

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย: เขตฝั่งธนบุรี

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร

ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ และหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ รายได้ และปัจจัยแรงจูงใจทฤษฎีของเฮอรัชเบอร์ก (Herzberg) ที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานขายขององค์กรในตลาดสินค้าอุตสาหกรรมเขตฝั่งธนบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคร้สแควร์ (Chi-Square test) และ สเปียร์แมนคอร์ริเลชัน (Spearman Correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ได้ทำการทดสอบเครื่องมือโดยทดสอบความเที่ยงตรง และทดสอบความเชื่อมั่น ผลการวิจัยพบว่า สภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจมีรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นค่านายหน้ามากที่สุด รองลงมาคือการจ่ายโบนัส การให้ค่าน้ำมันออกปฏิบัติงาน การลาพักร้อน การเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยวประจำปี และค่าที่พักตามลำดับ การจูงใจภายในขององค์กรธุรกิจพบว่า ความรู้สึกรับผิดชอบในการทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ การยกย่องชมเชยจากหัวหน้างาน ความมีชื่อเสียงขององค์กร และความท้าทายในการทำงานตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รายได้ ทักษะของพนักงานขายที่มีต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ปัจจัยแรงจูงใจตามแนวคิดทฤษฎีของเฮอรัชเบอร์กมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พบว่า ปัจจัยความสำเร็จ ด้านความรวดเร็วผิดพลาดน้อย และการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบมีความสำเร็จอยู่เสมอ ปัจจัยการยอมรับนับถือ พบว่าพนักงานขายที่ได้รับความยอมรับผลงานจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานในความสามารถ การได้รับเลือกให้เป็นผู้ปฏิบัติงานที่ยากซับซ้อน ปัจจัยลักษณะงานพบว่า การให้ความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับความสามารถของพนักงานขายและได้รับเป้าหมายที่ท้าทายความสามารถ และการได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ ปัจจัยความรับผิดชอบ พบว่า การให้โอกาสในหน้าที่ที่เหมาะสมแก่พนักงานขาย การให้อำนาจที่เพียงพอกับงานที่รับผิดชอบอยู่ปัจจุบัน และความพอใจกับการที่ได้รับงานที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน พบว่า งานที่ให้โอกาสพัฒนาทักษะความรู้และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นปัจจัยนโยบายและการบริหารงาน พบว่า การให้พนักงานขายได้เข้าใจหลักการและเป้าหมายในงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

งานวิจัยนี้เป็นแนวทางการประยุกต์ด้านสรรหาคัดเลือกพนักงานขาย และเป็นแนวทางต่อการประยุกต์ใช้ในการบริหารงานขาย และองค์กรธุรกิจในตลาดสินค้าอุตสาหกรรม

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ธุรกิจเผชิญกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจหลายครั้งในประเทศไทย องค์กรธุรกิจที่อยู่รอดและประสบความสำเร็จนอกจากจะมีฐานธุรกิจที่มั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว ต้องมีความสามารถในการปรับตัวในสถานการณ์ต่างๆ ที่มีความเปลี่ยนแปลงในเหตุการณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้การดำเนินการขององค์กรธุรกิจจะต้องดำเนินต่อเนื่อง และมีความพร้อมเสมอเพื่อให้องค์กรได้รับโอกาสในสถานการณ์ตลาดที่เอื้อต่อการสร้างรายได้เพื่อความมั่นคง และก้าวหน้าไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ เช่นการศึกษาของงานวิจัยของ จอน จียูเดล (อ้างอิงใน เบญจวรรณ, 2547) เรื่องความสำเร็จของธุรกิจ สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม ความสำเร็จของธุรกิจเกิดจากการใช้ความพยายามพนักงานขาย หรือ การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจในตลาด การใช้พนักงานขายเป็นกลยุทธ์หนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่หลายองค์กรใช้เป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างยอดขาย และเชื่อมความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างลูกค้าและองค์กรธุรกิจ

