

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร

Motivation for the Work of ISUZU Car Saleman in Bangkok

พิศาล วิเศษวงษา¹ และ ราเชนทร์ นพณัฐวงศ์²

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์^{1,2}

Pisal Visetwongsa¹ and Rachen Noppanatwonsakorn²

Southeast Asia University^{1,2}

Corresponding Author, E-mail: Pisal.supertruckisuzu@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานครกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขาย ดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 302 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างทำการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ โดยการสุ่มแบบมีชั้นภูมิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ค่าที และค่าความแปรทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า 1) แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ($\bar{x} = 3.97$) 2) พนักงานขายที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แรงจูงใจ; พนักงานขายรถยนต์; กรุงเทพมหานคร

* ได้รับบทความ: 9 สิงหาคม 2565; แก้ไขบทความ: 28 พฤศจิกายน 2565; ตอรับตีพิมพ์: 21 ธันวาคม 2565

Received: 9 August 2022; Revised: 28 November 2022; Accepted: 21 December 2022

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of work motivation of ISUZU car salespeople in Bangkok; 2) to compare the differences between the work motivation of ISUZU car salespeople in Bangkok and the different factors. salesperson person conducting survey research and using questionnaires to collect data from the sample ISUZU car sales representatives in Bangkok, 302 people, using a systematic random sampling method. by randomly stratified The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, test, t-value, and one-way variation. The results showed that 1) The motivation for the work of ISUZU car salesmen in Bangkok is very high. The mean is 3.97. (=3.97) 2) Salespeople of different genders have different work motivations. Significantly, 0.05 is therefore based on the set assumptions, while gender, age, education level and average monthly income are no different

Keywords: Motivation; Car salesman; Bangkok

บทนำ

การพัฒนาองค์การให้มีความเจริญก้าวหน้าและก่อให้เกิดประสิทธิผลกับองค์กร ทำให้ความสามารถในการแข่งขัน ในการดำเนินงานการ นับวันยังต้องแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพของสินค้าหรือบริการรวมทั้งงานอื่น ๆ ทุกด้านพร้อมกันทุกหน่วยงาน ทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นบุคคลที่ต้องมีทั้งความพร้อม ความจริงใจ และสามารถที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร หรือเป็นบุคคลที่สามารถสร้างคุณค่าของระบบการบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรให้สามารถทำงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนเพื่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าขององค์กรและในการบริหารงานองค์กรใด ๆ ก็ตาม เพื่อให้เกิดความสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรต้องอาศัยทรัพยากรในการบริหารโดยเฉพาะ "คน" ซึ่งจะเป็นผู้จัดหาและเป็นผู้ใช้ปัจจัยอื่น ๆ ทั้งเงิน วัสดุอุปกรณ์ และระบบการบริหารจัดการ หากองค์กรใดมีบุคลากรที่มีคุณภาพ คือ มีความรู้ความสามารถ (Drucker, 2003 อ้างถึงใน ภัทรกร ผาสุขขัญญ์, 2560)

การดำเนินงานใดๆที่จะประสบผลสำเร็จได้ไม่ยากการได้รับผลผลิตที่สูงขึ้นในเชิงปริมาณและคุณภาพ ล้วนเป็นผลมาจากการบริหารงานที่มีประสิทธิผลในองค์กรทั้งสิ้น องค์กรที่มีประสิทธิผล (Effective Organization) เป็นองค์กรที่ถือได้ว่ามีความมั่นคง มีประสิทธิภาพ และมีความเจริญงอกงาม นั้นหมายความว่าองค์กรที่มีประสิทธิผล คือองค์กรที่สามารถผสมผสานความต้องการของบุคคล หรือ

ความต้องการของสมาชิกในองค์กรกับความต้องการหรือเป้าหมายขององค์กร โดยสามารถให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประสิทธิภาพมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารงานที่จะทำให้ผลสำเร็จของงานเป็นไปตามความคาดหวังที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย ดังนั้น ประเด็นของความมีประสิทธิภาพจึงมุ่งเน้นไปที่การพิจารณาการสิ้นสุดของกิจกรรมหรือการดำเนินงานว่าเป็นไปตามที่ได้ตั้งเอาไว้หรือไม่ (สมใจ ลักษณะ, 2558)

