสนองต่อลูกค้า รวมไปถึงการอาสา อุทิศตนให้เวลาบริการลูกค้าทั้งที่ร้องขอและไม่ร้องขอ

จากองค์ประกอบของจิตสำนึกให้บริการของ ชนัตรา ร่อนพิบูลย์(2550) จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) กล่าวจากหนังสือจิตวิทยาบริการ และอาภรณ์ ภู่วิทยาพันธุ์ (2549) จากหนังสือ มัดใจลูกค้าได้ด้วยสุดยอดการบริการ มาสรุปในการสร้างมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการประกอบด้วย 8 องค์ปะกอบโดยนำข้อ 1) และข้อ 2) มารวมเป็นข้อเดียวกันส่วนข้อที่เหลือคงรูปแบบเดิมไว้

1.4 ผลของการมีจิตสำนึกการให้บริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) การที่บุคคลมีจิตใจให้บริการดังกล่าวข้างต้น จะช่วยให้เกิดผลดีต่อลูกค้า ต่อตัวผู้ให้บริการเอง และต่องานที่ทำ

ผลดีต่อลูกค้า

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจ

2. สามารถเพิ่มปริมาณ คุณภาพและความรวดเร็วของงานได้ สามารถใช้เวลาให้คุ้มค่าในช่วงเวลาสั้น ๆ สามารถทำงานได้หลายอย่าง

3. ประหยัดเงินและเวลา การให้บริการที่รวดเร็วช่วยประหยัดเงินในการจ้างหรือใช้จ่าย

4. เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ให้บริการ ผู้มาติดต่อขอรับบริการ เมื่อผลลัพธ์เกิดขึ้นรวดเร็วและด้วยน้ำใจบริการที่ดี จะสร้างสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกันะหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะเกิดความประทับใจและยินดีกลับมาให้บริการใหม่

ผลดีต่อผู้ให้บริการเอง

1. ความสำเร็จของงาน ส่งผลให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จได้รวดเร็ว ทำให้งานไม่คั่งค้าง สุขภาพจิตในการทำงานดีด้วย

2. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร หรือที่เรียกว่า "ภาพลักษณ์" การให้บริการที่ดีจะสะท้อนเป็นภาพความสำเร็จ ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการก็จะบอกต่อ

3. มีกำลังใจ เมื่อบริการที่ดีภาพสะท้อนก็ดี เกิดบรรยากาศที่ดี น้ำเสียงหรือพูดจาก็เป็นไปด้วยดีไ

4. คิดสร้างงานต่อ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น เกิดขวัญและกำลังใจที่ดี ทำงานได้มาก มีคุณภาพ ผลตอบแทนก็จมากตามไปด้วย ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์งานต่อไป

ผลดีต่องานที่ทำ

1. งานเป็นที่พึงพอใจ เพราะมาจากการตั้งใจของผู้บริหารงานจึงมีคุณภาพ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าของงาน

2. งานเกิดการพัฒนาต่อ เพราะมีผู้สนใจนำไปใช้ เนื่องจากผลงานที่บุคคลพึงพอใจเป็นเพียงส่วน หนึ่งอีกส่วนหนึ่งคือการให้บริการที่ดี ทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

งานช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะความก้าวกน้าและความสำเร็จขององค์กรขึ้นอยู่กับผลผลิดหรือผลงาน เมื่อผลผลิตได้รับการยอมรับและมีลูค้าบอกต่อ และขยายการใช้บริการต่อ ทำให้งานสำเร็จและมีความประทับใจจากการให้บริการ ซึ่งจะทวีความนิยมต่อเนื่อง ความสำเร็จขององค์กรจะเกี่ยวเนื่องเริ่มตั้งแต่ผลผลิต การให้บริการ การนำไปใช้แล้วเกิดผลดีและประทับใจในการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

2. แรงจูงใจในการทำงาน (Work Motivation)

2.1 คำจำกัดความ

แรงจูงใจในการทำงานเป็นกระบวนการที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมต่างๆของแต่ละบุคคลของการทำงานซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดและความหมายของแรงจูงใจและแรงจูงใจในการทำงานไว้ดังนี้

James C.Davie (1979, อ้างใน ธนวัฒน์ ตั้งวงษ์เจริญ, 2539) **ให้ความหมาย แรงจูงใจ คือ** การแสวงหาหนทางให้ได้มาซึ่งความพอใจในแต่ละชั้นของความต้องการอันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์

J.Kogan & E.Havemann (1980) ให้ความหมาย แรงจูง หมายถึง แรงซึ่งควบคุมพฤติกรรมของคน อันเกิดจากความต้องการ พลังกดดัน ความปรารถนา ที่ผลักดันให้คนพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

สุพัตรา สุภาพ (2540) กล่าวว่าการจูงใจเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ เพื่อชักนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตามเป้าหมายและเป็นการโน้มน้าวจิตใจให้บุคคลเกิดพลังร่วมกันทำงานในการทำภารกิจขององค์กรให้ลุล่วง

วัฒนา ศรีสม (2542, อ้างถึงใน สิริเดช ปริวัตรพันธ์, 2551) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจในการทำงานหมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือแรงผลักดัน หรือความต้องการที่ผลักดันให้บุคคลมีความเต็มใจการทำงาน เกิดความพอใจและมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดีที่สุดเพื่อที่จะบรรลุผลสำเร็จ

พิชชุดา สวัสดิสุข (2551) ให้ความหมายเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่ถูกกระตุ้นหรือผลัดดัน โดยปัจจัยต่างๆจนก่อให้เกิดความพยายามและความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานให้ดีด้วยความเต็มใจและให้บรรลุผลสำเร็จได้

กล่าวโดยสรุป แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง กระบวนการที่กระตุ้นบุคคลให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์อันก่อให้เกิดความตั้งใจและเป็นผลสำเร็จของงาน

2.2. **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ**

กิบสัน, อิวานเซวิค และดอนเนลลี (Gibson, Ivancevich, & Donelly, 1982 อ้างถึงใน นิรามิส อรุโณทอง, 2539) ได้จำแนกทฤษฎีการจูงใจในออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ทฤษฎีที่อธิบายเนื้อหาของงาน (Content Theories) ได้แก่ ความสำคัญของงาน ความท้าทายของงาน ความเจริญก้าวหน้าในงาน ความรับผิดชอบงาน

2. ทฤษฎีที่อธิบายกระบวนการในการทำงาน (Process Theories) ได้แก่ การเน้นกระบวนการทางจิตวิทยา การตัดสินใจและการเลือกงาน

ทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจ

1. **ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์** (Maslow's Hierarchy of Need)

มาสโลว์ (Maslow, 1987) ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ถูกกระตุ้นจากความปรารถนาที่จะสนองความต้องการเฉพาะอย่าง ซึ่งแบ่งได้ตามลำดับขั้นความของบุคคล แบ่งได้ 5 ขั้นตามลำดับ

1. ความต้องการทางกายภาพ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุด เพื่อความมีชีวิตอยู่รอด ได้แก่ ความต้องการอาหาร เพศ เครื่องนุ่งห่ม

2. ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงหาความปลอดภัยจากสิ่งแวดล้อมและความคุ้มครองจากผู้อื่น

3. ความต้องการความรัก ความรู้สึกว่าตนมีส่วนร่วมและการเข้าหมู่ เข้าพวก

4. ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ เป็นความต้องการให้คนอื่นยกย่อง ให้เกียรติและเห็นความสำคัญของตน

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการสูงสุดในชีวิตของคน เป็นความต้องการที่เกี่ยวกับการทำงานที่ตนเองชอบอย่างเต็มศักยภาพหรือต้องการได้ทำในสิ่งที่ตนเองริเริ่มอย่างเต็มที่

2. ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Modified Need Hierarchy Theory) หรือ ทฤษฎีอีอาร์จี

สเตียร์และปอร์เตอร์ (Steer & Porter, 1991) กล่าวว่า อัลเดอร์เฟอร์ ได้ยุบรวมลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ จากความต้องการ 5 ระดับ มาเป็น 3 ระดับ คือ

1. ความต้องการดำรงอยู่ (Existence Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานในด้านร่างกายต่างๆที่จำเป็นต่อการอยู่รอดของมนุษย์ เปรียบได้กับความต้องการทางร่างกายและต้องการความปลอดภัยของมาสโลว์

2. ความต้องการมีสัมพันธภาพกับคนอื่น (Relatedness needs) เป็นความต้องการของบุคคลที่จะมีมิตรสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง เปรียบได้กับความต้องการทางสังคมและความต้องการที่จะได้รับการยกย่องตามทฤษฎีของมาสโลว์

3. ความต้องการเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) เป็นความต้องการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในการพัฒนาความรู้ความสามารถ ได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างผลงานที่เป็นของตนเอง เปรียบได้กับความต้องการประจักษ์ตนตามทฤษฎีของมาสโลว์

3. ทฤษฎีสององค์ประกอบของเฮอร์สเบอร์ก (Herzberg's Two Factor Theory)

เฮอร์สเบอร์ก, มอร์สเนอร์ และ ซินเดอร์แมน (Herzberg, Mausner, & Synderman, 1993) ได้ทำการทดลองโดยการสัมภาษณ์วิศวกรและนักบัญชี ประมาณ 200 คน เพื่อหาคำตอบว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้คนพอใจและไม่พอใจในการทำงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า มีปัจจัย 2 ประเภทที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในงานของแต่ละบุคคล ได้แก่

1. ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขภายนอกของงาน (Extrinsic Condition) หรือ สิ่งที่เป็นสภาพของงาน (Job Context) ถ้าหน่วยงานขาดปัจจัยประเภทนี้จะทำให้คนไม่พอใจ แต่ปัจจัยเหล่านี้ก็ไม่มีส่วนในการจูงใจให้คนทำงานมากขึ้นแต่อย่างใด ปัจจัยเหล่านี้เรียกว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) หรือปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) ได้แก่

1.1 เงินเดือน (Salary)

1.2 ความมั่นคงของงาน (Job Security)

1.3 สภาพการทำงาน (Working Condition)

1.4 สถานภาพของอาชีพ (Status)

1.5 นโยบายและการบริหาร (Company Procedures)

1.6 คุณภาพของการนิเทศงาน (Quality of Technical Supervision)

1.7 คุณภาพความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Quality of Interpersonal Relation with Superior, Subordinate, Peers)

1.8 ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life)

2. ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขภายในของงาน (Intrinsic Conditions) หรือสิ่งที่เป็นส่วนหนึ่งของงานโดยตรง (Job content) ถ้าในหน่วยงานมีปัจจัยประเภทนี้จะช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้เกิดผลปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เรียกว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfiers) หรือปัจจัยจูงใจ (Motivation factors) ได้แก่

2.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement)

2.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition)

2.3 ความรับผิดชอบ (Responsibility)

2.4 ความก้าวหน้า (Advancement)

2.5 ลักษณะของงานที่ทำ (The Work Itself)

2.6 โอกาสของความเจริญเติบโตส่วนบุคคล (The Possibility of Growth)

4. ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จของแมคเคลแลนด์ (McClelland's Achievement Motivation Theory)

แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1961) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสิ่งจูงใจของมนุษย์ในการทำงานให้เกิดผลสำเร็จ ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม ผลของการศึกษาสรุปได้ว่า คนเรามีความต้องการอยู่ 3 ประการ คือ

1. ความต้องการสัมฤทธิผล (Need for Achievement) เป็นความปรารถนาจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี พยายามเอาชนะอุปสรรคต่างๆ มีความสบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ มีความวิตกกังวลเมื่อไม่ประสบความสำเร็จ

2. ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation) เป็นความต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ต้องการความเป็นมิตรและสัมพันธภาพที่อบอุ่น

3. ความต้องการมีอำนาจบารมี (Need for Power) เป็นความต้องการมีอิทธิพลและครอบงำเหนือผู้อื่น ได้แก่ ความต้องการรับผิดชอบผู้อื่น ต้องการควบคุมและให้คุณให้โทษแก่ผู้อื่นได้

5. ทฤษฎี X และ ทฤษฎี Y ของแมคเกรเกอร์

แมคเกรเกอร์ (Mcgregor) เสนอทฤษฎีการจูงใจที่มีชื่อเสียงมาก โดยแนวความคิดตั้งอยู่บนข้อสันนิษฐานที่ว่าลักษณะธรรมชาติของมนุษย์ที่จ้งใจทำงานกับไม่ตั้งใจทำงาน(ธนวัฒน์ ตั้งวงษ์เจริญ,2539)

ความเชื่อตามทฤษฎี X มีว่า

1. มนุษย์มีสัญชาตญานที่จะหลีกเลี่ยงงานทุกอย่างเท่าที่จะทำได้

2. เนื่องจากมนุษย์ไม่ชอบทำงานจึงต้องมีการใช้อำนาจบังคับควบคุม แนะนำ ขู่จะลงโทษ

3. มนุษย์ชอบให้ผู้อื่นแนะนำชี้แนะแนวทางในการทำงาน หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ และ ต้องการความปลอดภัยมากกว่าสิ่งอื่น

นั่นคือ ทฤษฎี X มีสมมติฐานว่าต้องบังคับให้มนุษย์ทำงานเพราะมนุษย์เกียจคร้าน และไม่ค่อยรับผิดชอบ ผลคือ ผู้บริหารจะควบคุมผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด และจูงใจคนด้วยการให้เงินหรือผลประโยชน์ แต่ถ้าทำผิดก็จะมีการคาดโทษกัน ส่วนผู้ใต้บังคับบัญชา อาจจะทำตามสั่ง ไม่สนใจปรับปรุงงาน เน้นเรื่องเงินเป็นหลัก ทฤษฎีนี้จึงเหมาะจะใช้ในที่ที่ขาดคนงานและมีมาตรฐานการครองชีพต่ำ แมคเกรเกอร์ กล่าวว่า ถ้าคนได้ตามที่ต้องการทั้งกายและใจ ทฤษฎีนี้คงใช้ไม่ได้ผล (สุพัตรา สุภาพ, 2538)

เมื่อตั้งทฤษฎี X ขึ้นมา แมคเกรเกอร์ตั้งข้อสังเกตว่า ธรรมชาติของคนตามทฤษฎีนี้จะถูกต้องหรือไม่ หรือนำไปใช้ได้ทุกสถานการณ์หรือไม่ ในที่สุดก็หาข้อยุติไม่ได้ เขาจึงพัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมของมนุษย์ขึ้นมาทฤษฎีหนึ่ง เรียกว่า ทฤษฎี Y ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์นั้น โดยธรรมชาติไม่ใช่คนเกียจคร้าน และเชื่อถือไม่ได้ หากแต่มนุษย์สามารถควบคุมตัวเองได้ และมีความตั้งใจที่จะทำงานให้ดีที่สุด หากได้รับการจูงใจอย่างเหมาะสม ผู้บริหารยอมรับทฤษฎี Y เขาจะไม่ควบคุมหรือใช้อำนาจข่มขู่ผู้บังคับบัญชาให้อยู่ในความกลัว แต่จะพยายามช่วยให้ผู้ใต้บังคับบัญชาควบคุมตัวเองและมีโอกาสแสดงความก้าวหน้าอย่างกว้างขวาง

แมคเกรเกอร์ อธิบายทฤษฎี Y โดยชี้ให้เห็นว่า

1. ความพยายามของมนุษย์ทางกำลังกาย กำลังใจต่องาน มีมากเท่ากับการเล่นและการพักผ่อน

2. การควบคุมและการบังคับจากภายนอกไม่ใช่วิธีเดียวที่จะทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ เพราะคนย่อมที่จะทำงานด้วยความเป็นเจ้าของตัวเอง

3. มนุษย์มีความพอใจที่จะทำงานให้สำเร็จด้วยความตั้งใจ

4. คนเราไม่เพียงเรียนรู้แต่การยอมรับผิดชอบเท่านั้นยังแสวงหาความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นอีกด้วย

5. ความสามารถมนการใช้ความคิด จินตนาการ ความเฉลียวฉลาด และความคิดริเริ่มเป็นสิ่งที่มีอยู่ในตัวทุกคน แก้ปัญหาต่างๆที่ประสบ

6. ในสังคมปัจจุบันมนุษย์แต่ละคนมีโอกาสแสดงความสามารถเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น

นั่นคือ ตามทฤษฎี Y เชื่อว่ามนุษย์มีความคิดริเริ่ม ความขยัน ความรับผิดชอบ อยากให้มีความร่วมมือ เพียงแต่ผู้บริหารจะพัฒนาคน หรือจูงใจคนเหล่านี้อย่างถูกต้องได้แค่ไหนเพียงไร วิธีการคือต้องจัดหรือสร้างสภาพแวดล้อมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้สมดังหวังและองค์การก็จะได้ตรามเป้าหมาย โดยไม่ต้องควบคุมอย่างเข้มงวด แต่ตรงกันข้ามผู้บังคับบัญชาจะส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ควบคุมตัวเอง หากอยากได้รับการยกย่อง มีตำแหน่ง มีความก้าวหน้า งานจึงเสมือนการเล่นหรือการพักผ่อน ถ้าสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม นั่นก็คือ คนจะสนุกกับงาน มีแรงจูงใจทำงานอย่างเป็นสุข จะทำงานด้วยความกระตือรือร้น หรือทำงานมากกว่าที่มอบหมาย หรือพยายามเสนอแนะการปรับปรุงงานที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ยอมทุ่มเทเวลาให้อย่างเต็มที่เพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับของผู้บังคับบัญชสหรือเพื่อนร่วมงาน โดยหวังว่าในอนาคตของเขาคงจะได้ก้าวหน้าในงาน (สุพัตรา สุภาพ, 2538)

แมคเกรเกอร์ชี้ให้เห็นว่าในการจูงใจให้ทำงานนั้น ผู้บริหารจะต้องใช้ทฤษฎี Y และเขาต้องมองคนในแง่ดี เปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาใช้ความสามารถของตนอย่างเต็มที่ การใช้ทฤษฎี Y จูงใจคนได้มากกว่าทฤษฎี X แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าจะละเลยต่อการควบคุมโดยสิ้นเชิง

2.3 ลักษณะและที่มาของแรงจูงใจในการทำงาน

1. ลักษณะของแรงจูงใจในการทำงาน แรงจูงใจในการทำงานสามารถแบ่งตามลักษณะของการแสดงออกทางพฤติกรรมได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ (อารี พันธ์มณี, 2542 อ้างถึงใน พิชชุดา สวัสดิสุข, 2551) คือ

1.1 แรงจูงใจภายในในการทำงาน (Intrinsic Work Motivation) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งที่ผลักดันภายในตัวบุคคลก่อให้เกิดพฤติกรรมค่อนข้างถาวร ซึ่งเกิดจากเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ เป็นต้น

ประเภทของแรงจูงใจภายในในการทำงาน (Intrinsic Work Motivation) Deci, Vallerand, Pelletier และ Ryan (1991, อ้างใน พิชชุดา สวัสดิสุข, 2551) ได้แบ่งแรงจูงใจภายในในการทำงานออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. แรงจูงใจภายในในการทำงาน นี้มาจากความต้องากรทางจิตวิทยา (Psychological needs) ที่ต้องการที่จะเป็นผู้มีสมรรถภาพต้องการที่จะมีประสบการณ์ว่าตนเป็นผู้มีประสิทธิภาพ