นอกจากนี้จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการขาย เช่นแนวคิดของ ชามัส เบวอนส์ (Shamus Brown :1999) ที่ได้เสนอถึงปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อความสำเร็จในการขาย คือแรงจูงใจในการขาย เป็นปัจจัยภายในที่องค์กรสามารถสร้างให้เป็นจุดแข็ง เพื่อกระตุ้นการทำงานที่ถูกต้อง งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานขาย (เบญจวรรณ :2546) พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญด้านการจ่ายผลตอบแทนพนักงานขายเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการบริหารงานขาย และงานวิจัยด้านการบริหารงานขาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และกลยุทธ์การตลาดของ เจมส์ ดี เวทกินส์ (James D. Watkins:2004) ได้สรุปถึงผู้บังคับบัญชาที่เป็นปัจจัยและมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยสรุปความสำคัญการจูงใจพนักงานขาย จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในความสำเร็จที่หลายองค์กรยอมรับในการใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างยอดขาย แต่เนื่องจากสภาพงานขายเป็นงานที่ค่อนข้างใช้ความอดทน เป็นงานที่ต้องกระทำติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเดินทางที่ต้องใช้เวลา นอกจากนี้หลายองค์กรยังมอบหมายงานให้พนักงานขายทำงานมากกว่าการขาย การขายของพนักงานขายจึงต้องเผชิญกับสิ่งต่าง ๆ เช่น กำปั่นของลูกค้า การติดตามประสานงานเรื่องการจัดส่งสินค้า ภายใน งานส่งสินค้า วางบิลเก็บบิล การเดินทางไกลเพื่อพบลูกค้า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด การเปิดลูกค้าใหม่ นโยบายที่เปลี่ยนแปลงขององค์กรและหน่วยงานขาย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ผู้บริหารงานขายจำเป็นต้องศึกษาและเข้าใจ เพื่อค้นหาแรงจูงใจในการผลักดันให้พนักงานขายทำงานด้วยความสำเร็จ

และจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg) พบว่า เป็นนโยบายที่หลายองค์กรธุรกิจใช้กระตุ้นจูงใจการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และองค์กรธุรกิจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในด้าน การบริหารงานขายและเป็นแนวต่องานวิจัยเรื่องนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของพนักงานขายที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ของพนักงานขาย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาลักษณะทั่วไปที่กำหนดตัวแปรคือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ตั้งแต่เริ่มต้น-ปัจจุบัน รายได้
2. การศึกษาแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ กำหนดตัวแปรคือ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ โบนัส นายหน้า ค่าน้ำมัน ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ลาพักร้อน กิจกรรมท่องเที่ยวประจำปี ปัจจัยภายใน ได้แก่ การยกย่องชมเชย การสร้างความท้าทาย ความรู้สึกมั่นคง ความภูมิใจกับชื่อเสียง
3. ปัจจัยแรงจูงใจศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg) ตัวแปรที่ใช้ ปัจจัยแรงจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) ลักษณะของงานที่ทำ (Work - itself) ความรับผิดชอบ (Responsibility) ความก้าวหน้าและการพัฒนาทักษะ (Advancement and Development of skill) และ ปัจจัยค่าจูน (Hygiene) ได้แก่ นโยบายและการบริหารงาน (Company Policy and administration) ผู้บังคับบัญชา (Supervision) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relations) เงินเดือน (Salary) สถานภาพ (Status) ความมั่นคงในงาน (Job Secutity) ชีวิตส่วนตัว (Factors in personal life)
4. การวิจัยครั้งนี้จะทำการสำรวจจากพนักงานขายในตลาดสินค้าอุตสาหกรรมเขตฝั่งธนบุรี โดยมีการกระจาย 15 เขตคือ คลองสาน จอมทอง ดลิ่งชัน ธนบุรี บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางขุนเทียน บางพลัด ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ หนองแขม ทวีวัฒนา บางแค ทุ่งครุ และบางบอน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายองค์กรในตลาดสินค้าอุตสาหกรรม เขตฝั่งธนบุรี มี 15 เขต มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 9,706 ราย (กรมโรงงาน) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คำนวณจากสูตร

$$n = N / 1 + Ne^2 = 384 \text{ ราย และได้กำหนดเป็น จำนวน 400 ราย}$$

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการศึกษาประชากร โดยผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชากร คือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรี มีจำนวน 15 เขตพื้นที่ ได้แก่ คือ คลองสาน จอมทอง ดลิ่งชัน ธนบุรี บางกอกน้อย