การที่จะให้คนทำงานให้กับองค์กรด้วยความกระตือรือร้น ทุ่มความสามารถในการทำงานนั้น จำเป็นต้องสร้างภาวะที่กระตุ้นหรือตอบสนองความต้องการของพนักงานและสร้างความพอใจในการทำงานให้เกิดขึ้น องค์กรต้องมีปัจจัยเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของบุคลากรนอกจากค่าจ้างและเงินเดือน ซึ่งเป็นผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรงในการปฏิบัติ สวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการจูงใจให้บุคลากรมีกำลังใจในการปฏิบัติงาน การจูงใจจึงเป็นเรื่องสำคัญยิ่งทั้งนี้เพราะขวัญกำลังใจเป็นเรื่องของเจตคติและความรู้สึกที่ดีต่อการทำงาน เพื่อธำรงรักษาลังของผู้ร่วมงานให้อยู่ในระดับสูงตามความต้องการเพื่อเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่จะส่งผลไปถึงประสิทธิภาพขององค์กรซึ่งเจริญ วัชรรังษี (2559 : 1) กล่าวว่า คุณภาพของคนในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากคนจะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรอื่น ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ มีความเต็มใจทำงานตามบทบาทหน้าที่ โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในตำแหน่งบริหารจะต้องทำหน้าที่ประสานให้ผู้ปฏิบัติงานมีปฏิสัมพันธ์กันในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดด้วยความเต็มใจ ผู้บริหารที่ไม่มีความสามารถจะเป็นผู้ทำลายขวัญและความพึงพอใจของบุคลากร ทำให้งานด้านต่าง ๆ ขาดประสิทธิภาพ ในทางตรงข้ามหากผู้บริหารมีความสามารถจูงใจให้ผู้มีความรู้ความสามารถร่วมปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ มีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพในการทำงานย่อมสร้างสรรค์งานอย่างมีประสิทธิภาพได้ตามเป้าประสงค์นำความเจริญก้าวหน้ามาสู่องค์กรหรือหน่วยงาน ดังนั้นการจูงใจเพื่อให้เกิดความพยายามในการปฏิบัติงานจึงน่าจะเป็นหลักการบริหารที่ดีวิธีหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงผลักดันต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการปฏิบัติงานของบุคลากร ทั้งนี้เพื่อสามารถเลือกที่จะนำมาใช้อย่างเหมาะสมและถูกต้องกับบุคคลและเหตุการณ์หรือเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันเพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์กร กล่าวโดยสรุปได้ว่าในการทำงานใด ๆ ก็ตาม ถ้าจะให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะต้องได้รับการจูงใจอย่างถูกวิธีในลักษณะที่กระตุ้นให้เขาพยายามใช้ความสามารถและทักษะที่มีอยู่อย่างเต็มที่ทั้งนี้โดยการที่ผู้บริหารจะต้องใช้เทคนิควิธีการในการศึกษาบุคลากรในองค์กรของตนว่าบุคคลเหล่านั้นมีความต้องการหรือมีความพอใจในสิ่งใดจากการทำงาน การแรงจูงใจในการทำงาน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อผู้บริหารเสมอเพราะค่านิยมของการบริหารนั้นคือผู้บริหารต้องทำงานให้สำเร็จโดยใช้บุคคลอื่น แต่งานจะสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับวิธีและนโยบายการจูงใจของผู้บริหารนั้น ๆ (ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์, 2557 : 240) การที่ผู้บริหารทราบถึงกลไกของพฤติกรรมและวิธีการจูงใจย่อมเท่ากับทำให้

ผู้บริหารในฐานะที่เป็นผู้นำสามารถชักจูง กำกับ และผลักดันให้พฤติกรรมในการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดได้เสมอ

ฉะนั้นเพื่อความสำเร็จขององค์กรตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ นอกจากพนักงานจะต้องมีความรู้ความสามารถแล้วต้องมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วย จึงจะส่งผลให้พนักงานปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งปฏิบัติงานด้วยความสนใจและเต็มใจปฏิบัติให้ได้ดีผู้บริหารจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้พนักงานสามารถใช้ความสามารถและเต็มที่จะดำเนินงานแก่องค์กร ซึ่งพนักงานที่ปฏิบัติงานภายใต้ภาวะที่มีการ โนมน้ำใจ การมีแรงจูงใจที่ดี จะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าพนักงานที่ถูกปล่อยให้ปฏิบัติงาน โดยขาดการแรงจูงใจ ซึ่งจะกลายเป็นข้อจำกัดอันนำไปสู่การหมดกำลังใจในการทำงานในท้ายที่สุด (ธนิกันต์ มาชะศรีนันท์, 2555)