2. แรงจูงใจภายในในการทำงาน ที่มาจากความต้องการที่จะเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง ต้องการที่จะเป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมของตนเอง

3. แรงจูงใจภายในในการทำงาน ที่มาจากความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ คือ มีแรงจูงใจที่จะเอื้ออาทรผู้อื่น มีความรู้สึกว่าผู้อื่นมีความสัมพันธ์กับตนอย่างบริสุทธิ์ใจ และต้องการมีความสัมพันธ์กับตน

1.2 แรงจูงใจภายนนอกในการทำงาน (Extrinsic Work Motivation) แรงจูงใจภายนอกในการทำงาน เป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม เช่น การได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม เป็นต้น แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม จะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจ

2. ที่มาของแรงจูงใจในการทำงาน สามารถแบ่งได้ดังนี้ (อารี พันธ์มณี, 2542 อ้างถึงใน พิชชุดา สวัสดิสุข, 2551)

2.1 ความต้องการ (needs) ความต้องการ ก่อให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเองเมื่อบุคคลขาดสมดุล เช่น คนที่เหนื่อยล้าก็ต้องการการพักผ่อน คนที่ถูกทิ้งให้อยู่คนเดียวก็ต้องการความรัก ความสนใจจากผู้อื่น เป็นต้น ความต้องการของบุคคลมีหลายประเภท นักจิตวิทยาก็ได้อธิบายเรื่องความต้องการในรูปแบบต่างๆกัน แต่โดยทั่วไปแล้ว เราแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ความต้องการทางกาย (Physical needs) (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2548) เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นพร้อมกับการมีชีวิต เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการทางร่างกายเป็นสำคัญ เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ อุณหภูมิที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด ความต้องการพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการอากาศบริสุทธิ์ ความต้องการขับถ่าย เป็นต้น แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางกายและก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ เรียกว่า แรงจูงใจทางชีวภาพหรือทางสรีระ (biological motives)

2) ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการทางจิตใจ (social or psychological needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความรัก ความมั่นคงปลอดภัย การเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องการอิสระภาพ ความสำเร็จในชีวิตและตำแหน่งในสังคม แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางสังคมหรือจิตใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ เรียกว่า แรงจูงใจทางสังคม (social motives)

2.2 แรงขับ (drive)แรงขับเป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกาย และสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการและแรงขับมักเกิดควบคู่กัน คือ ความต้องการนั้นๆมักจะผลักดันให้เกิดพฤติกรรม

2.3 สิ่งล่อใจ (incentives)สิ่งล่อใจ เปรียบเสมือนแรงจูงใจภายนอกให้ชักนำบุคคลกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสิ่งล่อใจนั้นอาจเป็นวัตถุ สัญลักษณ์ หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ เช่น การยกย่องพนักงานที่ไม่เคยขาดงาน การประกาศเกียรติคุณ หรือการให้รางวัลแก่พนักงานดีเด่นประจำปี

2.4 การตื่นตัว (arousal)การตื่นตัวเป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม เปรียบกับเครื่องยนต์ที่ติดเครื่องพร้อมใช้งาน บุคลากรในองค์การก็เช่นกันหากมีการตื่นตัวในการทำงานระดับกลางย่อมส่งผลให้ทำงานได้ดีขึ้น เนื่องจากการตื่นตัวระดับสูง จะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นเต้น ตกใจ ขาดสมาธิในการทำงาน และการตื่นตัวระดับต่ำก็มักทำงานเฉื่อยชา ผลงานสำเร็จช้า และปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัวมีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายใน ได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของแต่ละบุคคลในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และระบบสรีระภายใน

2.5 การคาดหวัง (expectancy)การคาดหวังเป็นการตั้งความปรารถนาหรือพยากรณ์ล่วงหน้าของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไป เช่น การที่พนักงานหวังจะได้รับโบนัส 5 เท่าของเงินเดือน การคาดหวังนี้ส่งผลให้พนักงานมีชีวิตชีวา ซึ่งบางคนอาจจะสมหวัง บางคนอาจผิดหวัง เพราะสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่เกิดขึ้นมักไม่ตรงกันเสมอไป ถ้าช่วงห่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกันมากจะทำให้เกิดความคับข้องใจและเกิดปัญหาอื่นๆตามมา ผู้บริหารจึงควรมีการสื่อสารที่ดี สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กันและกัน ไม่ปล่อยให้พนักงานคาดหวังลมๆแล้งๆ ซึ่งการคาดหวังนี้เป็นแรงผลักดันหรือแรงจูงใจที่สำคัญต่อการเกิดพฤติกรรมถ้าองค์การได้มีการกระตุ้นให้พนักงานทำงานโดยวางแผนและเป้าหมาย ตั้งระดับของผลงานตามที่ควรจะเป็น ซึ่งเมื่อได้ผลงานดีขึ้นผู้บริหารก็พิจารณาตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดหวัง และนับว่าเป็นประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย

2.6 การตั้งเป้าหมาย(goal settings)การตั้งเป้าหมายเป็นการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคล จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลนั้นในการทำงานธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพ ซึ่งการตั้งเป้าหมายนี้ส่งผลให้เกิดการทำงานอย่างมีแบบแผนและดำเนินไปสู่เป้าหมายได้

2.4 ประเภทของแรงจูงใจ

สมพงษ์ เกษมสิน (2517, อ้างใน พิชชุดา สวัสดิสุข, 2551) ได้กล่าวถึงประเภทของสิ่งจูงใจที่กระตุ้นให้คนอยากปฏิบัติงาน มี 2 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงิน ซึ่งสามารถให้แรงจูงใจทางตรงและทางอ้อมได้ แรงจูงใจทางตรง ได้แก่ เงินเดือนและค่าจ้าง แรงจูงใจทางอ้อม ได้แก่ บำเหน็จบำนาญ ค่ารักษาพยาบาล และผลประโยชน์เกื้อกูลต่างๆ

2.สิ่งจูงใจที่ไม่เป็นเงิน ซึ่งเป็นความต้องการทางด้านจิตใจของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ การยกย่องชมเชย ได้รับการยอมรับจากหมู่คณะเป็นส่วนหนึ่งของหมูคณะ และความมั่นคงของงาน สมพงษ์ เกษมสิน (2516) กล่าวว่า ผู้ปฏิบัติงานมีความต้องการอย่างน้อย 10 ประการ คือ

1. ความมั่นคงในการทำงาน
2. งานที่ตนพอใจ
3. โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน
4. การได้รับการยกย่องนับถือ
5. การมีผู้บังคับบัญชาที่มีความสารถ
6. ค่าจ้างที่เป็นธรรมฤ
7. ความเสมอภาค
8. ความนุ่มนวลและแนบเนียน
9. การยอมรับนับถือ
10. ความพอใจในสถานที่ทำงาน

3.ผลการปฏิบัติงาน (Performance)

3.1 คำจำกัดความ

Campbell (1993 ค้างถึงใน หทัยรัตน์ พจนปรีชากุล, 2551) กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงาน หมายถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยแยกออกจากเรื่อง ประสิทธิภาพของงาน ซึ่งผลการปฏิบัติงานนั้น เป็นพฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้จากการทุ่มเทของตัวบุคคลที่มีต่องานที่จะส่งผลให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

Greg L. Stewart และ Kenneth G. Brown (2009) กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงาน คือผลงานที่แต่ละบุคคลสร้างหรือกระทำขึ้นอันเนื่องมาจากการจ้างงานขององค์การ

William R. Tracey (1994) กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงาน คือ สิ่งที่พนักงานกระทำขึ้น ภายใต้เงื่อนไขการควบคุม การดำเนินการ ทักษะ หรือกระบวนการสอนงานต่างๆ

Gomez-Meija, Balkin และ Cardy (2004 อ้างถึงใน หทัยรัตน์ พจนปรีชากุล, 2551) กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้ โดยมีการกำหนดลักษณะงาน ค่างาน และคุณลักษณะของผลการปฏิบัติงานที่ดีไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเกณฑ์ชี้วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานทราบเป้าหมายและทิศทางในการทำงาน

กล่าวโดยสรุป ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นภายหลังจากการกำหนดลักษณะงาน ค่างานและคุณลักษณะของผลการปฏิบัติงานที่ดีไว้อย่างชัดเจน เป็นพฤติกรรม

ที่สามารถวัดและสังเกตได้ โดยสังเกตและวัดจากการทุ่มเทของตัวบุคคลที่มีต่องานที่จะส่งผลให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

3.2 ประเภทของผลการปฏิบัติงาน

ผลการปฏิบัติงานแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (Motowidlo, 1993) ได้แก่

ประเภทที่ หนึ่ง ผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ (Task Performance) คือกิจกรรมที่เป็นทางการ เป็นหน้าที่หลักของงาน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. กิจกรรมที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการขององค์การ เช่น การขาย การปฏิบัติงานในโรงพยาบาล การสอนหนังสือในโรงเรียน

2. การรักษา และการสนับสนุนการผลิต การรักษาและสนับสนุนวัตถุดิบในการผลิต การวางแผน และการประสานงานภายในองค์การ

ประเภทที่ สอง การปฏิบัติตนในบริบทของการทำงาน(Contextual Performance) คือ พฤติกรรมที่ทำให้องค์การมีประสิทธิภาพ เกี่ยวพันในด้านสังคมและบริบทต่างๆของงานภายในองค์การ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้านดังนี้

1. การอาสาสมัครทำในสิ่งที่ไม่เป็นทางการขององค์การ
2. มีความกระตือรือร้นในการทำงานนั้นให้สำเร็จ
3. ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน
4. ปฏิบัติตามกฎและกระบวนการขององค์การ
5. ปกป้องวัตถุประสงค์ขององค์การ

ความแตกต่างระหว่างผลการปฏิบัติงานในหน้าที่และการปฏิบัติตนในบริบทของการทำงานสามารถอธิบายได้ 4 ประการ ดังนี้

1. การปฏิบัติตนในบริบทของการทำงานไม่ได้สนับสนุนส่วนสำคัญของงาน แต่มีการเกี่ยวพันทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบๆส่วนสำคัญของงาน มีความสำคัญในลักษณะของการสนับสนุนและเริ่มต้นการทำสิ่งต่างๆด้วยความสมัครใจ ไม่ได้พิจารณาจากความสามารถเป็นหลัก

2. การปฏิบัติตนในบริบทของการทำงานนั้น เป็นการช่วยเหลือผู้อื่นในองค์การ มีคุณค่าต่อทุกๆองค์การ

3. ในแต่ละบุคคล ความแตกต่างของผลการปฏิบัติงานในหน้าที่นั้น ขึ้นกับความสามารถ แต่ความแตกต่างของการปฏิบัติตนในบริบทของการทำงานขึ้นกับความปรารถนา

4. การปฏิบัติตนในบริบทของการทำงาน ไม่ใช่บทบาทหน้าที่แนะนำหรือเป็นบทบาทที่เป็นทางการของงานนั้น

3.3 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงาน(performance appraisal) คือกระบวนการพิจารณาตัดสินว่าบุคคลการปฏิบัติงานได้ดีเพียงไร โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ และสื่อสารให้บุคลากรทราบถึงผลการพิจารณานั้นๆ(Mathis & Jackson, 2000 อ้างถึงใน ชูชัย สมิทธไกร, 2550) การประเมินผลการปฏิบัติงานจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์การ เพราะจะทำให้ทราบว่าบุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายและนโยบายขององค์การหรือไม่ นอกจากนั้น ยังทำให้ทราบว่า บุคลากรแต่ละคนควรจะได้รับรางวัลตอบแทนมากน้อยเพียงใดจากการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังทำให้ผู้บังคับบัญชาทราบถึงจุดเด่น จุดด้อยและศักยภาพภายในตัวของผู้ใต้บังคับบัญชาแต่ละบุคคล อันจะส่งผลประโยชน์ต่อไปในการฝึกอบรม การโยกย้ายและการเลื่อนตำแหน่งของบุคลากรในภายภาคหน้า

3.5 วัตถุประสงค์ของการประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานโดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ (Mohrman & Lawler, 1983 อ้างถึงใน ชูชัย สมิทธไกร, 2550)

1. เพื่อเป็นเครื่องมือในการพิจารณาความดีความชอบของบุคลากร ได้แก่ การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนขั้นประจำปี การจ่ายโบนัส และการเลื่อนตำแหน่ง

2. เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากร เนื่องจาก ผลการประเมินการปฏิบัติงานจะทำให้ผู้บังคับบัญชาสามารถทราบถึงข้อดี ข้อด้อยและศักยภาพภายในของตัวของผู้ใต้บังคับบัญชา อันเป็นผลให้เกิดการพิจารณาแนวทางในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับการดำเนินงานภายในองค์การต่อไป

3. เพื่อเป็นเครื่องมือในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เนื่องจากการประเมินผลการปฏิบัติงานจะทำให้ผู้บังคับบัญชาทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน และเป็นผลให้เกิดแนวทางนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขในกระบวนการทำงานให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

4. เพื่อเป็นเครื่องมือในการวางแผนบุคลากรขององค์การ เนื่องจากการประเมินผลการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้บังคับบัญชาสามารถทราบว่าผู้ใต้บังคับบัญชาของตนมีความรู้ ทักษะ และความสามารถอยู่ในระดับใด มีปริมาณและคุณภาพเพียงพอต่อการดำเนินการในองค์การหรือไม่ และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนด้านบุคลากรให้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

5. เพื่อเป็นเครื่องมือในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์การ เนื่องจาก การประเมินผลการปฏิบัติงานสามารถใช้ประเมินประสิทธิภาพของวิธีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์การ กล่าวคือ หากบุคลากรผ่านการสรรหาและคัดเลือกเข้ามาแล้ว พบว่าสามารถทำงานได้ดี ก็แสดงว่าวิธีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์การมีความถูกต้องแม่นยำนั่นเอง

3.6 กระบวนการและขั้นตอนในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

Mumford (1986, อ้างถึงในบุษบงค์ จงจิตเจริญ, 2552) กล่าวว่า การประเมินผลการปฏิบัติงานจะต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์การประเมินผลการปฏิบัติงาน
กำหนดให้ชัดเจนว่า อะไรคือวัตถุประสงค์หลัก อะไรคือวัตถุประสงค์รอง และทำเพื่อประโยชน์ในด้านใด ทั้งนี้เพื่อจะได้สามารถเลือกวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เหมาะสมต่อไป

2. กำหนดมาตรฐานของงานที่ใช้การประเมินผลการปฏิบัติงาน
กำหนดลักษณะของงานที่ต้องทำ รายละเอียดในงาน ปริมาณและคุณภาพของงานที่ต้องการ ซึ่งโดยปกติ มาตรฐานการปฏิบัติงานจะกำหนดร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา

3. กำหนดวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานเนื่องจากวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานมีหลายวิธี ดังนั้นให้พิจารณาจากลักษณะของงานและองค์การเป็นสำคัญ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายและเป็นการประหยัดเวลา อีกทั้งเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผลการประเมินที่ออกมา

4. กำหนดช่วงเวลาและความถี่ในการประเมินผลการปฏิบัติงานระยะเวลาโดยทั่วไป คือ ปีละ1-2 ครั้ง หรือครบวงจรในการทำงานหนึ่งๆ

5. กำหนดผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานโดยปกติ ผู้บังคับบัญชาโดยตรงจะเป็นผู้ประเมินผู้ใต้บังคับบัญชา เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความสนิทสนมกับผู้ใต้บังคับบัญชามากที่สุด จากนั้นจึงเสนอต่อให้แก่ผู้บังคับบัญชาระดับที่เหนือขึ้นไปเพื่อทำการพิจารณาความดีความชอบ

6. ดำเนินการและควบคุมระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานบุคลากรผู้รับผิดชอบต้องคอยควบคุมการประเมินผลในด้านต่างๆให้มีความสม่ำเสมอ ต่อเนื่องตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อความน่าเชื่อถือของผลการประเมินที่ออกมา

7. วิเคราะห์และนำผลการประเมินไปใช้ภายหลังจากการประเมินผลการปฏิบัติงานแล้ว ฝ่ายบุคคลมีหน้าที่ในการรับผิดชอบรวบรวมผลการประเมินจากหน่วยงานต่างๆภายในองค์การมาวิเคราะห์และทำการเสนอรายงานแก่ผู้บริหารระดับต่างๆ เพื่อนำผลการประเมินนั้นไปใช้ประโยชน์ตามที่กำหนดไว้ และควรทำการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบ

3.7 วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์(2548) กล่าวว่า วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานมีอยู่หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การให้คะแนนโดยมาตรส่วนประมาณค่า(Rating Scales) เป็นวิธีที่ใช้กันมากในแบบสอบถามคุณลักษณะต่างๆ โดยคะแนนจะเป็นมาตราส่วน(Scale) จากน้อยที่สุดไปมากที่สุดหรือจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ซึ่งในแต่ละช่องจะมีให้เลือกว่าคุณลักษณะที่เรากำลังพิจารณาอยู่ในขั้นใด โดยทั่วไปมักแบ่งตามลักษณะงาน เช่น งานบริษัทหรืองานเชี่ยวชาญ ปริมาณและคุณภาพของงาน ความร่วมมือ เจตคติ ความเป็นผู้นำ ความมีอารมณ์มั่นคง เป็นต้น

2. วิธีการจัดอันดับ(Ranking Plan) เป็นวิธีในการพิจารณาคุณสมบัติต่างๆของผู้ถูกประเมินโดยส่วนรวม แล้วนำคุณสมบัติที่ผ่านการประเมินนั้นมาเปรียบเทียบกัน ว่าใครอยู่ในอันดับใด โดยวิธีการจัดอันดับนั้น จะเรียงตามอันดับที่ 1 ที่ 2 ตามลำดับ

3. การจัดเข้าโค้งปกติ (Force Distribution)เป็นวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยการกระจายคุณสมบัติของผู้ถูกประเมินเป็นรูปโค้งปกติ เป็นการแยกคุณสมบัติของผู้ถูกประเมินออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ช่วยป้องกันความมีอคติอันเกิดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานได้ด้วยเช่นกัน

4. การตรวจสอบรายการ(Check List)เป็นวิธีที่ประกอบด้วยข้อความต่างๆที่อธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ถูกประเมินที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน โดยผู้ประเมินจะทำการเลือกข้อความมที่

ใกล้เคียงกับคุณลักษณะของผู้ถูกประเมินแต่ละน จากนั้นจึงนำผลที่ประเมินได้มาให้คะแนนตามความสำคัญต่อไป

5. การประเมินผลแบบกลุ่ม(Group Appraisal) เป็นวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยกลุ่มบุคคลหรือคณะกรรมการ โดยใช้วิธีการประชุมหารือกัน ซึ่งผู้เป็นหัวหน้างานโดยตรงของผู้ถูกประเมินจะอธิบายถึงลักษณะงานและหน้าที่โดยตรงของผู้ถูกประเมิน จากนั้นจึงทำการอภิปรายร่วมกันถึงวิธีการที่จะนำมาใช้ในการประเมิน แล้วจึงพิจารณาความสามารถของการปฏิบัติงานนั้นๆด้วยวิธีนี้

6. การประเมินผลตามผลงาน(Appraisal by Result)เป็นวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยถือเอาผลของการทำงานเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณานั้น จะได้มาจากการพิจารณาร่วมกันระหว่างหัวหน้างานและพนักงานนั่นเอง

3.8 การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)

ขั้นตอนการให้ข้อมูลย้อนกลับผลการประเมิน(feedback) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประเมินผลการปฏิบัติงาน(ชูชัย สมิทธไกร,2550) โดยการแจ้งผลการประเมินที่มีความยุติธรรมนั้นถือเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งแนวทางปฏิบัติในการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ความยุติธรรมในการแจ้งผลประกอบด้วย 6 ประการดังนี้

1. จะต้องให้โอกาสพนักงานแสดงความคิดเห็นระหว่างกระบวนการแจ้งผล ทั้งในรูปของการอภิปรายถึงปัญหาในการทำงานและการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น อีกทั้งควรใช้การสื่อสารแบบสองทางและวิธีการร่วมมือกันแก้ไขปัญหา

2. เปิดโอกาสให้พนักโต้แย้งผลการประเมิน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสโต้แย้งและเปลี่ยนแปลงผลการประเมิน เป็นการช่วยส่งเสริมและสร้างการรับรู้ความยุติธรรมได้

3. การแจ้งผลต้องมีความเกี่ยวข้องกับงานและปราศจากอคติส่วนตัว โดยการแจ้งผลนั้นควรมุ่งให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน ไม่มุ่งวิจารณ์ในตัวบุคคล ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความรู้สึกว่าการแจ้งผลกระทำไปอย่างมีอคติและไม่เกี่ยวข้องกับงาน

4. แจ้งผลด้วยความรวดเร็วและทันการณ์ ควรแจ้งผลการประเมินอย่างสม่ำเสมอและบ่อยครั้งด้วยความรวดเร็ว ทันการณ์ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเป็นการยกระดับผลการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นต่อไป

5. แจ้งผลด้วยท่าทีที่ให้เกียรติ ผู้บังคับบัญชาจะต้องให้เกียรติแก่พนักงาน ไม่ว่าพนักงานคนนั้นจะมีผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือเลว และควรจัดฝึกอบรมผู้บังคับบัญชาก่อนมีการแจ้งผลการปฏิบัติงานให้แก่พนักงาน

6. หลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดความประหาดใจระหว่างการแจ้งผล โดยผู้บังคับบัญชาควรทำให้พนักงานมีความคาดหวังที่สอดคล้องกับความเป็นจริงก่อนทำการแจ้งผล ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีจากการได้รับสิ่งที่ไม่น่าปรารถนาโดยไม่คาดฝันของพนักงาน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุวรรณ ทิมทอง (2545) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง จิตสำนึกให้บริการและแรงจูงใจ กล่าวคือได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลการรับรู้วิสัยทัศน์ขององค์กร ปัจจัยจูงใจกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการของอาจารย์พยาบาล มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการของอาจารย์พยาบาล ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้วิสัยทัศน์ขององค์การ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการของอาจารย์พยาบาล กับปัจจัยจูงใจของอาจารย์พยาบาล สถาบันการศึกษาพยาบาลของรัฐ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยอาจารย์พยาบาล 245 คน โดยมีวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) จากจำนวนประชากรทั้งหมด 554 คน เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล แบบวัดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริการวิชาการ แบบวัดการรับรู้วิสัยทัศน์ขององค์กร และแบบวัดปัจจัยจูงใจอาจารย์พยาบาล โดยมีการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน และมีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ .92, .91 และ .85 ตามลำดับ มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมตราฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และสหสัมพันธ์พหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริการวิชาการ การรับรู้วิสัยทัศน์องค์การของอาจารย์พยาบาล สถาบันการศึกษาของรัฐ กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จของงานมีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริการวิชาการมากกว่าด้านอื่น ๆ (2) ปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการวิชาการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กิตติพงษ์ ศิริพร (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษา โรงงานผลิตรถยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจภายในและปัจจัยแรงจูงใจภายนอก ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานระดับ

ปฏิบัติการ กรณีศึกษาโรงงานผลิตรถยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ในบริษัทปัจจุบันและประสบการณ์ในการทำงาน และศึกษาระดับการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ในด้านต้นทุนการผลิต ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และด้านเวลาการผลิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาโรงงานผลิตรถยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 430 คน โดยที่เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับ สถานภาพของข้อมูลประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ และแบบมาตราส่วนประกอบค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าทางสถิติพื้นฐาน (Percentage) ค่าความเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Devition) และการวิเคราะห์ค่าของความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และการทดสอบเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD การวิเคราะห์การถดถอย แบบเส้นตรงพหุคูณ (Regression) ผลการศึกษาวิจัยปรากฏดังนี้ 1. ปัจจัยแรงจูงใจภายในของพนักงานระดับปฏิบัติการโดยรวม อยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะของงานที่ท้าทาย ด้านความมั่นคงในงาน ด้านผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน และด้านการมีส่วนร่วมในงาน และระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านของโอกาสในความก้าวหน้า ด้านการยกย่องและยอมรับนับถือ ด้านการมีอำนาจในหน้าที่ 2. ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกของพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความปลอดภัยในการทำงาน มีระดับมาก และระดับปานกลาง จำนวนทั้งสิ้น 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านการพัฒนาการฝึกอบรม ทางด้านของการเลื่อนตำแหน่งงาน ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ 3. การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุนการผลิต ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และด้านเวลาการผลิต 4. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน ระดับปฏิบัติการ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ในบริษัทปัจจุบันและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา พบว่า โดยรวมแล้วแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<.05$) 5. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยแรงจูงใจภายในและ ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกของพนักงาน ระดับปฏิบัติการ ด้านปัจจัยแรงจูงใจภายใน ที่จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ในบริษัทปัจจุบันและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา พบว่า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<.05$) ด้านปัจจัยแรงจูงใจภายนอก ซึ่งได้มี

การจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ในบริษัทปัจจุบันและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาพบว่า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<.05$) 6. ปัจจัยแรงจูงใจภายใน ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ระดับปฏิบัติการโดยรวม ด้านต้นทุนการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านเวลาการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง 7. ปัจจัยปัจจัยแรงจูงใจภายนอก ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานที่อยู่ในระดับ ปฏิบัติการโดยรวม ด้านต้นทุนการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านเวลาการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะไว้ดังนี้ 1. ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายในมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญและคอยกระตุ้นให้พนักงานทุกคนเกิดความมั่นใจ มีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน กระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงานของตนว่าเป็นงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นหนึ่งของความสำเร็จ 2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้บริหารระดับสูงควรคำนึงและนำปัจจัยแรงจูงใจภายนอกเข้ามาใช้เพื่อเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ศิวพร สัตกรพรพรหม (2551) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่บริการลูกค้าโดยตรง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่บริการลูกค้าโดยตรง โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าและพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า โดยมีสมมติฐานการวิจัย 4 ข้อ ดังนี้ 1. จิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าสูงกว่าพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า 2.พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีมากกว่าพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า 3. จิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า และพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการ 4. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าและพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีค่าสหสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับ

ผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่บริการลูกค้าโดยตรงทั้ง 2 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 106 คนและเพศหญิง 94 คน โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี ทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยแบ่งเป็นพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า 100 คน และเป็นพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าจำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยมาตรวัด 2 ส่วนได้แก่ 1.มาตรวัดสมรรถนะด้านจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) ของชนัตรา ร่อนพิบูลย์ และ พรรณระพี สุทธิวรรณ (2551) 2. มาตรวัดพฤติกรรมการให้บริการ (Service Behavior) ดัดแปลงและพัฒนาตามแนวคิดของ Tsaur & Lin (2004) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1. ใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า 2 กลุ่ม 2.ใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า 2 กลุ่ม 3.คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า 2 กลุ่ม 4.เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้า 2 กลุ่มโดยใช้สถิติ Fisher's Z-transformation ผลการวิจัยพบว่า สมมติฐานข้อที่ 1 จิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าสูงกว่าพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยเลขคณิตของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีค่าเท่ากับ 187.07 และค่าเฉลี่ยเลขคณิตของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีค่าเท่ากับ 183.41 ส่วนค่าที (*t*) ที่คำนวณได้ของคะแนนจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าและพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีมากกว่าพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยเลขคณิตของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีค่าเท่ากับ 75.39 และค่าเฉลี่ยเลขคณิตของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีค่าเท่ากับ 77.93 ส่วนค่าที (*t*) ที่คำนวณได้ของคะแนนพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าและพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 จิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานบริการ

ลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า และพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าพบว่าจิตสำนึกในการให้บริการมีความสัมพันธ์อย่างมากในทิศทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r_1 = .982, p<.01) ส่วนในกลุ่มพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าพบว่าจิตสำนึกในการให้บริการมีความสัมพันธ์อย่างมากในทิศทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน (r_2 = .988, p<.01) ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้าและพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มของพนักงานบริการลูกค้าที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้ามีค่าสหสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มของพนักงานบริการลูกค้าที่ได้รับผลประโยชน์จากการบริการลูกค้า ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มมีค่าใกล้เคียงกัน และเมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มด้วยการแปลงเป็นคะแนนฟิชเชอร์ซี พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ดังกล่าวของพนักงานบริการลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Z =-1.42) จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปได้แก่ 1. ควรศึกษาตัวแปรความพึงพอใจต่อองค์การของลูกค้าและตัวแปรการผูกใจมั่นต่อองค์การของลูกค้า เพื่อทดสอบว่าจิตสำนึกในการให้บริการและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจและการผูกใจมั่นต่อองค์การของลูกค้ามากน้อยเพียงใด และอะไรคือปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดการผูกใจมั่นต่อองค์การ 2.ควรศึกษาตัวแปรอื่นประกอบ เช่น ตัวแปรการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) ตัวแปรบุคลิกภาพ ตัวแปรการรับรู้อำนาจในการแสดงพฤติกรรมที่เน้นด้านจิตสำนึกในการให้บริการ เพื่อทดสอบว่าตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อจิตสำนึกในการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามแนวคิดของ Hennig – Thurau & Thurau (2002) หรือไม่ 3.ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานบริการลูกค้าในธุรกิจบริการอื่นๆ เช่น พนักงานให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ หรือ Call Center ที่ให้บริการลูกค้าแบบไม่ได้พบปะกับลูกค้าโดยตรงซึ่งอาจจะได้ผลการวิจัยที่แตกต่างไป

เบญญาลักษณ์ ศรลัมพ์ (2552) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความอ่อนล้าทางอารมณ์กับผลการปฏิบัติงานโดยมีแรงจูงใจเป็นตัวแปรสื่อพหุ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจด้านความบากบั่นเพื่อความสำเร็จ ความบากบั่นเพื่อสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น และความบากบั่นเพื่อสถานภาพหรือตำแหน่งงานในฐานะตัวแปรสื่อพหุ ระหว่างความอ่อนล้าทางอารมณ์กับผลการปฏิบัติงาน โดยมีสมมติฐานการวิจัย คือ ความอ่อนล้าทางอารมณ์ส่งผลต่อการปฏิบัติงานโดยมีแรงจูงใจทั้งสามประเภทเป็นตัวแปรสื่อพหุ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานระดับปฏิบัติการ (ระดับ 1 ถึง 8) ที่ได้รับการบรรจุเป็นพนักงาน โดยไม่รวมลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราวของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในหน่วยงานผู้ช่วยผู้ว่าการวิศวกรรมระบบส่ง (ชพส.) จำนวน 110 คน แบ่งเป็นเพศชาย 76 คนและเพศหญิง 34 คน อายุเฉลี่ย 37 ปี ซึ่งกำหนดตามสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Hair และคณะ (2006) คือกำหนดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 คนต่อค่าพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า 1 ตัว โดยมีหัวหน้าแผนกของแต่ละคนเป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) เป็นรายบุคคล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ 1.มาตรวัดความอ่อนล้าทางอารมณ์ที่ผู้วิจัยปรับจากมาตรวัดความอ่อนล้าทางอารมณ์ที่ พิริยา ผาติประชา (2551) พัฒนาจากมาตรวัด MBI ของ Maslach (1982) 2.มาตรวัดแรงจูงใจ ที่ผู้วิจัยแปลและพัฒนาจากมาตรวัดของ Barrick และคณะ (2002) 3.มาตรวัดผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ผู้วิจัยพัฒนาจากแบบวัดประเมินผลการปฏิบัติงานของ วรรณา พุทธประสาท (2546) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 1.สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของตัวแปรทั้งหมด 2.ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 3.สถิติวิเคราะห์เพื่อทดสอบตัวแปรสื่อพหุ ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามแนวทางของ Baron และ Kenny (1986) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย 4.ค่าสถิติ Z เพื่อยืนยันตัวแปรสื่อ จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความอ่อนล้าทางอารมณ์ส่งผลต่อการปฏิบัติงานโดยมีแรงจูงใจทั้งสามประเภทเป็นตัวแปรสื่อพหุ ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ข้อ ดังนี้ 1. ความอ่อนล้าทางอารมณ์ส่งผลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน ($5 = -.258^{**}$, $p < .01$) คือ เมื่อพนักงานมีความอ่อนล้าทางอารมณ์สูงก็จะส่งผลโดยตรงให้มีผลการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ต่ำลง 2.ความอ่อนล้าทางอารมณ์ส่งผลทางอ้อมผ่านแรงจูงใจด้านความบากบั่นเพื่อสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Communion striving) เพียงบางส่วนไปยัง

ผลการปฏิบัติงาน (2*7 = .063) คือ แรงจูงใจด้านความบากบั่นเพื่อสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นช่วยส่งผ่านอิทธิพลของความอ่อนล้าทางอารมณ์ไปยังผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นผลการวิจัยสรุปรวมคือ **ไม่สนับสนุนสมมติฐาน นั่นคือ ความอ่อนล้าทางอารมณ์ส่งผลต่อการปฏิบัติงานโดยมีเพียงแรงจูงใจด้านความบากบั่นเพื่อสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นเท่านั้นที่เป็นตัวแปรสื่อบางส่วน**

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ 1.ควรมีการศึกษาบทบาทของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลในความสัมพันธ์ระหว่างความอ่อนล้าทางอารมณ์และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกต่อองค์การ เนื่องจากการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การเป็นตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงผลสัมฤทธิ์ของการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงานแสดงออกมา จึงน่าจะนำมาศึกษาในบริบทการทำงานของคนไทยเช่นกัน 2.ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพหรือลักษณะงานเหมือนกัน เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เฉพาะอาชีพ

Julie M. Hays และ Arthur V. Hill (2001) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจวิสัยทัศน์ การเรียนรู้ด้านการบริการ และความเข้าใจในคุณภาพของการบริการ โดยข้อมูลที่นำมาครั้งนี้มาจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานในโรงแรม ตั้งแต่ระดับผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม พนักงานต้อนรับลูกค้าเสมียน และพนักงานทำความสะอาด รวมจำนวนทั้งสิ้น 250 คนจาก 25 โรงแรมในแถบอเมริกาเหนือ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบวัดแรงจูงใจ วิสัยทัศน์ในตัวพนักงานและแบบวัดการเรียนรู้ผ่านความผิดพลาดในการบริการ ซึ่งทั้งสองแบบวัดพัฒนามาจาก Schneider et al. (1996) นอกจากนี้ยังใช้แบบสำรวจความพึงพอใจในการบริการที่ถูกวางไว้ประจำแต่ละห้องพักของลูกค้าเป็นข้อมูลในการพิจารณาถึงความเข้าใจในคุณภาพของการบริการ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression *Analysis*) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งพบผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การเรียนรู้ผ่านความผิดพลาดในการบริการ ส่งผลทางตรงต่อความเข้าใจในคุณภาพของการบริการ นั่นคือ การได้รับคำติด้านการบริการจากลูกค้า มีส่วนสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้และปรับปรุงคุณภาพในการบริการ

2. แรงจูงใจ วิสัยทัศน์ในตัวพนักงาน ส่งผลทางตรงต่อการขับเคลื่อนคุณภาพในการบริการ

3. แรงจูงใจ วิสัยทัศน์ในตัวพนักงาน ส่งผลอย่างยิ่งต่อการการเรียนรู้ผ่านความผิดพลาดในการบริการอันจะนำไปสู่คุณภาพในการบริการที่ดียิ่งขึ้น เพราะหากพนักงานขาดแรงจูงใจและวิสัยทัศน์ในการเรียนรู้ การเรียนรู้ก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้

4. แรงจูงใจ วิสัยทัศน์ในตัวพนักงาน และการเรียนรู้ผ่านความผิดพลาดในการบริการมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพในการบริการ

นอกจากนี้กลุ่มผู้วิจัยได้เสนอแนะสำหรับแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปว่า ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในอาชีพบริการอื่นๆและเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากขึ้น

Glenn F. Ross (1994) **ได้ทำการวิจัยเรื่องการบริการที่มีคุณภาพในอุดมคติของพนักงานในอุตสาหกรรมการบริการ เพื่อศึกษาความต้องการทางบุคลิกภาพ แรงจูงใจ และความสนใจในงานเพื่อพัฒนาจากมุมมองทางจิตวิทยาซึ่งอาจทำนายผลในระดับที่สูงขึ้นของคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมการบริการ ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการสำรวจความต้องการทางบุคลิกภาพ แรงจูงใจ และความสนใจในงานของกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในอุตสาหกรรมการบริการ ซึ่งอาจมีความเกี่ยวข้องกับการบริการที่มีคุณภาพในอุดมคติในอุตสาหกรรมการบริการ จึงพยายามที่จะสำรวจสัมพันธ์ระหว่างมาตรวัด(หรือเครื่องมือทางจิตวิทยาในขอบเขตของบุคลิกภาพและแรงจูงใจ)และการปรับตัวต่อการบริการในอุดมคติแก่ลูกค้าหรือองค์กร ซึ่งโดยทั่วไปจะถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในอุตสาหกรรมการบริการ เช่น การต้อนรับ กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานด้านอุตสาหกรรมการบริการทั้งหมด 274 คน ในที่ท่องเที่ยวทางเหนือของรัฐควีนส์แลนด์ของเมืองแคร์นส์ซึ่งเป็นแหล่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้คนจำนวนมากแสดงเจตคติที่ดีและมีความตั้งใจกี่ยวกับการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้มาจากโรงแรมและรีสอร์ขนาดใหญ่และไม่ได้บันทึกอาชีพไว้เพื่อเป็นสร้างความมั่นใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามว่าไม่เป็นการเปิดเผยตัว โดยเครื่องมือที่ใช้มีทั้งหมด 4 ชุด คือ 1.แบบสอบถามที่เป็นการให้ค่าคะแนนความสำคัญขององค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ 2. แบบสอบถามที่เป็นการให้ค่าคะแนนความสำคัญของแรงจูงใจในงานอุตสาหกรรมการบริการ 3. แบบสอบถามที่เป็นการให้คะแนนเนื้อหาของงาน 4. แบบสอบถาม Manifest Needs Questionnaire (MNQ) ของ Steers และ Braunstein โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูลดังนี้ แบบสอบถามได้แจกจ่ายให้กับเจ้าหน้าที่ของอุตสาหกรรมการบริการผ่านทางผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่งข้อมูลให้กับผู้เขียนโดยตรงทางไปรษณีย์จึงมั่นใจได้ทั้งความลับและไม่เปิดเผยชื่อ การศึกษาครั้งนี้มีการใช้ความหลากหลายของเทคนิคการวิเคราะห์เพื่อให้ตรวจสอบขอบเขตของคุณภาพการให้บริการรวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและปัจจัยต่างๆ เช่น บุคลิกภาพ แรงจูงใจ และผลประโยชน์การจ้างงาน มีการอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อให้เข้าใจการกระจายตัวและช่วงของตัวแปรหลักที่อยู่ภายใต้การศึกษา เทคนิคที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ Factor analysis, การหาค่าความสัมพันธ์ Correlation, ANOVA, การวิเคราะห์ Cross-tabulational และการวิเคราะห์ multiple regression **ผลการศึกษา พบว่า** 1. คะแนนด้านความต้องการสัมฤทธิ์ผลมีค่าสูงสุดและคะแนนด้านความต้องการปกครองตนเองมีค่าต่ำสุด 2. การบริการที่มีคุณภาพในอุดมคติที่สูงขึ้นมีความสัมพันธ์กับความต้องการสัมฤทธิ์ผลร่วมกับกับแรงจูงใจในการจัดการและความสำเร็จ การบริการที่มีคุณภาพ

ในอุดมคติระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความต้องการปกครองตนเองในระดับต่ำ การบริการที่มีคุณภาพในอุดมคติระดับสูงมีความสัมพันธ์กับพนักงานหญิง 3. การบริการในอุดมคติระดับสูงมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจที่สามารถจัดการงานได้สำเร็จในขณะที่การบริการในอุดมคติระดับต่ำมีแนวโน้มในการทำงานที่น้อยกว่า 4. ผู้ที่มีการบริการในอุดมคติระดับต่ำมีแนวโน้มที่มีแรงจูงใจในความสำเร็จระดับต่ำ และผู้ที่มีการบริการในอุดมคติระดับสูงมีโอกาสน้อยที่จะมีแรงจูงใจในระดับต่ำและมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น 5. ความต้องการสัมฤทธิ์ผลและการรับรู้ผลสำเร็จของงานเป็นแรงจูงใจและผลักดันในการทำงาน สามารถทำนายการบริการที่มีคุณภาพในอุดมคติของพนักงานในอุตสาหกรรมการบริการได้ และผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปว่า ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในบริบทด้านภูมิศาสตร์และการทำงานในวัฒนธรรมอื่นที่ต่างออกไป

Ching-Wen Yeh (2009) ได้ทำงานวิจัยเรื่องบรรยากาศในการให้การบริการ ความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพ และผลปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับของสายการบินในไต้หวัน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการบริการ ความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพและผลปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างจาก 3 สายการบินที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด แบ่งแบบสอบถามออกเป็นสำหรับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและสำหรับหัวหน้างาน โดยให้ผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการเป็นผู้ประเมิน ซึ่งแบบสอบถามทั้งหมดมี 3 ชุด คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับบรรยากาศการให้บริการ แบบสอบถามเกี่ยวกับความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพและแบบสอบถามเกี่ยวกับผลปฏิบัติงาน โดยผู้โดยสารจะประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับบรรยากาศการให้บริการและแบบสอบถามเกี่ยวกับความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพให้กับหัวหน้างาน และจะประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับผลปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินถูกประเมิน 1800 ชุด ถูกสุ่มมา 830 ชุด แต่สามารถนำมาใช้ได้จริง 760 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่เป็นหัวหน้างาน 180 ชุด สามารถนำมาใช้ได้จริง 73 ชุด ผลการศึกษาพบว่าในแง่ขององค์ประกอบ 65% ของการตอบกลับแบบสอบถามเป็นเพศหญิง, อายุเฉลี่ยของผู้ตอบคือ 30 ปีและมีการศึกษาดี (70% จบการศึกษาระดับปริญญาตรี) ค่าเฉลี่ยอายุงานที่ทำปัจจุบันคือ 6 ปี วิธีการวิเคราะห์ผลพัฒนาโดย Armstron และ Overton(1977) ถูกใช้ในการประเมินการตอบสนองที่ไม่อคติ ได้วิเคราะห์แบบTwo – tailed เพื่อตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในด้านการใด ๆเช่น อายุ เพศและอื่น ๆ ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการบริการ ความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพและผลปฏิบัติงาน พบว่า บรรยากาศการบริการมีผลกระทบโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อผลปฏิบัติงานและความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพในขณะที่ความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพมีผลกระทบทางบวกต่อผลปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์อีกรูปแบบหนึ่งโดยให้มี 2 โมเดล คือ โมเดลที่ 1 ความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพส่งผลต่อผลปฏิบัติงาน โมเดลที่ 2 ตั้งสมมติฐานว่าความมุ่งมั่นอย่างมือ

อาชีพไม่ส่งผลต่อผลปฏิบัติงาน ทำการวิเคราะห์ประเมินทั้ง 2 โมเดลโดยการเปรียบเทียบความเหมาะสมของสมมติฐานโดยใช้ 5 เกณฑ์(CFI, GFI, NFI, NNFI, RMSEA) โมเดลที่ 1 แสดงถึงความพอดี ผลการทดสอบ Chi-square difference tests เพื่อทดสอบความแตกต่างอีกครั้ง ผลก็ได้เช่นเดิมคือ โมเดลที่ 1 ดีกว่า ผลการทดสอบชี้ให้เห็นว่าความมุ่งมั่นอย่างมืออาชีพเป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการบริการและผลปฏิบัติงาน สรุปผลการวิจัยได้ว่าการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับบรรยากาศการบริการขององค์กรส่งผลกระทบต่อวิธีการให้บริการและวิธีการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพการบริการ ดังนั้นบรรยากาศการบริการไม่เพียงส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงาน แต่ยังรวมถึงการรับรู้ของลูกค้าในการให้บริการ ระดับและความภักดีต่อองค์กร และการศึกษาครั้งนี้พบว่าบรรยากาศการบริการส่งผลกระทบโดยตรงและทางบวกผลต่อผลการปฏิบัติงาน จึงนำเสนอว่า บรรยากาศการบริการมีส่วนช่วยในการปฏิบัติงานของพนักงาน จึงควรให้ความสำคัญเชิงกลยุทธ์ในด้านบรรยากาศการบริการเพื่อกำกับพฤติกรรมของพนักงานที่มีการบริการที่มีคุณภาพสูง

T. Kushnir และคณะ (2005) ได้ศึกษาวิจัย "ประสิทธิผลของโครงการการฝึกสอนในการพยาบาลกับแรงจูงใจในการฝึกสอนของครูฝึกพยาบาล ผลลัพธ์ในการฝึกสอนและผลในปฏิบัติงานในการวิจัยเชิงทดลอง" การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง การฝึกสอนทั่วไปจะเกิดผลประโยชน์ต่อทั้งครูฝึกและผู้ถูกฝึกสอน แต่งานวิจัยนี้เน้นผลประโยชน์แก่ผู้ถูกฝึกสอนในการพยาบาลเป็นหลัก มีวัตุประสงค์คือ เพื่อรับรู้ประสิทธิผลของผู้เข้าร่วมโครงการการฝึกสอนในการพยาบาล กับแรงจูงใจในการสอนของครูฝึก การพัฒนาทักษะ การรับรู้ความสามารถของตน ทัศนคติในวิชาชีพ การส่งผ่านการฝึกและผลการปฏิบัติงานในวิชาชีพ ซึ่งมีสมมติฐานคือ ผู้เข้าร่วมในโครงการนี้จะมีการพัฒนาในทุก ๆ ด้านระหว่างการฝึกซึ่งจะแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับกลุ่มควบคุม กลุ่มตัวอย่าง 1 ห้องเรียนประกอบด้วยบัณฑิตที่จบการศึกษา 52 คนของโรงเรียนพยาบาล 1 โรงเรียนในอิสราเอล ซึ่งเป็นผู้ที่จบการศึกษาภายในปีที่แล้วและเพิ่งได้รับเข้าทำงานเป็นนางพยาบาล ซึ่งนักศึกษาจะถูกสุ่มแบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยทุก ๆคนที่ 3 ในห้องเรียนจะถูกเสนอเข้าร่วมโครงการเป็นครูฝึก เมื่อรายชื่อถูกเสนอหมดก็เริ่มรอบที่สอง ซึ่งทำแบบเดียวกับรอบแรกและได้ผู้เข้าร่วมโครงการอีก 4 คน รวมเป็น 22 คน เหลืออีก 30 คนที่ไม่ได้ถูกสุ่มก็จะเป็นกลุ่มควบคุม มีนักศึกษา 2 คนปฏิเสธที่จะเข้าร่วมกลุ่มโครงการครูฝึกและได้ไปเข้าร่วมกลุ่มควบคุมแทน ไม่มีความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่มนี้ในเรื่องอายุ ถิ่นกำเนิด สถานภาพสมรส จำนวนปีที่ศึกษาและประสบการในการทำงาน ค่าเฉลี่ยของอายุอยู่ระหว่าง 25.1 ปี และ 24.9 ปีตามลำดับ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบวัด self-report และObjective structured clinical examination (OSCE) ซึ่งเป็นการทดสอบผลการปฏิบัติงานที่เลียนแบบสถานการณ์จริง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้

สถิติ *t*-test เปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่มพบว่ากลุ่มผู้ฝึกจะพัฒนาในเรื่องแรงจูงใจในการฝึก การรับรู้ประสิทธิภาพของตนเองและพฤติกรรมการส่งผ่านในหลายๆทักษะของพยาบาล กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมฝึกจะขัดขวางการเสื่อมคลายของทักษะต่างๆ ของการพยาบาล เช่น การจัดการการใช้ยา ทักษะการสื่อสารเป็นต้น ความคงที่นี้จะแตกต่างกับการปฏิเสธในผลลัพธ์ทั้งหมดในกลุ่มควบคุม ผู้ฝึกจะได้รับการส่งผ่านพฤติกรรมทางบวกและสาธิตผลการปฏิบัตงานในวิชาชีพของผู้บังคับบัญชา ส่วนทัศนคติในวิชาชีพไม่แตกต่างกัน ข้อจำกัดในงานวิจัย การวิจัยนี้เกี่ยวกับผลของการฝึกสอนในการพยาบาลที่เจาะจงเฉพาะผลประโยชน์ของผู้รับการฝึก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานในพนักงานขายว่ามีมากน้อยเพียงใด

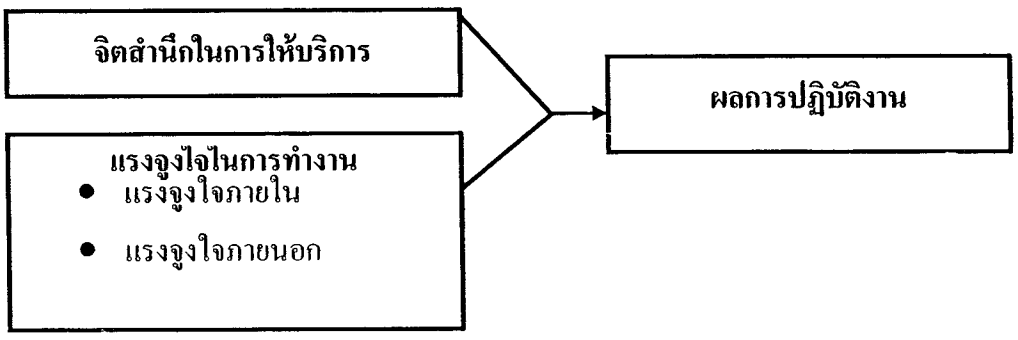
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงาน

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของจิตสำนึกในการใหบริการ แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

สมมติฐานการวิจัย

จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็น พนักงานประจำร้าน 7-eleven สาขาประจำสถานีน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 162 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

2.1. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิจัยได้แก่

2.1.1 จิตสำนึกในการให้บริการ

2.1.2 แรงจูงใจในการทำงาน แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ แรงจูงใจภายในในการทำงาน และแรงจูงใจภายนอกในการทำงาน

2.2 ตัวแปรตามที่นำมาศึกษา คือ ผลการปฏิบัติงาน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Orientation) หมายถึง แนวโน้มที่จะเป็นผู้ชอบให้ความช่วยเหลือความเอาใจใส่ และ ความร่วมมือกับผู้อื่น นอกจากนี้จิตสำนึกในการให้บริการยังต้องประกอบด้วย ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งภายในและภายนอก การแสดงกิริยา น้ำเสียง ท่าทางและพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ ในที่นี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดจิตสำนึกการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการของชนัตรา ร่อนพิบูลย์ (2550)

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน (Work Motivation) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่ถูกกระตุ้นหรือผลักดันโดยปัจจัยต่างๆจนก่อให้เกิดความพยายามและความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานให้ดีด้วยความเต็มใจและบรรลุผลสำเร็จได้ ซึ่งแรงจูงใจในการทำงานสามารถแบ่งตามลักษณะของการแสดงออกทางพฤติกรรมได้ 2 ประเภท คือ

1) แรงจูงใจภายในในการทำงาน(Intrinsic Work Motivation) หมายถึง สิ่งผลักดันและจูงใจจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า มีผลทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมออกไปเพราะรักหรือกระทำสิ่งนั้นอย่างใจจริง

2) แรงจูงใจภายนอกในการทำงาน(Extrinsic Work Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นหรือสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนหรือสิ่งตอบแทนภายนอกที่มีผลกับแรงจูงใจในการทำงาน

ในที่นี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดแรงจูงใจ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานของสิริเดช ปริวัตรพันธ์ (2551) ซึ่งเป็นมาตรที่พัฒนามาจากวัฒนา ศรีสม (2542) ตามแนวคิดของ Herzberg (1959)

ผลการปฏิบัติงาน (Performance) หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้ โดยมีการกำหนดลักษณะงาน ค่างาน และคุณลักษณะของผลการปฏิบัติงานที่ดีไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเกณฑ์ชี้วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้พนักงานทราบเป้าหมายและทิศทางในการทำงาน ในที่นี้หมายถึงคะแนนที่ได้จากมาตรวัดผลการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามเพิ่มเติมจากมาตรวัดผลการปฏิบัติงานของ Douglas N Behrman และ William D Perreault, Jr (1982) โดยแปลเป็นภาษาไทยภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ตุ้ยคำภีร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.เพื่อประเมินระดับจิตสำนึกในการให้บริการ และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเป็นรายบุคคล เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการหารูปแบบพัฒนาที่เหมาะสม เช่น หลักสูตรการฝึกอบรม การสอนงาน ระบบการจ่ายผลตอบแทน การปรับสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ฯลฯ

2. เพื่อเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของพนักงานระหว่างสาขา โดยวัดจากจิตสำนึกในการให้บริการ และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ซึ่งผลที่ได้นั้นสามารถนำมาเป็นตัวชี้วัดและใช้วิเคราะห์ข้อเด่น-ข้อด้อยในการทำงานของพนักงานแต่ละสาขา ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการหาวิธีการพัฒนาปรับปรุงพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน เพื่อความเป็นมาตรฐานและมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการขององค์การ

3. เพื่อได้แนวทางในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานในระดับที่องค์การต้องการรับเข้ามาทำงานภายในองค์การ

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยมีรายละเอียดในวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานขายประจำร้านเซเว่นอีเลนเว่นสาขาประจำสถานีน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลและต่างจังหวัดในสังกัดของBSA จำนวน 81 สาขา แต่กลุ่มตัวอย่างที่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้จริง คือ 35 สาขา รวมทั้งสิ้น 162 คน ทีมผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณที่กำหนดเกณฑ์ไว้ว่าตัวแปรต้น 1 ตัว ควรมีการสุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 20 คน (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2009) ซึ่งในงานวิจัยนี้มีตัวแปรต้น 3 ตัว คือ จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน 2 แบบ จึงต้องการกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 60 คน แต่ผู้วิจัยเลือกใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 162คน เพื่อเพิ่มอำนาจทางสถิติในการวิเคราะห์ และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลและแบบวัด 3 ฉบับ ดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นการสอบถามถึงภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและลักษณะงาน
2. แบบวัดประกอบด้วยมาตรวัด 3 ฉบับ ได้แก

2.1 มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการของชนัตรา ร่อนพิบูลย์ (2550)

2.2 มาตรวัดแรงจูงใจ

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานของสิริเดช ปริวัตรพันธ์ (2551) ซึ่งเป็นมาตรที่พัฒนามาจากวัฒนา ศรีสม (2542) ตามแนวคิดของ Herzberg (1959)

2.3 มาตรวัดผลการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามเพิ่มเติมจากมาตรวัดผลการปฏิบัติงานของ Douglas N Behrman และ William D Perreault, Jr (1982) โดยแปลเป็นภาษาไทยภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ตุ้ยคำภีร์

การพัฒนาเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. **มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ**

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการของชนัตรา ร่อนพิบูลย์ (2550) ที่พัฒนามาจากแนวคิดของ Lytle at al. (1998) และ กฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และอานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2548) ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 49 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 19 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 30 ข้อ มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการมี 8 องค์ประกอบ คือ ความใส่ใจในรายละเอียดและความต้องการของผู้รับบริการ การแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการให้บริการด้วยความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น การใช้เทคโนโลยีต่างๆเพื่อการบริการที่ดี การป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการบริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม ความสนใจและการพัฒนาตนเองในด้านทักษะการให้บริการ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และชอบช่วยเหลือผู้อื่น และความเป็นมิตรและมีน้ำใจต่อผู้อื่น มาตรวัดเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ตรงอย่างยิ่ง ค่อนข้างตรง ตรงและไม่ตรงพอๆกัน ค่อนข้างไม่ตรง และไม่ตรงอย่างยิ่ง

มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient of Internal Consistency) แต่ละองค์ประกอบดังนี้

ด้านความใส่ใจในรายละเอียดและความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .739

ด้านการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการให้บริการด้วยความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .627

ด้านการใช้เทคโนโลยีต่างๆเพื่อการบริการที่ดี มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .732

ด้านการป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .623

ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .624

ด้านความสนใจและการพัฒนาตนเองในด้านทักษะการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .708

ด้านความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .730

ด้านความเป็นมิตรและมีน้ำใจต่อผู้อื่น มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคในมาตรนี้เท่ากับ .565

และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาครวมทั้งฉบับเท่ากับ .927

ขั้นตอนพัฒนามาตรวัด

1. มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการของชนัตรา ร่อนพิบูลย์ (2550) ซึ่งเดิมมีข้อกระทั้งสิ้น 50 ข้อ จาก 9 องค์ประกอบให้เหลือ 8 องค์ประกอบ เพื่อความเหมาะสมกับบริบทของงานวิจัย ผู้วิจัยได้คิดข้อกระทงขึ้นเองโดยอิงเกณฑ์และบริบทของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบไปด้วยข้อกระทงทางบวก 5 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 5 ข้อ ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 80 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 40 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 40 ข้อ และใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