บริษัท ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ จำกัด ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายรถยนต์และอะไหล่รถยนต์ยี่ห้อ อีซูซุ และมีพนักงานขายมากกว่า 1,200 คน และมีโชว์รูม จำนวนมากถึง 40 แห่ง ซึ่งบริษัทมุ่งเน้นให้ผู้จัดการต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นใช้ ความสามัคคี และการทำงานเป็นทีม ในการบริหารจัดการทีมงานให้เข้มแข็งมากกว่าเดิม เพื่อจัดการปัญหาทุก ๆ ปัญหาได้และพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน โดยบริษัทมุ่งเสริมสร้างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานเพื่อเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น จากผลรายงานผลการปฏิบัติงานในปีที่ผ่านมาพบว่า ทางฝ่ายผู้บริหารได้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงแห่งภาวะเศรษฐกิจ สังคม สถานการณ์การเมือง และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งให้ความสำคัญสภาพปัญหาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งประสบปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่หลากหลาย อาทิเช่น ปัญหาคุณภาพงานมีแก้ไขงานอยู่เสมอ พนักงานขาดการเอาใจใส่ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง ขาดความพร้อม ความทุ่มเทในการทำงาน ไม่มีความรับผิดชอบในงานที่ทำที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ ไม่มีความเชี่ยวชาญและความชำนาญในงานที่ทำอยู่ ขาดกำลังใจและมนุษยสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานไม่ดี ไม่มีความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความขัดแย้งในการทำงาน ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานทำให้กระบวนการทำงานผิดพลาด ปริมาณงานล่าช้า ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายของบริษัทเพิ่มมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อองค์กรคู่ค้า ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลต่อการขาดการปฏิบัติงาน

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา "แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร" เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจ การปฏิบัติให้สูงขึ้น รวมทั้งสามารถใช้แนวทางในการกำหนดนโยบายในพัฒนาแรงจูงใจของพนักงาน เพื่อนำไปสู่การ ปฏิบัติงานเต็มความสามารถลดการพึ่งพิงบุคลากรหลักอันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กรมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานครกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในกรุงเทพมหานคร 1,235 คน (บริษัท ตรีเพชโรชิซูเซลส์ จำกัด, 2565) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 302 คน ได้จากโดยสุตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Taro Yamane 1967) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีทั้งหมด 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขาย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย 14 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน 2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ 3) ด้านลักษณะของงาน 4) ด้านความรับผิดชอบในงาน 5) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน 6) ด้านเงินเดือน 7) ด้านโอกาสการเจริญเติบโต 8) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างกัน (ผู้บังคับบัญชาผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน) 9) ด้านสถานะตำแหน่ง 10) ด้านนโยบายและการบริหาร 11) ด้านสภาพการทำงาน 12) ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว 13) ด้านความมั่นคงในการทำงาน และ 14) ด้านการปกครองบังคับบัญชา ลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด Rating scale ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคอร์ (Likert) เป็นแบบเลือกตอบได้ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานในการทำงานของพนักงานขายประกันบริษัท เอไอ การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจะต้องมีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ดังนั้นเมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้วจึงต้องทำการหาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ดังนี้

- 1) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่เรียบร้อยแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบเบื้องต้นและนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อำนาจ ปิ่นพิลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูกิจ ยลชญาวงศ์ และ อาจารย์ ดร.อภิชา พรเจริญกิจกุล ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง และความเที่ยงตรงเชิงพยากรณ์

2) นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งต้องมีค่าแอลฟาตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป ถือว่ามีความเชื่อถือของแบบสอบถามที่จะนำไปใช้ได้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นของแรงจูงใจในการทำงาน เท่ากับ 0.986

3) นำเครื่องมือที่ผ่านการทดลองใช้แล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไขจัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ถึงผู้บริหารบริษัท ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานขายรถยนต์

2. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายแบบสอบถามในส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการทำงาน

2. สถิติเชิงอนุมาน

2.1 t-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจในการทำงานปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมี 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.2 One way ANOVA : F-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจในการทำงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยวิธีการของ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านลักษณะงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านนโยบายและการบริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านด้านโอกาสการเจริญเติบโตและด้านการปกครองบังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านเงินเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านสถานะตำแหน่ง และด้านสภาพการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือกับด้านความมั่นคงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างกัน (ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และด้านความรับผิดชอบในงานกับด้านความเป็นผู้ส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