2. ผู้วิจัยนำข้อคำถามทั้งหมด 80 ข้อ ไปผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อดูความตรงตาเนื้อหาและปรับปรุงถ้อยคำให้เหมาะสม เหลือ 66 ข้อ โดย ผศ.ดร.อรัญญา ตุ้ยคำภีร์ และ คุณมนฤดี สายสิงห์ (นักวิจัยผู้ช่วยของศูนย์ประเมินทางจิตวิทยา คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

3. ผู้วิจัยนำมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานด้านการบริการของรัฐแห่งหนึ่ง จำนวน 80 คน และนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (Corrected Item-Total Correlation : CITC) โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน ค่า Critical Degree of Freedom เท่ากับ n-1 ซึ่งดูจากตารางชั้นความเป็นอิสระเท่ากับ 80 มีค่าวิกฤตของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เท่ากับ 0.22 ซึ่งหากข้อคำถามใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อและคะแนนรวมของข้ออื่นๆใน

แบบวัด น้อยกว่า 0.22 จะตัดข้อคำถามนั้นออก การวิเคราะห์ผลพบว่ามีข้อกระทงที่ผ่านจำนวน 49 ข้อ จาก 66 ข้อ โดย มีค่า Cronbach's Alpha ที่ .927 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์ผลมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (corrected item-total correlation) และ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient of Internal Consistency)(N= 80) แต่ละองค์ประกอบดังนี้

ข้อความ	CITC ครั้งที่ 1
ความใส่ใจในรายละเอียดและความต้องการของผู้รับบริการ	
4. ฉันเตรียมพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ	.399
5. ฉันไม่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการได้	.352
14.ฉันคิดว่าลูกค้าควรศึกษารายละเอียดของสินค้าด้วยตัวเอง เพราะไม่ใช่หน้าที่ของฉัน	.488
15.ฉันไม่สนใจว่าลูกค้าหาสินค้าเจอหรือไม่	.346
20.การดูแลลูกค้าทำให้ฉันมีความสุข	.516
21.ฉันให้คำแนะนำเมื่อลูกค้าถามถึงสินค้าที่ต้องการ	.372
25.การโน้มน้าวใจลูกค้า เป็นสิ่งฉันถนัด	.476
30.ฉันรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการให้บริการลูกค้า	.482
38.การโน้มน้าวใจลูกค้า เป็นสิ่งฉันถนัด	.263
49.ฉันรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการให้บริการลูกค้า	.310
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	.739
การแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการให้บริการด้วยความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น	
2.เมื่อลูกค้าตำหนิฉัน ฉันน้อมรับด้วยความยินดี	ไม่ผ่าน *t*-test
13.ฉันนินทาลูกค้าลับหลัง	.302
18.ฉันสามารถอดทนต่อลูกค้าที่โมโหใส่ฉัน	.305
23.ฉันมักตำหนิลูกค้าที่แสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสม	.296

33.ฉันมักพูดเสียดสีลูกค้าที่เข้ามาแล้วไม่ซื้อของ	.438
34.ฉันสามารถหาวิธีตัดบทเมื่อฟังปัญหาจากลูกค้าเป็นเวลานาน	ไม่ผ่าน *t*-test
43.ฉันไม่สามารถอดทนต่อลูกค้าเจ้าอารมณ์ได้	.313
58.ฉันรู้สึกโมโหเมื่อลูกค้าทำสินชำรุด	.474
60.เมื่อลูกค้าเข้ามาด้วยท่าทางที่อารมณ์ไม่ดี ฉันยินดีที่จะให้บริการ	.282
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	.627
การใช้เทคโนโลยีต่างๆเพื่อการบริการที่ดี	
8.ฉันสามารถนำความรู้เรื่องเทคโนโลยีมาประยุกต์กับงานบริการของฉันได้	.481
11.ฉันไม่สนใจเทคโนโลยีใหม่ ๆ	.237
27.เมื่อเพื่อนไม่เข้าใจคอมพิวเตอร์ฉันสามารถสอนให้เพื่อนเข้าใจได้	.579
31.การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นเรื่องยากสำหรับฉัน	.370
42.ฉันมักติดตาม ศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ	.556
45.ฉันสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการสั่งสินค้าได้ถูกต้อง รวดเร็ว	.420
51.ฉันไม่ชอบทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์	.509
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	.732
การป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการบริการ	
16.ฉันรีบทำความสะอาดเมื่อลูกค้าทำสินค้าหกเลอะเทอะ	ไม่ผ่าน t-test
26.ฉันรู้สึกว่าการคิดราคาสินค้าผิดเป็นเรื่องปกติ	.391
29.ฉันไม่คิดแก้ปัญหา แม้ว่าจะรู้สาเหตุของปัญหา	.525
32.ฉันนำบทเรียนจากความผิดพลาดในการทำงาน มาปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ	ไม่ผ่าน t-test
37.ฉันรู้สึกว่าการทำงานผิดพลาดเป็นเรื่องปกติ	.267
62.ฉันไม่ยอมรับความผิดเมื่อทำงานผิดพลาด	.489
63.ฉันไม่สามารถจัดการเหตุการณ์ที่เกินความสามารถของฉันได้	ไม่ผ่าน t-test
64.ฉันสามารถแก้ปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้าของงานบริการได้ดี	ไม่ผ่าน t-test
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	.623
การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม	
7.ฉันกล่าวสวัสดีและขอบคุณลูกค้าที่เข้ามาในร้านทุกครั้ง	294
10.ฉันมักสนทนากับลูกค้าด้วยวาจาที่ไพเราะ	ไม่ผ่าน *t*-test
12.แม้สิ่งที่ฉันทำจะเดือดร้อนต่อผู้อื่น ฉันยังคงทำสิ่งนั้นต่อไป	.253
17.ฉันเป็นคนพูดจาเสียงดัง	.250

ข้อความ	CITC ครั้งที่1
19.ฉันมักเป็นฝ่ายเริ่มต้นการสนทนากับลูกค้า	.395
40.ฉันไม่ค่อยได้กล่าวขอบคุณเมื่อผู้อื่นช่วยเหลือฉัน	.462
47.ฉันคิดว่า การพูดคุยกับลูกค้า เป็นเรื่องที่ทำให้ฉันเสียเวลา	ไม่ผ่าน *t*-test
65.ฉันชักสีหน้าใส่ผู้อื่นเมื่อรู้สึกไม่พอใจ	.324

4.จากนั้นผู้วิจัยได้นำมาตรชุด 49 ข้อกระทงนี้ไปหาความตรงด้วยวิธีการทดสอบกับกลุ่มที่รู้ลักษณะอยู่แล้ว (known group) ว่าน่าจะเป็นกลุ่มที่มีจิตสำนึกให้บริการสูงและต่ำ โดยกลุ่มที่คาดว่าน่าจะมีจิตสำนึกให้บริการสูงได้แก่ อาชีพประชาสัมพันธ์ อาชีพต้อนรับ และอาชีพบริการร้านกาแฟ จำนวน 30 คน เพราะลักษณะงานมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าตลอดเวลา ส่วนกลุ่มที่คาดว่าน่าจะมีจิตสำนึกให้บริการต่ำได้แก่ อาชีพช่างเทคนิคเครื่องบิน จำนวน 30 คน เพราะลักษณะงานเน้นการทำงานกับเครื่องจักรไม่ได้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

ผลการทดสอบพบว่ากลุ่มบุคคลที่คาดว่าน่าจะมีจิตสำนึกให้บริการสูง (M=215.57, SD=20.265) มีคะแนนจากมาตรวัดจิตสำนึกให้บริการดังกล่าวสูงกว่ากลุ่มบุคคลที่คาดว่าน่าจะมีจิตสำนึกให้บริการต่ำ (M=186.93, SD=21.984) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (F= .017, $p < .05$)

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คะแนน	
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
ไม่ตรงอย่างยิ่ง	1	5
ค่อนข้างไม่ตรง	2	4
ตรงและไม่ตรงพอๆกัน	3	3
ค่อนข้างตรง	4	2
ตรงอย่างยิ่ง	5	1

2. มาตรวัดแรงจูงใจในการทำงาน

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงาน ของสิริเดช ปริวัตรพันธ์ (2551) ซึ่งเป็นมาตรที่พัฒนามาจากวัฒนา ศรีสม (2542) ตามแนวคิดของ Herzberg (1959) ที่วัดแรงจูงใจภายในในการทำงานและแรงจูงใจภายนอกในการทำงาน ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 51 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 30 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 21 ข้อ มาตรวัดแรงจูงใจประกอบด้วย แรงจูงใจภายในในการทำงาน ซึ่งมี 6 องค์ประกอบ คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความพอใจในงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านความเจริญเติบโตในตนเองและอาชีพ และแรงจูงใจภายนอกในการทำงานซึ่งมี 9 องค์ประกอบ คือ ด้านนโยบายและการบริหารองค์กร ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านสถานภาพในการทำงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านความมั่นคง

ในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน มาตรวัดเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ตรงอย่างยิ่ง ค่อนข้างตรง ตรงและไม่ตรงพอๆกัน ค่อนข้างไม่ตรง และไม่ตรงอย่างยิ่ง

ขั้นตอนพัฒนามาตรวัด

1. มาตรวัดแรงจูงใจในการทำงาน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานของสิริเดช ปริวัตรพันธ์ (2551) ซึ่งเดิมมีข้อกระทงทั้งสิ้น 73 ข้อ จากแรงจูงใจภายในในการทำงาน ซึ่งมี 6 องค์ประกอบ และแรงจูงใจภายนอกในการทำงานซึ่งมี 9 องค์ประกอบ โดยผู้วิจัยมีการปรับถ้อยคำและเพิ่มลดข้อกระทงเพื่อความเหมาะสมกับบริบทของงานวิจัย ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 80 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวกและข้อกระทงทางลบ และใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

2. ผู้วิจัยนำข้อคำถามทั้งหมด 80 ข้อ ไปผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อดูความตรงตามเนื้อหาและปรับปรุงถ้อยคำให้เหมาะสม โดย ผศ.ดร.อรัญญา ตุ้ยคำภีร์

3. ผู้วิจัยนำมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานขาย และบริการภายในร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 60 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (corrected item-total correlation) กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์ผลมาตรแรงจูงใจในการทำงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (corrected item-total correlation) และ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient of Internal Consistency)(N= 60) ดังนี้

ข้อความ		CITC ครั้งที่1	CITC ครั้งที่2
ด้านการบังคับบัญชา			
1	ฉันได้รับคำแนะนำที่ดีจากหัวหน้างาน	.268	.264
2.	หัวหน้างานติดตามผลการปฏิบัติงานของฉันเสมอ	.281	.281
3.	ฉันชอบวิธีการทำงานของหัวหน้า	.479	.479
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา			
4.	หัวหน้ามอบหมายงานด้วยความยุติธรรม	.333	.331

5. หัวหน้างานมักไม่ยอมรับความคิดเห็นของฉัน	.384	.383
6. หัวหน้างานและฉันพูดคุยสื่อสารกันเรื่องงานอย่างสม่ำเสมอ	.303	.304
ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน		
7. ฉันรู้สึกถึงความเป็นมิตรของเพื่อนร่วมงาน	.318	.320
8. เพื่อนร่วมงานไม่เคยยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือเมื่อฉันมีปัญหาในการทำงาน	.366	.372
9. ฉันไม่ชอบเพื่อนร่วมงานบางคนจนทำให้ไม่อยากทำงาน	.396	.399
10. ฉันชอบทำงานร่วมกับเพื่อนเป็นทีม	.455	.453
ด้านสภาพการทำงาน		
11. สถานที่ทำงานของฉันมีความเหมาะสม	.411	.409
12. สถานที่ทำงานของฉันได้รับการดูแล ทำความสะอาดอยู่เสมอ	.378	.382
13. บริษัทของฉันขาดเครื่องมือที่จำเป็นต่อการทำงาน	.422	.429
14. ฉันไม่มีความสุขกับสภาพการทำงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน	.506	.516
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ		
15. ฉันได้รับความสะดวกในการใช้สวัสดิการต่างๆจากบริษัท	.304	.308
16. ผลตอบแทนที่ได้รับ ไม่คุ้มค่ากับความสามารถของฉัน	.426	.432
17. การใช้สวัสดิการต่างๆจากบริษัทมีความล่าช้า	.399	.396
ด้านสถานภาพในการทำงาน		
18. ฉันพึงพอใจในหน้าที่การงานที่ทำอยู่	.514	.512
19. ฉันสามารถบอกคนอื่นได้อย่างภาคภูมิใจว่าเป็นพนักงานของบริษัทนี้	.708	.706
20. ฉันมักไม่ได้รับการแจ้งข่าวสารจากบริษัท	.396	.404
21. ฉันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การทำงานสำเร็จ	.351	.350
ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว		
22. ฉันสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานได้อย่างเต็มที่	.256	.251
23. ฉันไม่ได้รับความไว้วางใจให้ทำงานโดยลำพัง	.524	.514
24. ฉันรู้สึกอึดอัดเวลาทำงาน	.393	.396
25. ฉันรู้สึกมีความสุขเวลาทำงาน	.440	.437
ด้านความมั่นคงในการทำงาน		
26. บริษัทที่ฉันทำอยู่มีความมั่นคง	.515	.507

27. ฉันรู้สึกว่าบริษัทไม่มีความมั่นคง	.552	.555
28. ฉันสามารถทำงานในตำแหน่งปัจจุบันได้ ถ้าหากฉันทำงานได้บรรลุเป้าหมาย	.348	.344
29. สวัสดิการที่ได้รับจากบริษัททำให้ฉันรู้สึกมั่นคง	.347	.346
ด้านความสำเร็จในการทำงาน		
30. ฉันประสบความสำเร็จในการทำงานตามที่ได้คาดหวังไว้	.476	.479
31. ฉันทำงานสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย	.534	.532
32. ฉันมักทำงานไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้	.584	.590
33. ฉันเห็นว่าการประสบผลสำเร็จในการทำงานไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด	.598	.604
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ		
34. ฉันได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	.349	.342
35. ฉันไม่ได้รับรางวัลเมื่อทำงานได้บรรลุตามเป้าหมาย	.255	.246
36. หัวหน้างานไม่ยอมรับในความรู้ความสามารถของฉัน	.667	.670
ด้านความพอใจในงานที่ปฏิบัติ		
37. ฉันทุ่มเทกับงานที่ได้รับมอบหมายจนกว่าจะประสบความสำเร็จ	.424	.424
38. ฉันรู้สึกพึงพอใจกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน	.559	.556
39. ฉันรู้สึกเบื่อหน่ายกับงานที่ได้รับมอบหมาย	.555	.552
40. ฉันรู้สึกว่างานที่ได้รับมอบหมายไม่เหมาะกับฉัน	.494	.490
ด้านความรับผิดชอบ		
41. ฉันทุ่มเทกับงานที่รับผิดชอบจนกว่าจะประสบความสำเร็จ	.502	.497
42. ฉันเข้าใจบทบาทหน้าที่ในการทำงานของฉัน	.478	.469
43. ฉันยอมรับในเป้าหมายของบริษัท	.363	.358
44. ฉันสามารถทำผลผลิตได้ทันตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้	.298	.285
45. ฉันรู้สึกว่างานที่ทำอยู่ในปัจจุบันไม่ตรงกับความสามารถของฉัน ทำให้ฉันรู้สึกไม่อยากทำงาน	.642	.650
ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน		
46. ฉันได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานในทุกๆเรื่อง	.590	.586
47. หัวหน้างานมักสนบสนุนเพื่อนร่วมงานมากกว่าฉัน	.484	.493
ด้านความเจริญเติบโตในตนเองและอาชีพ		
48. ฉันคิดว่าการฝึกอบรมช่วยให้ฉันมีความรู้ในการทำงานมากขึ้น	.428	.422
49. ฉันเข้าร่วมการฝึกอบรมที่จะช่วยพัฒนาการทำงานของฉัน	.425	.418

50. ฉันคิดว่าการฝึกอบรมไม่ได้มีประโยชน์ต่อการทำงาน	.555	.565
51. ฉันเห็นว่าความรู้ที่ฉันมีอยู่ในปัจจุบันก็เพียงพอสำหรับการทำงานแล้ว	.258	.264
52 บริษัทมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ของฉัน	.187	-
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาครวมทั้งฉบับ	.929	.929

4. คำนวณความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดด้วยวิธีความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) จากข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient of Internal Consistency) พบว่ามีค่าความเที่ยงของมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานทั้งฉบับเท่ากับ .929 มีข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์จำนวน 1 ข้อกระทง จึงได้ตัดข้อกระทงนั้นไป จากจำนวน 52 ข้อกระทง เหลือ จำนวน 51 ข้อกระทง พบว่า ค่าความเที่ยงของมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานทั้งฉบับเท่ากับ .929

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คะแนน	
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
ไม่ตรงอย่างยิ่ง	1	5
ค่อนข้างไม่ตรง	2	4
ตรงและไม่ตรงพอๆกัน	3	3
ค่อนข้างตรง	4	2
ตรงอย่างยิ่ง	5	1

3. มาตรวัดผลการปฏิบัติงาน

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามเพิ่มเติมจากมาตรวัดผลการปฏิบัติงานของ Douglas N Behrman และ William D Perreault, Jr (1982) โดยแปลเป็นภาษาไทยภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ตุ้ยคำภีร์ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งแบ่งเป็น 7 องค์ประกอบ คือ บรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ ควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัท พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท พัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงาน นำเสนอสินค้าอย่างมี

ประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การ ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 34 ข้อ

ขั้นตอนพัฒนามาตรวัด

1. มาตรวัดผลการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้แปลเป็นภาษาไทยและปรับปรุง พัฒนาข้อคำถามเพิ่มเติมจากมาตรวัดผลการปฏิบัติงานของ Douglas N Behrman และ William D Perreault, Jr (1982) ซึ่งเดิมมีข้อกระทั้งสิ้น 31 ข้อ จาก 7 องค์ประกอบเพิ่มเป็น 36 ข้อ เพื่อความเหมาะสมกับบริบทของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้คิดข้อกระทงขึ้นเองโดยอิงเกณฑ์และบริบทของแต่ละองค์ประกอบ และใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

2. ผู้วิจัยนำข้อคำถามทั้งหมด 36 ข้อไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความถูกต้องและความตรงตามเนื้อหาและปรับปรุงถ้อยคำให้เหมาะสม โดย ผศ.ดร.อรัญญา ตุ้ยคำภีร์

3. ผู้วิจัยนำมาตรวัดผลการปฏิบัติงานไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานขายและบริการภายในร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 60 คน และคำนวณค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรวัด (corrected item-total correlation) กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์มาตรวัดผลการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆในมาตรวัด (Corrected Item – Total Correlation) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าครอนบราค (Cronbach's Alpha) (N = 60)

ข้อความ	CITC	
	ครั้งที่ 1 35 ข้อ	ครั้งที่ 2 34 ข้อ
บรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ		
1. จำนวนยอดขายตามเกณฑ์หรือมากกว่าที่บริษัทกำหนด	.500	.500
2. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทด้วยการแนะนำสินค้าโปรโมชั่นใหม่ๆ	.457	.457

แก่ลูกค้า		
3. รู้งาน ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้องครบถ้วน	.302	.302
4. ขาดความรอบคอบในการทำงาน	.465	.465
5. งานมักจะไม่เสร็จตามกำหนด	.685	.685
6. การทำงานเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง	.709	.709
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	.805	.805
ควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัท		
7. ใช้อุปกรณ์ ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทอย่างระมัดระวัง	.465	.370
8. จัดการสินค้าต่างๆภายในร้านอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าค้างสต๊อก	.685	.520
9. มีสำรองสินค้าต่างๆภายในร้านอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าค้างสต๊อก	-	
10. ประมาท เลินเล่อ มีการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท	.408	.390
11. ใช้น้ำ – ไฟฟ้าและสาธารณูปโภคภายในร้านอย่างฟุ่มเฟือย	.237	-
12. นำสิ่งของภายในร้านมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน	.351	.333
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	.401	.620
พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี		
13. ตอบคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าโปรโมชั่นแก่ลูกค้าได้ดี	.271	.271
14. กระตือรือร้น รับฟังในสิ่งที่ลูกค้าพูดบอก	.609	.609
15. นำเสนอสินค้าด้วยถ้อยคำที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	.709	.709
16. มักจะลืมกล่าวขอบคุณหลังลูกค้าใช้บริการเสร็จ	.655	.655
17. ไม่ใส่ใจต่อการโต้ตอบกับลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	.356	.356
18. แสดงสีหน้าไม่พอใจเมื่อลูกค้าพูดจาไม่สุภาพ	.675	.675
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	.775	.775
ให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท		
19. ทำงานตามกฎระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด แม้จะไม่มีใครเห็น	.690	.690

20. มีการจดบันทึกรายการสั่งสินค้า บันทึกรายรับ –รายจ่าย บันทึกการปฏิบัติงานประจำวันเป็นประจำทุกวัน	.423	.423
21. มีการเสนอความคิดเห็นแก่บริษัทเพื่อปรับปรุงงานในร้านให้ดีขึ้น	.529	.529
22. ไม่ปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท	.565	.565
23. หลีกเลี่ยงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมฝึกต่างๆของบริษัท	.498	.498
24. เข้างานไม่ตรงเวลา	.398	.398
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	.710	.710
พัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงาน		
25. สามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ภายในร้านได้อย่างถูกวิธี คล่องแคล่ว	.666	.666
26. พัฒนาความรู้ในงานสม่ำเสมอจนเป็นตัวอย่างให้คนอื่นทำตามได้	.779	.779
27. เป็นตัวแทนสมาชิกในทีมในการสอนงานคนที่เข้ามาใหม่	.577	.577
28. ไม่สนใจเรียนรู้การใช้อุปกรณ์ภายในร้านอย่างถูกวิธี	.520	.520
29. ไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์ใหม่ๆภายในร้าน	.500	.500
30. ขาดการแนะนำวิธีการใช้อุปกรณ์ในร้านแก่เพื่อนร่วมงาน	.597	.597
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	.838	.838
ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การ		
31. พูดคุยปรึกษาหัวหน้าเสมอเพื่อหาทางปรับปรุงงาน	.644	.644
32. ช่วยเพื่อนร่วมงานเมื่อเขามีงานล้นมือโดยเพื่อนไม่ต้องร้องขอ	.714	.714
33. มีสัมมาคารวะต่อหัวหน้างาน	.552	.552
34. ไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใสกับเพื่อนร่วมงาน	.635	.635
35. มักหลีกเลี่ยงต่อการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน	.664	.664
36. ชอบพูดบ่น นินทาเพื่อนร่วมงาน	.454	.454
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค	.812	.812
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาครวมทั้งฉบับ	.936	.937

4. คำนวณความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดด้วยวิธีความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) จากข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient of Internal Consistency) พบว่ามีค่าความเที่ยงของมาตรวัดผลการปฏิบัติงาน ทั้งฉบับเท่ากับ .936 มีข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์จำนวน 2 ข้อกระทง จึงได้ตัดข้อกระทงนั้นไป จากจำนวน 36 ข้อกระทง เหลือ จำนวน 34 ข้อกระทง พบว่า ค่าความเที่ยงของมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงานทั้งฉบับเท่ากับ .973

5. ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงตามเกณฑ์ของมาตรวัดโดยมีมาตรวัดผลการปฏิบัติงานฉบับมาตรฐานที่บริษัทใช้ประเมินพนักงานอยู่ ผลการตรวจสอบพบว่า มาตรวัดที่สร้างขึ้นมีค่าสหสัมพันธ์ทางบวกกับมาตรมาตรวัดผลการปฏิบัติงานฉบับมาตรฐานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (r = .50) นั่นหมายความว่ามาตรวัดผลการปฏิบัติงานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความตรงอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี

เกณฑ์การให้คะแนน

คำตอบ	คะแนน	
	ข้อความทางบวก	ข้อความทางลบ
ไม่ตรงอย่างยิ่ง	1	1
ค่อนข้างไม่ตรง	2	2
ตรงและไม่ตรงพอๆกัน	3	3
ค่อนข้างตรง	4	4
ตรงอย่างยิ่ง	5	5

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มผู้วิจัยติดต่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งด้วยตนเอง เพื่อนัดหมายวันและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

2. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อส่งไปยังบริษัทที่ขอความร่วมมือเก็บข้อมูล

3. กลุ่มผู้วิจัยเป็นส่งมอบแบบสอบถามให้กับหัวหน้าพนักงานแต่ละสาขาเพื่อแจกจ่ายแก่พนักงานในสาขาของตน พร้อมทั้งชี้แจงและขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างในการนำข้อมูลมาใช้เพื่อดำเนินการวิจัย

4. กลุ่มผู้วิจัยนัดวันและเวลาที่รับแบบสอบถามส่งกลับคืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 15 วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น และวิเคราะห์ใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลสถิติพื้นฐานของคะแนนจากตัวแปรทั้งหมด อันได้แก่ ตัวแปรต้นคือ จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน ตัวแปรตามคือผลการปฏิบัติงาน ตอนที่ 2 ผลการทดสอบคำถามการวิจัย ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลสถิติพื้นฐานของคะแนนจากตัวแปรทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขายประจำร้านสะดวกซื้อ (7-eleven) ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 162 คน จากค่าสถิตพื้นฐานของตัวแปรต่างๆ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นเพศชายร้อยละ 35.20 และเพศหญิงร้อยละ 64.80 อยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปีมากที่สุดร้อยละ 67.30 และรองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปีร้อยละ 24.70 สถานภาพส่วนใหญ่โสดร้อยละ 67.50การศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 45.10 ระยะเวลาการทำงานกับองค์การปัจจุบันส่วนใหญ่มากกว่า 1 ปีขึ้นไปร้อยละ 41.40

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของตัวแปร เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ การศึกษาและระยะเวลาการทำงานกับบริษัทฯ ของพนักงานขายประจำร้านสะดวกซื้อ (7-eleven) ในสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร	จำนวน	
	คน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	57	35.20
หญิง	105	64.80
ช่วงอายุ		
15-24	109	67.30
25-34	40	24.70
35-44	4	2.40

ไม่ระบุ	9	5.60
สถานภาพ		
โสด	124	76.50
สมรส	28	17.30
แยกกันอยู่	3	1.90
หย่าร้าง	1	.60
ไม่ระบุ	6	3.70
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	60	37.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	73	45.10
ปริญญาตรี	19	11.70
ไม่ระบุ	10	6.20
ระยะเวลาการทำงานกับองค์การปัจจุบัน		
ไม่เกิน 3 เดือน	25	15.40
ตั้งแต่ 3 เดือนแต่ไม่ถึง 6 เดือน	18	11.10
ตั้งแต่ 6 เดือนแต่ไม่ถึง 9 เดือน	8	4.90
ตั้งแต่ 9 เดือนแต่ไม่ถึง 1 ปี	16	9.90
ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป	67	41.40
ไม่ระบุ	28	17.30

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน และผลการปฏิบัติงาน ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน และผลการปฏิบัติงาน (*N*=162)

ตัวแปร	1	2	3	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6
จิตสำนึกในการให้บริการ	(.927)								
แรงจูงใจในการทำงาน	.690***	(.929)							
ผลรวมการปฏิบัติงาน	.163*	.149*	(.937)						
ผลการปฏิบัติงาน ด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ	.204**	.133*		(.805)					
ผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัท	.089	.061			(.620)				
ผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี	.144*	.187**				(.775)			
ผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท	.095	.073					(.710)		
ผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงาน	.069	.071						(.838)	
ผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การ	.163*	.158*							(.812)
M	186.74	194.88	123.30	21.43	15.02	21.86	21.04	21.69	22.27
SD	23.71	25.72	14.44	3.07	2.15	3.63	3.00	3.15	3.11

(X) คือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

***p<.001, **p<.01, * p<.05

หมายเหตุ: ความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ +/- 0-0.20 (ต่ำ) +/- 0.21-0.40 (ค่อนข้างต่ำ) +/- 0.41-0.60 (ปานกลาง) +/- 0.61-0.80 (ค่อนข้างสูง) +/- 0.81ขึ้นไป (สูง)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานมีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ขนาดความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 47.61%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงาน พบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงาน มีสหสัมพันธ์กันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงาน ก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.66%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน พบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.22%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงาน ด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ พบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 4.16%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทพบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทไม่มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีพบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีมีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.07%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทพบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการ

ให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทไม่มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานพบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานไม่มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การพบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การมีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.66%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ พบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 1.77%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทพบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทไม่มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีพบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีมีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้า

อย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 3.50%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทพบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทไม่มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานพบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานไม่มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การพบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การมีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.50%

<u>สมมติฐาน</u> : จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าจากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ดังตาราง 2 จะเห็นได้ว่าจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยจิตสำนึกในการให้บริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกระดับต่ำกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า
r = .163 (p< .05) ส่วนแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกระดับต่ำกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า r = .149 (p< .05)

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาอิทธิพลของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

การศึกษาอิทธิพลของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบใส่ตัวแปรต้นทั้งหมดเข้าพร้อมกัน (Enter Method) ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เมื่อใช้ตัวแปรผลการปฏิบัติงานรวมทุกด้านและผลการปฏิบัติงานในแต่ละด้านเป็นตัวแปรตาม

ตัวแปรต้น	b	SE	ß	t	*p*	$F_{(df1,df2)}$	R^2	R^2_{adjust}
1.ตัวแปรต้น : ผลรวมการปฏิบัติงาน								
ค่าคงที่	102.61***	9.57		10.73	.000	$2.38_{(2,159)}$	.03	.02
จิตสำนึกในการให้บริการ	.07	.07	.11	1.06	.292			
แรงจูงใจในการทำงาน	.04	.06	.07	.65	.515			
2.ตัวแปรต้น : ผลรวมการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ								
ค่าคงที่	16.58***	2.02		8.20	.000	$3.48_{(2,159)}$	.04	.03
จิตสำนึกในการให้บริการ	.03*	.01	.22	2.00	.047			
แรงจูงใจในการทำงาน	-.00	.01	-.02	-.14	.889			
3.ตัวแปรต้น : ผลรวมการปฏิบัติงานด้าน								

ควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัท								
ค่าคงที่	13.52***	1.44		9.39	.000	$.63_{(2,159)}$	.01	-.01
จิตสำนึกในการให้บริการ	.01	.01	.09	.81	.418			
แรงจูงใจในการทำงาน	-4.97	.01	.00	.00	1.000			
4.ตัวแปรต้น : ผลรวมการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี								
ค่าคงที่	16.44***	2.39		6.87	.000	$2.93_{(2,159)}$	.04	.02
จิตสำนึกในการให้บริการ	.00	.02	.03	.26	.794			
แรงจูงใจในการทำงาน	.02	.02	.17	1.56	.121			
5.ตัวแปรต้น : ผลรวมการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท								
ค่าคงที่	18.70***	2.01		9.32	.000	$.73_{(2,159)}$	.01	-.00
จิตสำนึกในการ	.01	.01	.09	.78	.438			

ให้บริการ แรงจูงใจในการ ทำงาน	.00	.01	.02	.13	.894			
6.ตัวแปรต้น : ผลรวมการ ปฏิบัติงานด้าน พัฒนาและใช้ ความรู้เฉพาะทาง ในการทำงาน ค่าคงที่	19.69***	2.11		9.34	.000	$.46_{(2,159)}$	.01	-.01
จิตสำนึกในการ ให้บริการ	.01	.01	.04	.35	.730			
แรงจูงใจในการ ทำงาน	.01	.01	.05	.41	.684			
7.ตัวแปรต้น : ผลรวมการ ปฏิบัติงานด้าน ความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างบุคคล ภายในองค์การ ค่าคงที่	17.69***	2.06		8.59	.000	$2.51_{(2,159)}$	$.175^{a}$	.031
จิตสำนึกในการ ให้บริการ	.01	.01	.10	.96	.340			
แรงจูงใจในการ ทำงาน	.01	.01	.09	.81	.421			

*$p < .05$, ***$p < .001$, $N = 162$

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ ไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานรวมได้ จิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ß = .11, $p > .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .07, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ $= a + b_1x_1 + b_2x_2$

Per_CU $= 102.61^{***} + .04(Mo) + .07(Ser)$

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงาน เพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงาน เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่

นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .03 นั่นคือจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 3

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ สามารถทำนายผลรวมการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพได้ จิตสำนึกในการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .22, $p < .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = -.02, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ $= a + b_1x_1 + b_2x_2$

$\widehat{\text{Per_CUด้าน1}}$ $= 16.58^{***} + .03^{*}(Mo) + -.00(Ser)$

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

$\hat{z}_y$ $= \beta_1x_1 + \beta_2x_2$

$\hat{z}_{\text{per ด้าน 1}}$ $= .03^{*}(Mo) + -.00(Ser)$

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่ และระดับ

จิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่ นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .04 นั่นคือจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพได้ร้อยละ 4

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ ไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทได้ จิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .09, $p > .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .00, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ $= a + b_1x_1 + b_2x_2$

$\widehat{\text{Per_CUด้าน2}}$ $= 13.52^{***} + .01\ (\text{Mo}) + -4.97\ (\text{Ser})$

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่
นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .01 นั่นคือจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทได้ร้อยละ 1

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ ไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีได้ จิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ß = .03, $p > .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อ

ลูกค้าเป็นอย่างดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .17, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ $= a + b_1x_1 + b_2x_2$

$\widehat{Per_CUด้าน3}$ $= 16.44^{***} + .00$ (Mo) + .02 (Ser)

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่

นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .04 นั่นคือ จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดีได้ร้อยละ 4

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ ไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทได้ จิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ß = .09, $p > .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .02, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y}$ $= a + b_1x_1 + b_2x_2$

$\widehat{Per_CUด้าน4}$ $= 18.70^{***} + .01$ (Mo) + .00 (Ser)

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่

นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .01 นั่นคือจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทได้ร้อยละ 1

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ ไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานได้ จิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .04, $p > .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .05, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$

$\widehat{Per_CUด้าน5} = 19.69^{***} + .01\ (Mo) + .01\ (Ser)$

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงาน เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่

นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .01 นั่นคือจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงานได้ร้อยละ 1

ผลการวิเคราะห์ถดถอยจากตาราง 3 พบว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ ไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานรวมได้ จิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .10, $p > .05$ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .09, $p > .05$ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$

$\widehat{\text{Per_CU}}$ด้าน6 = 17.69***+ .01 (Mo) + .01 (Ser)

ระดับแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การเพิ่มขึ้นเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่และระดับจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะไม่ส่งผลให้ระดับผลการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่

นอกจากนี้จากสมการข้างต้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .175 นั่นคือ จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การได้ร้อยละ 17

บทที่ 4

อภิปรายผล

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงาน รวมถึงศึกษาอิทธิพลของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 3 สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ผลการวิจัย ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า จิตสำนึกในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อธิบายได้ว่าพนักงานขายมีจิตสำนึกในการให้บริการเพราะจากงานวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันว่าจิตสำนึกในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Hogan, Hogan & Busch, 1979) กล่าวคือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากการให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีและเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่าเพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อธิบายได้ว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจในการทำงานเพราะแรงจูงใจในการทำงานเป็นความรู้สึกของบุคคลที่ถูกกระตุ้นโดยปัจจัยต่างๆจนก่อให้เกิดความพยายามและความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานนั้นให้ดีด้วยความเต็มใจและบรรลุผลสำเร็จ (พิชชุดา สวัสดิสุข, 2551) นอกจากนี้การที่พนักงานขายมีแรงจูงใจในการทำงานอาจเป็นเพราะแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เป็นตัวเงินที่เป็นทางตรงคือเงินเดือนและค่าจ้าง และแรงจูงใจทางอ้อม ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาล และผลประโยชน์เกื้อกูลต่างๆ ส่วนแรงจูงใจภายในในการทำงาน (Intrinsic Motivation)ได้แก่ แรงจูงใจที่เป็นความต้องการทางด้าน

จิตใจของพนักงาน คือ การยกย่องชมเชย การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน (สมพงษ์ เกษมสิน, 2516)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานไม่สามารถอธิบายผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .11, $p > .05$ และตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .07, $p > .05$

จากผลการวิจัยแสดงว่า จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนผลการปฏิบัติงานรวมได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตัวแปรทั้ง 3 ตัวมีระดับความสัมพันธ์ต่ำจึงไม่สามารถทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามได้ อาจกล่าวได้ว่าพนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท. มีการวางแผนอาชีพในระดับต่ำจึงส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีระดับต่ำด้วย เนื่องจากพนักงานอาจไม่ได้มีการประเมินตนเองและปราศจากการตั้งเป้าหมายที่ท้าทายหรือไม่ได้ปรารถนาในการก้าวหน้าของงานในองค์กร ซึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้มีเป้าหมายชีวิตในการทำงานในองค์กรเป็นระยะเวลานานหรือตลอดชีวิตการทำงาน หรือองค์กรไม่ได้มีค่าตอบแทนสูงพอกับความต้องการของพนักงานนั้น พนักงานผู้มีการวางแผนอาชีพต่ำจึงมีผลต่อการปฏิบัติงานต่ำด้วย (วราภรณ์ เอี่ยมวิจารณ์, 2551) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่สนับสนุนการวิจัยดังกล่าว ได้แก่ ข้อมูลจากแผนกฝ่ายบุคคลของบริษัท บิซิเนส เซอร์วิส เซส อัลไลแอนซ์ จำกัด พบว่า(1) พนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท. มักมีอัตราการลาออกของพนักงานสูง และพนักงานส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย15-24 ปี อีกทั้งยังดำรงในตำแหน่งพนักงานชั่วคราว ทำให้พนักงานกลุ่มดังกล่าวไม่ได้มีเป้าหมายในการทำงานระยะยาวกับองค์กร(2) พนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท. มีหน้าที่ในการเรียกลูกค้าอยู่แล้ว อย่างเช่นในเรื่องการเชิญชวนลูกค้ารับสินค้าเพิ่ม ทำให้พนักงานเห็นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องหน้าที่โดยตรงไม่เกี่ยวกับการมีจิตสำนึกในการให้บริการ (3) พนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท. มีหน้าที่ในการรับผิดชอบหลากหลายหน้าที่ กล่าวคือต้องทำทุกหน้าที่ ทำให้งานบางอย่าง ไม่สามารถมีความสัมพันธ์กับการมีจิตสำนึกให้บริการ (4) มาตรวัดผลการปฏิบัติงานรวมไม่สามารถเป็นตัวแปรที่ดีในการวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท.ได้ เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการวัดผลการปฏิบัติงานไม่สามารถวัดผลการปฏิบัติงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท.ได้ครอบคลุมหรือเฉพาะเจาะจงกับลักษณะงานนั้นๆ