แรงจูงใจในการทำงาน ภาพรวม		ระดับแรงจูงใจในการทำงาน		
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1.	ด้านความสำเร็จในการทำงาน	3.96	0.674	มาก
2.	ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	3.95	0.526	มาก
3.	ด้านลักษณะของงาน	4.01	0.590	มาก
4.	ด้านความรับผิดชอบในงาน	3.91	0.510	มาก
5.	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	4.05	0.478	มาก
6.	ด้านเงินเดือน	3.97	0.561	มาก
7.	ด้านโอกาสการเจริญเติบโต	3.99	0.531	มาก
8.	ด้านความสัมพันธ์ระหว่างกัน (ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน)	3.92	0.577	มาก
9.	ด้านสถานะตำแหน่ง	3.96	0.538	มาก
10.	ด้านนโยบายและการบริหาร	4.00	0.553	มาก
11.	ด้านสภาพการทำงาน	3.96	0.490	มาก
12.	ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว	3.91	0.531	มาก
13.	ด้านความมั่นคงในการทำงาน	3.95	0.669	มาก

14.	ด้านการปกครองบังคับบัญชา	3.99	0.537	มาก
รวม		3.97	0.402	มาก

2. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานชายที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	แรงจูงใจในการทำงาน	
	การยอมรับสมมติฐาน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
เพศ		✓
อายุ		✓
ระดับการศึกษา		✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		✓
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	✓	

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ด้านลักษณะงาน ด้านนโยบายและการบริหารด้านโอกาสการเจริญเติบโตและด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านเงินเดือน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านสถานะตำแหน่ง และด้านสภาพการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือกับด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างกัน (ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน) และด้านความรับผิดชอบในงานกับด้านความเป็นผู้ส่วนตัว ตามลำดับ ที่เป็นนี้อาจจะเนื่องจากทางบริษัทมีนโยบายและให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น การให้เงินรางวัลพิเศษจากยอดขายดีเด่น เป็นต้น อีกทั้งเป็นบริษัทที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่ จึงมีการจัดสวัสดิการแก่พนักงานที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุพิชญ์ อติศรัตรกุล (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขตนิคม

อุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า พนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการมิตรสัมพันธ์ รองลงมา คือ ความต้องการความสำเร็จ และความต้องการอำนาจ ตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานชายที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากพนักงานชายที่ปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลานาน มีความเชี่ยวชาญด้านการขาย มีความรู้ ความสามารถในการนำเสนอขายสินค้าของบริษัท จนมีรายได้และค่าตอบแทนที่เป็นที่พึงพอใจ ตลอดจนได้รับตำแหน่งงานที่สูงขึ้น มีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานจึงทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกว่าพนักงานชายที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของรุจจารินทร์ จิตต์แก้ว (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าอายุงาน ต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และผลการศึกษาของปราณี โคเมฆารัตน์ (2563) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เอ เอ แอล จำกัด สาขาสมุทรปราการ พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถในการเสนอคิดค้นวิธีการการทำงานหรือป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติงานได้อย่างอิสระมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาควรเปิดรับความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา และนำความคิดเห็นไปเป็นข้อพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติงานร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. ด้านลักษณะของงาน ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาควรส่งเสริมให้พนักงานได้แสดงความสามารถในการขายอย่างท้าทาย มีอิสระ เพื่อหากลยุทธ์ในการขายสินค้าได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ด้านความรับผิดชอบในงาน ผู้บังคับบัญชาควรมีการกำหนดขอบเขตงานของพนักงานแต่ละคนอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับตำแหน่งหน้าที่ในปัจจุบันอย่างเหมาะสม และสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

5. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายในการทำงานเกี่ยวกับการพิจารณาความดีความชอบของพนักงานอย่างเป็นรูปธรรมและเสมอภาค เช่น การมอบรางวัล โบนัสประจำปี รางวัลพิเศษ เป็นต้น

6. ด้านเงินเดือน ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายในการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนแก่พนักงานเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

7. ด้านโอกาสการเจริญเติบโต ผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาควรส่งเสริมให้พนักงานทุกไปอบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

8. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างกัน (ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน) ผู้บริหารควรมีการจัดกิจกรรม พบปะสังสรรค์ระหว่างพนักงาน เพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา ผู้บริหาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันภายในองค์กรให้มากยิ่งขึ้น

9. ด้านสถานะตำแหน่ง ผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติของพนักงานให้มีทัศนคติที่ดีต่องานที่ปฏิบัติให้มากยิ่งขึ้น โดยการสร้างแรงจูงใจ เสริมสร้างความรักความสมัครใจในหมู่คณะมากยิ่งขึ้น

10. ด้านนโยบายและการบริหาร ผู้บริหารขององค์กรต้องมีการกำหนดนโยบายและวิธีการบริหารงานอย่างเหมาะสม มีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เพื่อให้สามารถนำพาองค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