ผลการวิจัยเพิ่มเติม จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานรวมของพนักงานขายได้ แต่เมื่อทำการวิเคราะห์ผลการปฏิบัติแต่ละด้าน รวมทั้งสิ้น 6

ด้าน พบความสัมพันธ์ของจิตสำนึกในการให้บริการ และผลการปฏิบัติงานด้านบรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพของพนักงานขาย อธิบายได้ตามทฤษฎีความสอดคล้อง (Compatibility Principle) ของ Ajzen and Fishbein (1997) ที่ได้เสนอแนวคิดว่าความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติกับพฤติกรรมจะเป็นไปได้ในระดับสูง หากตัวทำนายทางเจตคติมีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ทางพฤติกรรม ซึ่งความสอดคล้องนี้หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวกับเจตคติและพฤติกรรมถูกวัดแบบเฉพาะเจาะจงในระดับเดียวกัน ดังนั้นเจตคติที่เฉพาะเจาะจงต่อพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งจะสามารถใช้ทำนายพฤติกรรมนั้นได้ในระดับสูง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวัดเจตคติและพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจงในระดับเดียวกันในเรื่องการบริการ ซึ่งเจตคติคือจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานขาย ส่วนพฤติกรรมคือ พฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขาย ดังนั้นเมื่อเจตคติและพฤติกรรมถูกวัดแบบเฉพาะเจาะจงในระดับเดียวกันแล้วจะมีความสอดคล้องกัน กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า จิตสำนึกในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือพนักงานขายบริการลูกค้ามีจิตสำนึกในการให้บริการระดับสูง ก็จะแสดงพฤติกรรมการให้บริการในระดับสูงส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีระดับสูง แต่ในทางกลับกันพนักงานบริการลูกค้าที่มีจิตสำนึกในการให้บริการระดับต่ำจะแสดงพฤติกรรมการให้บริการในระดับต่ำส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีระดับต่ำเช่นกัน

ส่วนด้านผลการปฏิบัติงานที่ไม่สามารถทำนายผลได้จากตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ด้านควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัท ด้านให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท ด้านพัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การ ซึ่งอภิปรายผลรวมกันได้ว่า ผลการปฏิบัติงานรายด้านที่กล่าวข้างต้นมีลักษณะงานที่เกี่ยวกับนโยบาย ผลประโยชน์ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลและเครื่องมือในการทำงานภายในองค์กรเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่เกี่ยวข้องกับงานบริการลูกค้าและแรงจูงใจในพนักงานโดยตรง จึงไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท. ได้ในเรื่องจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน

จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานด้านพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและนำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี อภิปรายผลได้ว่า เนื่องจากพนักงานขายประจำร้าน 7-eleven ในสถานีน้ำมัน ปตท. เป็นรูปแบบการบริการลูกค้าประเภทสัญจร เพื่อมาใช้บริการเติมน้ำมันหรือแวะพักผ่อน ไม่ใช่ลูกค้าประจำจึงทำให้พนักงานไม่ได้มีความรู้สึกว่าจะต้องรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว เป็นเพียงแค่บริการระยะสั้นให้ลูกค้าพึงพอใจ ณ จุดนั้น นอกจากนี้การนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าเป็นเพียงรูปแบบตอบการคำถามรายละเอียดหรือโปรโมชั่นของสินค้าที่ลูกค้าสนใจเท่านั้น ไม่ได้มีหน้าที่โดยตรงในการนำเสนอสินค้าหรือเชิญชวนลูกค้าเพื่อให้ซื้อสินค้าเหล่านั้น

ปัญหาและอุปสรรค

1. เกิดปัญหาระหว่างเก็บแบบสอบถาม เนื่องจากบริษัทที่ขอเก็บข้อมูลไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร เพราะพี่ที่รับเรื่องขอทำแบบสอบถาม ย้ายตำแหน่งทำให้เกิดปัญหาการสื่อสารและการรับรู้ข้อมูลไม่ตรงกัน กลุ่มของผู้วิจัยจึงต้องเก็บแบบสอบเอง ทำให้การกระจายของกลุ่มตัวอย่างไม่เหมือนที่ตั้งไว้ถึง 81 สาขาทั่วเขต กรุงเทพและปริมณฑล แต่ยังคงกลุ่มตัวอย่างไว้ 162 คน
2. กลุ่มตัวอย่างอาจจะไม่เป็นตัวอย่างที่ดีของประชากร เพราะลักษณะงานของกลุ่มตัวอย่างไม่เอื้ออำนวยในการทำมาตรวัด โดยมีเรื่องข้อจำกัดด้านเวลา

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

1. ควรจะมีเวลา Try out เพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะคัดเฉพาะข้อคำถามที่สามารถวัดด้านนั้นจริง ๆ
2. การที่จะวัดผลการปฏิบัติงานของบริษัทหนึ่งต้องใช้เวลาเข้าไปสังเกตการณ์และคลุกคลีกับกลุ่มตัวอย่างมากขึ้นเพื่อให้ทราบถึงขอบเขตของงานนั้น ๆ
3. เพิ่มตัวแปรต้นให้มากขึ้น เช่น ทำเลของร้านค้า ระยะการเดินทางไปกลับของพนักงาน รวมถึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานในพนักงานขายว่ามีมากน้อยเพียงใด

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของจิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงาน

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของจิตสำนึกในการใหบริการ แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

สมมติฐานการวิจัย

จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงานสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานขายประจำร้านเซเว่นอีเลนเว่นสาขาประจำสถานีน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลและต่างจังหวัดในสังกัดของBSA จำนวน 81 สาขา แต่กลุ่มตัวอย่างที่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้จริง คือ 35 สาขา รวมทั้งสิ้น 162 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. **มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการ**

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการของชนัตรา ร่อนพิบูลย์ (2550) ที่พัฒนามาจากแนวคิดของ Lytle at al. (1998) และ กฤษณ์ อริยะพุทธิพงศ์ และ อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2548) ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 49 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 19 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 30 ข้อ มาตรวัดจิตสำนึกในการให้บริการมี 8 องค์ประกอบ คือ ความใส่ใจใน

รายละเอียดและความต้องการของผู้รับบริการ การแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการให้บริการด้วยความมั่นคงทางอารมณ์และความอดทนอดกลั้น การใช้เทคโนโลยีต่างๆเพื่อการบริการที่ดี การป้องกันและแก้ไขความผิดพลาดในการบริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทักษะในการเข้าสังคม ความสนใจและการพัฒนาตนเองในด้านทักษะการให้บริการ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และชอบช่วยเหลือผู้อื่น และความเป็นมิตรและมีน้ำใจต่อผู้อื่น

2. **มาตรวัดแรงจูงใจในการทำงาน**

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามจากมาตรวัดแรงจูงใจในการทำงาน ของสิริเดช ปริวัตรพันธ์ (2551) ซึ่งเป็นมาตรที่พัฒนามาจากวัฒนา ศรีสม (2542) ตามแนวคิดของ Herzberg (1959) ที่วัดแรงจูงใจภายในในการทำงานและแรงจูงใจภายนอกในการทำงาน ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 51 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 30 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 21 ข้อ มาตรวัดแรงจูงใจประกอบด้วย แรงจูงใจภายในในการทำงาน ซึ่งมี 6 องค์ประกอบ คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความพอใจในงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านความเจริญเติบโตในตนเองและอาชีพ และแรงจูงใจภายนอกในการทำงานซึ่งมี 9 องค์ประกอบ คือ ด้านนโยบายและการบริหารองค์กร ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านสถานภาพในการทำงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน

3. **มาตรวัดผลการปฏิบัติงาน**

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาข้อคำถามเพิ่มเติมจากมาตรวัดผลการปฏิบัติงานของ Douglas N Behrman และ William D Perreault, Jr (1982) โดยแปลเป็นภาษาไทยภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญญา ตุ้ยคำภีร์ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งแบ่งเป็น 7 องค์ประกอบ คือ บรรลุเป้าหมายของงานทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพ ควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัท พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ข้อมูลแก่บริษัทและปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท พัฒนาและใช้ความรู้เฉพาะทางในการทำงาน นำเสนอสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในองค์การ ได้ข้อกระทงทั้งสิ้น 34 ข้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มผู้วิจัยติดต่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งด้วยตนเอง เพื่อนัดหมายวันและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

2. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อส่งไปยังบริษัทที่ขอความร่วมมือเก็บข้อมูล
3. กลุ่มผู้วิจัยเป็นส่งมอบแบบสอบถามให้กับหัวหน้าพนักงานแต่ละสาขาเพื่อแจกจ่ายแก่พนักงานในสาขาของตน พร้อมทั้งชี้แจงและขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างในการนำข้อมูลมาใช้เพื่อดำเนินการวิจัย
4. กลุ่มผู้วิจัยนัดวันและเวลาที่รับแบบสอบถามส่งกลับคืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 16 วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น และวิเคราะห์ใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ระหว่าง 3 ตัวแปร ได้แก่ จิตสำนึกในการให้บริการ แรงจูงใจในการทำงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานมีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ขนาดความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 47.61%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงาน พบว่าตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการและผลการปฏิบัติงาน มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรจิตสำนึกในการให้บริการเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงาน ก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.66%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน พบว่าตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน มีสหสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขนาดความสัมพันธ์ต่ำ ความสัมพันธ์เป็นทิศทางบวก กล่าวคือ เมื่อค่าของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นค่าของตัวแปรผลการปฏิบัติงานก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเท่ากับ 2.22%

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า จิตสำนึกในการให้บริการและแรงจูงใจในการทำงานไม่สามารถอธิบายผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจิตสำนึกในการให้บริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .11, $p > .05$ และตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ß = .07, $p > .05$ ดังนั้นเราจึงสรุปผลได้ว่า **ไม่สนับสนุนสมมติฐาน**ตามที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

5. ควรจะมีเวลา Try out เพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะคัดเฉพาะข้อคำถามที่สามารถวัดด้านนั้นจริง ๆ
6. การที่จะวัดผลการปฏิบัติงานของบริษัทหนึ่งต้องใช้เวลาเข้าไปสังเกตการณ์และคลุกคลีกับกลุ่มตัวอย่างมากขึ้นเพื่อให้ทราบถึงขอบเขตของงานนั้น ๆ
7. เพิ่มตัวแปรต้นให้มากขึ้น เช่น ทำเลของร้านค้า ระยะการเดินทางไปกลับของพนักงาน รวมถึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤติพงษ์ จิวไพโรจน์กิจ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะอิทธิบาท 4 สังคหวัตถุ 4 และผลการปฏิบัติงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติพงษ์ ศิริพร. (2551). ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษา โรงงานผลิตรถยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

จารุวรรณ ทิมทอง. (2545). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลการรับรู้วิสัยทัศน์ขององค์กรปัจจัยจูงใจกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบริการของอาจารย์พยาบาล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลศึกษา คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนัตรา ร่อนพิบูลย์. (2550). *การพัฒนามาตรวัดสมรรถนะด้านจิตสำนึกในการให้บริการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูชัย สมิทธไกร. (2550). การสรรหา การคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬา.

ธนวัฒน์ ตั้งวงษ์เจริญ. (2539). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของตำรวจชั้นสัญญาบัตร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิรามิส อรุโณทอง. (2539). *ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนบุคคลกับปัจจัยจูงใจในการเลือกงานของ บัณฑิตใหม่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุษบงค์ จงจิตเจริญ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การ องค์การแห่งการเรียนรู้กับผลการปฏิบัติงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เบญญาลักษณ์ ศรลัมพ์. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างความอ่อนล้าทางอารมณ์กับผลการปฏิบัติงานโดยมีแรงจูงใจเป็นตัวแปรสื่อพหุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2548). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

พิชชุดา สวัสดิสุข. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานต่อความทุ่มเทในการทำงานโดยมีประสบการณ์การทำงานเป็นตัวแปรกำกับ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยิ่งศักดิ์ โควสุรัตน์. (2549). *ตำราทองของงานบริการเล่ม 1 "ลูกค้าต้องการคนเข้าข้าง"* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์.อินฟอร์เมชัน.

วัลภา สบายยิ่ง. (2542). *ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามาถของตนเองและบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง*. ปริญญานิพนธ์ วิทยาศาสตร์ดุษฎีบัณฑิตสาขาพฤติกรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์.

ศิวพร สัตกรพรพรหม. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกในการให้บริการกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่บริการลูกค้าโดยตรง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมิต สัชฌุกร. (2542). *การต้อนรับและบริการที่เนเลิศ*. กรุงเทพมหานคร: วิญญชน.

สลักจิตร ดวงจันทร์. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่าง การเห็นคุณค่าในตนเองโดยยึดองค์การเป็นหลักและ จิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานส่งเสริมการขายพีจี และพนักงานส่งเสริมการขายพีซี ของบริษัทผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริเดช ปริวัตรพันธ์. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน เชาว์อารมณ์และความผูกพันกับองค์การ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพัตรา สุภาพ. (2540). *การบริหารงานมีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : ธรรมนิติ.

หทัยรัตน์ พจนปรีชากุล. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับผลการปฏิบัติงาน โดยมีสุขาวะทางจิตเป็นตัวแปรแทรก*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อโนมา หอวิเชียร. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพตามแนวทางบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบการสนับสนุจากองค์การตามการรับรู้ และจิตสำนึกในการให้บริการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. (2549). *มัดใจลูกค้าได้ด้วยสุดยอดการบริการ(Service Mind)* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป.

ภาษาอังกฤษ

Ching, W. Y. (2009). *Service climate, professional commitment and job performance of flight attendants in Taiwan.* Journal of Air Transport Management, 15 (2009), 259-260.

Glenn, F. R. (1994). *Service quality ideals among hospitality industry employees.* Journal of Tourism Management, 15 (1994), 273-280.

Greg L. S. & Kenneth G. B. (2009). *Human resources management linking strategy to practice.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Herzberg, F., Mausner, B., & Synderman, B. (1993). *The Motivation to work.* New York : John Wiley.

Hogan, J., Hogan, R., & Busch, C. M. (1984). How to Measure Service Orientation. Journal of Applied Psychology, 69, 167-173.

Julie M. H. & Arthur V. H. (2001). *A preliminary investigation of the relationships between employee motivation/vision, service learning, and perceived service quality.* Journal of Operation Management, 19 (2001), 335-349.

Kogan, J. & Havemann, E. (1980). *Psychology* (3rd ed.). New York : Harcourt.Brace and World Inc.

Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality.* New York : Harper & Row Publisners.

McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society.* New York : Van Nostrand

Motowidlo, S.J., Borman, W.C., & Schmit, M.J. (1997). A theory of individual differences in task and contextual performance [Electronic Version]. *Human Performance*, 10(2), 71-83.

Steer, R. M., & Porter, L. W. (1991). *Motivation and work Behavior.* New York : McGraw-Hill.

Kushnir, T., Ehrenfeld, M., & Shalish, Y. (2005). *The effects of a coaching project in nursing on the coaches' training motivation, training outcomes, and job*

performance: An experimental study. International Journal of Nursing Studies, 45(2008), 837-845.

William R. T. (1994). *HR words you gotta know!: Essential human resources terms, laws, acronyms, and abbreviations for everyone in business*. New York: Amacom

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม สำหรับพนักงาน

แบบสอบถาม
สำหรับพนักงาน

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานขาย โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บรักษาคำตอบไว้เป็นความลับ และข้อมูลนี้จะไม่ส่งผลเสียใด ๆ ต่อพนักงาน กลุ่มผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์เป็นภาพรวมและใช้เพื่อการศึกษาและใช้ประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

กลุ่มผู้วิจัยขอขอบคุณพนักงานทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ
นางสาวปาริฉัตร อินทสุวรรณ
นางสาวลักษริน สิริคาดีญา
นางสาวโสภิตา ไตรเดชาพล
นิสิตปริญญาบัณฑิต คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง หรือทำเครื่องหมาย✓หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง **สำหรับท่าน**

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ แยกกันอยู่ ☐ หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น
   ☐ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
   ☐ ปริญญาตรี
5. ระยะเวลาการทำงานในบริษัทนี้.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการ

ในตอนนี้มีคำถามทั้งหมด 49 ข้อ โปรดอ่านและพิจารณาข้อความแต่ละข้อความแล้วทำเครื่องหมาย ◯ ล้อมรอบตัวเลข ในช่องที่มีข้อความซึ่งตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงข้อละ 1 เครื่องหมายเท่านั้น โดยใช้เกณฑ์ในการตอบดังนี้คือ

1. ไม่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด หมายถึง ข้อความนี้ไม่ตรงกับลักษณะพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

2 ค่อนข้างไม่ตรงกับตัวท่าน หมายถึง ข้อความนี้ค่อนข้างไม่ตรงกับลักษณะพฤติกรรมของท่าน

3 ตรงและไม่ตรงพอ ๆ กัน หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของท่านตรงและไม่ตรงพอ ๆ กันกับข้อความนี้

4 ค่อนข้างตรงกับตัวท่าน หมายถึง ข้อความนี้ค่อนข้างตรงกับลักษณะพฤติกรรมของท่าน

5 ตรงกับตัวท่านมากที่สุด หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับลักษณะพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ไม่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (1)	ค่อนข้างไม่ตรงกับตัวท่าน (2)	ตรงและไม่ตรงพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างตรงกับตัวท่าน (4)	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (5)
1	เพื่อนมักบอกว่าฉันเป็นคนไม่ค่อยยิ้ม	1	2	3	4	5
2.	ฉันเตรียมพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ	1	2	3	4	5
3.	ฉันไม่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการได้	1	2	3	4	5
4.	ฉันกล่าวสวัสดีและขอบคุณลูกค้าที่เข้ามาในร้านทุกครั้ง	1	2	3	4	5
5.	ฉันสามารถนำความรู้เรื่องเทคโนโลยีมาประยุกต์กับงานบริการของฉันได้	1	2	3	4	5
6.	ฉันไม่สนใจความรู้สึกของเพื่อนร่วมงาน	1	2	3	4	5
7.	ฉันไม่สนใจเทคโนโลยีใหม่ ๆ	1	2	3	4	5
8.	แม้สิ่งที่ฉันทำจะเดือดร้อนต่อผู้อื่น ฉันยังคงทำสิ่งนั้นต่อไป	1	2	3	4	5
9.	ฉันนินทาลูกค้าลับหลัง	1	2	3	4	5
10.	ฉันใส่ใจต่อคำพูดของลูกค้า	1	2	3	4	5
11.	ฉันไม่สนใจว่าลูกค้าพอใจในการบริการหรือไม่	1	2	3	4	5
12.	ฉันเป็นคนพูดจาเสียงดัง	1	2	3	4	5
13.	ฉันสามารถอดทนต่อลูกค้าที่โมโหใส่ฉัน	1	2	3	4	5
14.	ฉันมักเป็นฝ่ายเริ่มต้นการสนทนากับลูกค้า	1	2	3	4	5
15.	ฉันคิดว่าลูกค้าควรศึกษารายละเอียดของสินค้าด้วยตัวเอง เพราะไม่ใช่หน้าที่ของฉัน	1	2	3	4	5
16.	ฉันไม่สนใจว่าลูกค้าหาสินค้าเจอหรือไม่	1	2	3	4	5
17.	ฉันรู้สึกว่างานที่ทำอยู่ไม่จำเป็นต้องพัฒนาทักษะอะไร	1	2	3	4	5
18.	ฉันมักตำหนิลูกค้าที่แสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสม	1	2	3	4	5
19.	ฉันมักหลีกเลี่ยงเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ	1	2	3	4	5
20.	การดูแลลูกค้าทำให้ฉันมีความสุข	1	2	3	4	5
21.	ฉันรู้สึกว่าการคิดราคาสินค้าผิดเป็นเรื่องปกติ	1	2	3	4	5
22.	เมื่อเพื่อนไม่เข้าใจคอมพิวเตอร์ฉันสามารถสอนให้เพื่อนเข้าใจได้	1	2	3	4	5
23.	ฉันจะเข้าไปช่วยเหลือเพื่อน เมื่อเพื่อนร้องขอเท่านั้น	1	2	3	4	5
24.	ฉันให้คำแนะนำเมื่อลูกค้าถามถึงสินค้าที่ต้องการ	1	2	3	4	5
25.	การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นเรื่องยากสำหรับฉัน	1	2	3	4	5
26.	ฉันมักพูดเสียดสีลูกค้าที่เข้ามาแล้วไม่ซื้อของ	1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ไม่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (1)	ค่อนข้างไม่ตรงกับตัวท่าน (2)	ตรงและไม่ตรงพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างตรงกับตัวท่าน (4)	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (5)
27.	ฉันสนใจเข้าอบรมในกิจกรรมต่างๆที่ทางบริษัทจัดขึ้นเพื่อพัฒนาตนเอง	1	2	3	4	5
28.	การโน้มน้าวใจลูกค้า เป็นสิ่งฉันถนัด	1	2	3	4	5
29.	ฉันมักปฏิเสธการให้ความช่วยเหลือกับลูกค้า	1	2	3	4	5
30.	ฉันไม่ค่อยได้กล่าวขอบคุณเมื่อผู้อื่นช่วยเหลือฉัน	1	2	3	4	5
31.	ฉันมักปฏิเสธการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่ทางบริษัทจัดขึ้น	1	2	3	4	5
32.	ฉันมักติดตาม ศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ	1	2	3	4	5
33.	ฉันไม่สามารถอดทนต่อลูกค้าเจ้าอารมณ์ได้	1	2	3	4	5
34.	ฉันเป็นคนยิ้มแย้มแจ่มใส	1	2	3	4	5
35.	ฉันสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการสั่งสินค้าได้ถูกต้อง รวดเร็ว	1	2	3	4	5
36.	ฉันรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการให้บริการลูกค้า	1	2	3	4	5
37.	ฉันมักพูดด้วยน้ำเสียงที่เป็นมิตรกับบุคคลรอบข้าง	1	2	3	4	5
38.	ฉันไม่ชอบทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์	1	2	3	4	5
39.	ฉันเพิกเฉยต่อความเดือดร้อนของผู้อื่น	1	2	3	4	5
40.	ฉันคิดว่าการที่บริษัทจัดฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงาน เป็นเรื่องที่น่าเบื่อ	1	2	3	4	5
41.	ฉันมักแบ่งปันสิ่งต่างๆให้แก่ผู้อื่น	1	2	3	4	5
42.	ฉันแกล้งทำเป็นมองไม่เห็นเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ	1	2	3	4	5
43.	ฉันรู้สึกโมโหเมื่อลูกค้าทำสินชำรุด	1	2	3	4	5
44.	ฉันจะพูดด้วยน้ำเสียงที่เป็นมิตรเฉพาะกับลูกค้าประจำเท่านั้น	1	2	3	4	5
45.	เมื่อลูกค้าเข้ามาด้วยท่าทางที่อารมณ์ไม่ดี ฉันยินดีที่จะให้บริการ	1	2	3	4	5
46.	ฉันหาความรู้ใหม่ๆเพื่อพัฒนาทักษะด้านการบริการอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
47.	ฉันไม่ยอมรับความผิดเมื่อทำงานผิดพลาด	1	2	3	4	5
48.	ฉันชักสีหน้าใส่ผู้อื่นเมื่อรู้สึกไม่พอใจ	1	2	3	4	5
49.	ฉันมักพูดลงท้าย ครับ/ค่ะ กับลูกค้าเสมอ	1	2	3	4	5

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นด้านแรงจูงใจในการทำงาน

ในตอนนี้มีคำถามทั้งหมด 51 ข้อ โปรดอ่านและพิจารณาข้อความแต่ละข้อความแล้วทำเครื่องหมาย ◯ ล้อมรอบตัวเลข ในช่องที่มีข้อความซึ่งตรงกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงข้อละ 1 เครื่องหมายเท่านั้น โดยใช้เกณฑ์ในการตอบดังนี้คือ

1. ไม่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด หมายถึง ข้อความนี้ไม่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
2. ค่อนข้างไม่ตรงกับตัวท่าน หมายถึง ข้อความนี้ค่อนข้างไม่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
3. ตรงและไม่ตรงพอ ๆ กัน หมายถึง ความคิดเห็นของท่านตรงและไม่ตรงพอ ๆ กันกับข้อความนี้
4. ค่อนข้างตรงกับตัวท่าน หมายถึง ข้อความนี้ค่อนข้างตรงกับความคิดเห็นของท่าน
5. ตรงกับตัวท่านมากที่สุด หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับพฤติกรรมความคิดเห็นท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ไม่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (1)	ค่อนข้างไม่ตรงกับตัวท่าน (2)	ตรงและไม่ตรงพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างตรงกับตัวท่าน (4)	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (5)
1	ฉันได้รับคำแนะนำที่ดีจากหัวหน้างาน	1	2	3	4	5
2.	หัวหน้างานติดตามผลการปฏิบัติงานของฉันเสมอ	1	2	3	4	5
3.	ฉันชอบวิธีการทำงานของหัวหน้า	1	2	3	4	5
4.	หัวหน้ามอบหมายงานด้วยความยุติธรรม	1	2	3	4	5
5.	หัวหน้างานมักไม่ยอมรับความคิดเห็นของฉัน	1	2	3	4	5
6.	หัวหน้างานและฉันพูดคุยสื่อสารกันเรื่องงานอย่างสม่ำเสมอ	1	2	3	4	5
7.	ฉันรู้สึกถึงความเป็นมิตรของเพื่อนร่วมงาน	1	2	3	4	5
8.	เพื่อนร่วมงานไม่เคยยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือเมื่อฉันมีปัญหาในการทำงาน	1	2	3	4	5
9.	ฉันไม่ชอบเพื่อนร่วมงานบางคนจนทำให้ไม่อยากทำงาน	1	2	3	4	5
10.	ฉันชอบทำงานร่วมกับเพื่อนเป็นทีม	1	2	3	4	5
11.	สถานที่ทำงานของฉันมีความเหมาะสม	1	2	3	4	5
12.	สถานที่ทำงานของฉันได้รับการดูแล ทำความสะอาดอยู่เสมอ	1	2	3	4	5
13.	บริษัทของฉันขาดเครื่องมือที่จำเป็นต่อการทำงาน	1	2	3	4	5
14.	ฉันไม่มีความสุขกับสภาพการทำงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน	1	2	3	4	5
15.	ฉันได้รับความสะดวกในการใช้สวัสดิการต่างๆจากบริษัท	1	2	3	4	5
16.	ผลตอบแทนที่ได้รับ ไม่คุ้มค่ากับความสามารถของฉัน	1	2	3	4	5
17.	การใช้สวัสดิการต่างๆจากบริษัทมีความล่าช้า	1	2	3	4	5
18.	ฉันพึงพอใจในหน้าที่การงานที่ทำอยู่	1	2	3	4	5
19.	ฉันสามารถบอกคนอื่นได้อย่างภาคภูมิใจว่าเป็นพนักงานของบริษัทนี้	1	2	3	4	5
20.	ฉันมักไม่ได้รับการแจ้งข่าวสารจากบริษัท	1	2	3	4	5
21.	ฉันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การทำงานสำเร็จ	1	2	3	4	5
22.	ฉันสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานได้อย่างเต็มที่	1	2	3	4	5
23.	ฉันไม่ได้รับความไว้วางใจให้ทำงานโดยลำพัง	1	2	3	4	5
24.	ฉันรู้สึกอึดอัดเวลาทำงาน	1	2	3	4	5
25.	ฉันรู้สึกมีความสุขเวลาทำงาน	1	2	3	4	5
26.	บริษัทที่ฉันทำอยู่มีความมั่นคง	1	2	3	4	5
27.	ฉันรู้สึกว่าบริษัทไม่มีความมั่นคง	1	2	3	4	5
28.	ฉันสามารถทำงานในตำแหน่งปัจจุบันได้ ถ้าหากฉันทำงานได้บรรลุเป้าหมาย	1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ไม่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (1)	ค่อนข้างไม่ตรงกับตัวท่าน (2)	ตรงและไม่ตรงพอ ๆ กัน (3)	ค่อนข้างตรงกับตัวท่าน (4)	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด (5)
29.	สวัสดิการที่ได้รับจากบริษัททำให้ฉันรู้สึกมั่นคง	1	2	3	4	5
30.	ฉันประสบความสำเร็จในการทำงานตามที่ได้คาดหวังไว้	1	2	3	4	5
31.	ฉันทำงานสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย	1	2	3	4	5
32.	ฉันมักทำงานไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้	1	2	3	4	5
33.	ฉันเห็นว่าการประสบผลสำเร็จในการทำงานไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด	1	2	3	4	5
34.	ฉันได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	1	2	3	4	5
35.	ฉันไม่ได้รับรางวัลเมื่อทำงานได้บรรลุตามเป้าหมาย	1	2	3	4	5
36.	หัวหน้างานไม่ยอมรับในความรู้ความสามารถของฉัน	1	2	3	4	5
37.	ฉันทุ่มเทกับงานที่ได้รับมอบหมายจนกว่าจะประสบความสำเร็จ	1	2	3	4	5
38.	ฉันรู้สึกพึงพอใจกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน	1	2	3	4	5
39.	ฉันรู้สึกเบื่อหน่ายกับงานที่ได้รับมอบหมาย	1	2	3	4	5
40.	ฉันรู้สึกว่างานที่ได้รับมอบหมายไม่เหมาะกับฉัน	1	2	3	4	5
41.	ฉันทุ่มเทกับงานที่รับผิดชอบจนกว่าจะประสบความสำเร็จ	1	2	3	4	5
42.	ฉันเข้าใจบทบาทหน้าที่ในการทำงานของฉัน	1	2	3	4	5
43.	ฉันยอมรับในเป้าหมายของบริษัท	1	2	3	4	5
44.	ฉันสามารถทำผลผลิตได้ทันตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้	1	2	3	4	5
45.	ฉันรู้สึกว่างานที่ทำอยู่ในปัจจุบันไม่ตรงกับความสามารถของฉัน ทำให้ฉันรู้สึกไม่อยากทำงาน	1	2	3	4	5
46.	ฉันได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานในทุกๆเรื่อง	1	2	3	4	5
47.	หัวหน้างานมักสนับสนุนเพื่อนร่วมงานมากกว่าฉัน	1	2	3	4	5
48.	ฉันคิดว่าการฝึกอบรมช่วยให้ฉันมีความรู้ในการทำงานมากขึ้น	1	2	3	4	5
49.	ฉันเข้าร่วมการฝึกอบรมที่จะช่วยพัฒนาการทำงานของฉัน	1	2	3	4	5
50.	ฉันคิดว่าการฝึกอบรมไม่ได้มีประโยชน์ต่อการทำงาน	1	2	3	4	5
51.	ฉันเห็นว่าความรู้ที่ฉันมีอยู่ในปัจจุบันก็เพียงพอสำหรับการทำงานแล้ว	1	2	3	4	5

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม สำหรับหัวหน้างาน

แบบสอบถาม
สำหรับหัวหน้างาน

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานขาย โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บรักษาคำตอบไว้เป็นความลับ และข้อมูลนี้จะไม่ส่งผลเสียใด ๆ ต่อพนักงาน กลุ่มผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์เป็นภาพรวมและใช้เพื่อการศึกษาและใช้ประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

กลุ่มผู้วิจัยขอขอบคุณหัวหน้างานทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ
นางสาวปาริฉัตร อินทสุวรรณ
นางสาวลักษริน สิริคาดีญา
นางสาวโสภิตา ไตรเดชาพล
นิสิตปริญญาบัณฑิต คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามผลการทำงาน ท่านประเมินผลการทำงานของพนักงานในสังกัดของท่านตามข้อความดังต่อไปนี้

ชื่อ-สกุลของพนักงาน			วันที่ประเมิน
รหัส		**สังกัด**	**วัน/เดือน/ปีเริ่มงาน**
สาขา			ตำแหน่ง

ข้อความ ท่านเห็นว่าพนักงานท่านนี้	โปรดทำเครื่องหมาย / ระดับคะแนนที่ให้				
	ตรงที่สุด (5)	ตรง (4)	ตรงและไม่ตรงพอๆกัน (3)	ไม่ตรง (2)	ไม่ตรงอย่างยิ่ง (1)
1. จำนวนยอดขายตามเกณฑ์หรือมากกว่าที่บริษัทกำหนด	5	4	3	2	1
2. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทด้วยการแนะนำสินค้าโปรโมชั่นใหม่ๆแก่ลูกค้า	5	4	3	2	1
3. รู้งาน ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้องครบถ้วน	5	4	3	2	1
4. ขาดความรอบคอบในการทำงาน	5	4	3	2	1
5. งานมักจะไม่เสร็จตามกำหนด	5	4	3	2	1
6. การทำงานเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง	5	4	3	2	1
7. ใช้อุปกรณ์ ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทอย่างระมัดระวัง	5	4	3	2	1
8. จัดการสินค้าต่างๆภายในร้านอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันปัญหาสินค้าค้างสต๊อก	5	4	3	2	1
9. ประมาท เลินเล่อ มีการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท	5	4	3	2	1
10. นำสิ่งของภายในร้านมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน	5	4	3	2	1
11. ตอบคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าโปรโมชั่นแก่ลูกค้าได้ดี	5	4	3	2	1
12. กระตือรือร้น รับฟังในสิ่งที่ลูกค้าพูดบอก	5	4	3	2	1
13. นำเสนอสินค้าด้วยถ้อยคำที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
14. มักจะลืมกล่าวขอบคุณหลังลูกค้าใช้บริการเสร็จ	5	4	3	2	1
15. ไม่ใส่ใจต่อการโต้ตอบกับลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์	5	4	3	2	1
16. แสดงสีหน้าไม่พอใจเมื่อลูกค้าพูดจาไม่สุภาพ	5	4	3	2	1
17. ทำงานตามกฎระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด แม้จะไม่มีใครเห็น	5	4	3	2	1
18. มีการจดบันทึกรายการสั่งสินค้า บันทึกรายรับ –รายจ่าย บันทึกการปฏิบัติงานประจำวันเป็นประจำทุกวัน	5	4	3	2	1

ข้อความ **ท่านเห็นว่าพนักงานท่านนี้**	โปรดทำเครื่องหมาย / ระดับคะแนนที่ให้				
	ตรงที่สุด (5)	ตรง (4)	ตรงและไม่ตรงพอๆกัน (3)	ไม่ตรง (2)	ไม่ตรงอย่างยิ่ง (1)
19. มีการเสนอความคิดเห็นแก่บริษัทเพื่อปรับปรุงงานในร้านให้ดีขึ้น	5	4	3	2	1
20. ไม่ปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท	5	4	3	2	1
21. หลีกเลี่ยงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมฝึกต่างๆของบริษัท	5	4	3	2	1
22. เข้างานไม่ตรงเวลา	5	4	3	2	1
23. สามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ภายในร้านได้อย่างถูกวิธี คล่องแคล่ว	5	4	3	2	1
24. พัฒนาความรู้ในงานสม่ำเสมอจนเป็นตัวอย่างให้คนอื่นทำตามได้	5	4	3	2	1
25. เป็นตัวแทนสมาชิกในทีมในการสอนงานคนที่เข้ามาใหม่	5	4	3	2	1
26. ไม่สนใจเรียนรู้การใช้อุปกรณ์ภายในร้านอย่างถูกวิธี	5	4	3	2	1
27. ไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์ใหม่ๆภายในร้าน	5	4	3	2	1
28. ขาดการแนะนำวิธีการใช้อุปกรณ์ในร้านแก่เพื่อนร่วมงาน	5	4	3	2	1
29. พูดคุยปรึกษาหัวหน้าเสมอเพื่อหาทางปรับปรุงงาน	5	4	3	2	1
30. ช่วยเพื่อนร่วมงานเมื่อเขามีงานล้นมือโดยเพื่อนไม่ต้องร้องขอ	5	4	3	2	1
31. มีสัมมาคารวะต่อหัวหน้างาน	5	4	3	2	1
32. ไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใสกับเพื่อนร่วมงาน	5	4	3	2	1
33. มักหลีกเลี่ยงต่อการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน	5	4	3	2	1
34. ชอบพูดบ่น นินทาเพื่อนร่วมงาน	5	4	3	2	1

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวปาริฉัตร อินสุวรรณ เกิดเมื่อวันศุกร์ที่ 13 มีนาคม พ.ศ.2530 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนอนุบาลตราด ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายจากโรงเรียนจุฬาภรณราชวิทยาลัย ชลบุรี จากนั้นเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจนถึงปัจจุบัน

นางสาวลักษริน สิริคาดีญา เกิดเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2531 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนบัณฑิตวิทยา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายจากโรงเรียนสายปัญญาในพระบรมราชินูปถัมภ์ จากนั้นเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจนถึงปัจจุบัน

นางสาวโสภิตา ไตรเดชาพล เกิดเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2530 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-5 จากโรงเรียนซางตาครูสศึกษา ระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 6 จากโรงเรียนคลองทวีวัฒนา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบวรนิเวศศาลายา ในพระสังฆราชูปถัมภ์และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนวัดนวลนรดิศ จากนั้นเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจนถึงปัจจุบัน

ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเนื้อหาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถติดต่อกับผู้เขียนวิทยานิพนธ์ได้ที่

e-mail: nookieple@hotmail.com

nuna_beau_1@hotmail.com

tridechapon@hotmail.com