11. ด้านสภาพการทำงาน ผู้บริหารขององค์กรต้องสนับสนุน และจัดสรรงบประมาณเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานให้มีสภาพดี และพร้อมใช้งาน เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

12. ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ส่วนตัวของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถแบ่งเวลาระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวได้อย่างลงตัว

13. ด้านความมั่นคงในการทำงาน ผู้บริหารขององค์กรควรให้ความสำคัญการเสริมสร้างและพัฒนาสมรรถนะและทักษะในการทำงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การฝึกอบรม การทดลองปฏิบัติ เป็นต้น

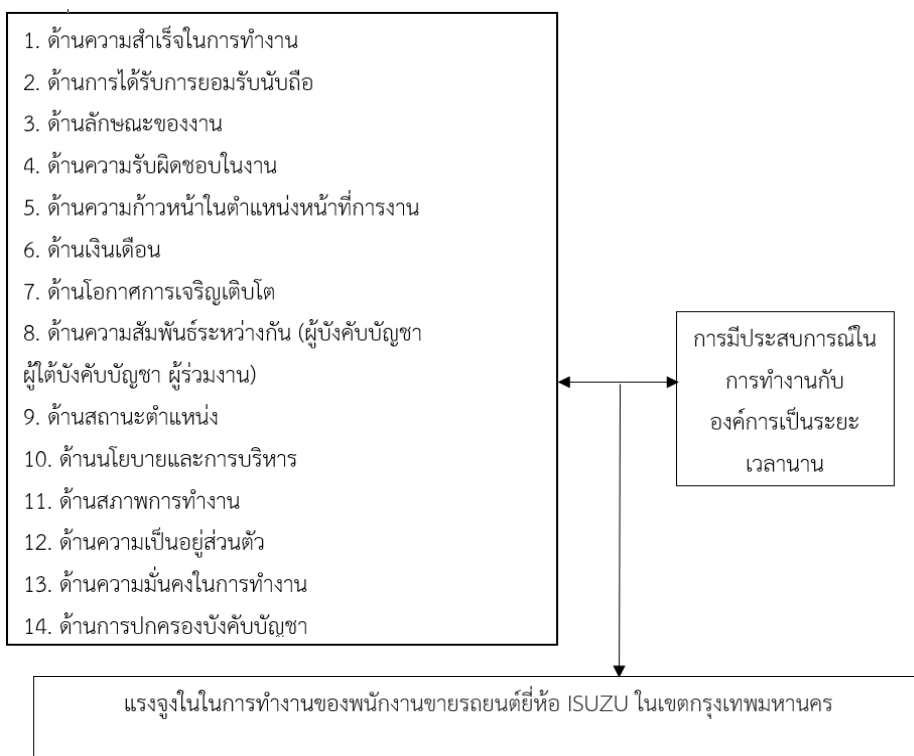
14. ด้านการปกครองบังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาควรส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับเพื่อนร่วมงานกับผู้บังคับบัญชา เพื่อขจัดปัญหาปัญหาความขัดแย้งภายในองค์กรหรือทีมงานให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อให้ผู้บริหารทราบสามารถกำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจของพนักงานให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนเชิงปริมาณ ให้ได้ข้อมูลเชิงลึกไปเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจการทำงานของพนักงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

องค์ความรู้ใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ได้้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการที่พนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นพนักงานขององค์กรมาเป็นระยะเวลานาน จะมีแรงจูงใจในการทำงานในแต่ละด้านที่สูงขึ้น ซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ยี่ห้อ ISUZU
ในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

- ภัทรกร ผาสุขภิญโญ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท คริสเตียนีและนีลเสน (ไทย) จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- เจริญ วัชรรังษี. (2559). คู่มือการปฏิบัติการกิจกรรมกลุ่มสร้างคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อักษรประเสริฐ.
- ธนิกานต์ มาชะศิริานนท์. (2555). เทคนิคการจูงใจพนักงาน. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ทบุ๊กส์.
- ปราณี โคเมฆารัตน์ . (2563). แรงจูงใจการทำงานของพนักงาน บริษัท เอ เอ แอล จำกัด สาขาสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- รุจารินทร์ จิตต์แก้ว. (2563). อิทธิพลด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุนการตลาด และการบริหารธุรกิจ ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2557). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: เทคนิค 19.
- สุพิชญ์ อติชัยรัตกุล. (2561). ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สมใจ ลักษณะ. (2558). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Yamane, T. (1967). Statistics: an introductory analysis. New York: Harper and Row.