บางกอกใหญ่ บางขุนเทียน บางพลัด ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ หนองแขม ทวีวัฒนา บางแค พุ่งครุ และ บางบอน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อของแต่ละเขตโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบผสมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษา ประกอบด้วย แนวความคิดต่างๆ ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะคำถามเลือกตอบ(Multiple Choice Question) และแบบคำถามเปิด(Open Question)

ส่วนที่2 เป็นคำถามสภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ และผลความสำเร็จเมื่อเทียบกับเป้าหมายการขายของพนักงานขายในปีที่ผ่านมา คำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question)

ส่วนที่3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย มีลักษณะการวัดแบบลำดับ (Ordinal Scale) โดยครอบคลุมปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค้ำจุน แบบสอบถามจะเป็นข้อความที่ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นโดยจำแนกออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่4 เป็นคำถามความคิดเห็นตอบโดยอิสระ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นคำถามเปิด (Open Question)

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่วนหนึ่งจากงานวิจัยอื่น และตามแนวทฤษฎีเฮอริชเบิร์ก (Herzberg)

การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบทดสอบที่แก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษ จำนวน 50 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 โดยใช้ความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) วิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม SPSS for Windows จากการทดสอบพบว่า มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9084

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ช่วยวิจัยและได้ประชุมทำความเข้าใจในการใช้แบบสอบถาม และแจ้งกำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เป็นที่เข้าใจเพื่อรวบรวมข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างและใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยได้นำข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่ม อุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรีที่มี 15 เขต คือ คลองสาน จอมทอง คลิ่งชัน ธนบุรี บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางขุนเทียน บางพลัด ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ หนองแขม ทวีวัฒนา บางแค พุ่งครุ และ บางบอน และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากบัญชีรายชื่อ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนลงข้อมูลโดยใช้เวลาดังแต่ปี 2547-2548 จำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง และดำเนินการโดย นำแบบสอบถามที่ถูกต้อง ลงหมายเลขประจำฉบับ เรียงลำดับจาก 001-400 และทำการลงรหัส (Code book) ป้อนข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคม (SPSS: Statistical Package for the Social Science) Version 11.

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติที่ใช้ในการพรรณนาข้อมูล (Descriptive Statistics) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลสภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ความคิดเห็นที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานวิเคราะห์โดยใช้ค่า มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean)

2. สถิติทดสอบความสัมพันธ์ (Inferential Statistics) ระหว่าง ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความสัมพันธ์ กับผลการปฏิบัติงานหรือเป้าหมายการขายในปีที่ผ่านมา ทดสอบโดยสถิติไคสแควร์ (chi - Square test) และปัจจัยแรงจูงใจ ที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยข้อมูลยอดขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายในการขายปีที่ผ่านมา เป็นข้อมูลอัตราภาพขั้น (Interval scales) ถูกปรับเป็นข้อมูลสถิติจากการทดสอบเรียงลำดับ (Ordinal scale) เพื่อการทดสอบใช้สถิติแบบ สเปียร์แมนคอร์ริเลชัน (Spearman Correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประสบการณ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี รายได้น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 ผลการปฏิบัติงานขายส่วนใหญ่ได้ผลเกินกว่าร้อยละ 81-100

กลุ่มตัวอย่างได้รับการจูงใจภายนอกขององค์กรธุรกิจ พบว่า การจ่ายผลตอบแทนเป็นค่านายหน้ามากที่สุด รองลงมาคือ การผลตอบแทนในรูปแบบอื่น การให้ค่าน้ำมันออกปฏิบัติงาน และการลาพักร้อน ค่าการเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยวประจำปี และค่าที่พัก ตามลำดับ

สภาพการจูงใจภายในขององค์กรธุรกิจ พบว่าความมั่นคงในการทำงานเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด รองลงมาคือ การยกย่องชมเชยจากหัวหน้างาน ความรู้ที่อยู่ในองค์กรที่มีชื่อเสียง และการสร้างความท้าทายในการทำงาน ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ รายได้ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อายุ การศึกษา ประสบการณ์ รายได้ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการทดสอบมีความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัย ของจินตนา ธนนชัย (2535) ที่พบว่า ตัวแปรด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ สอดคล้องกับ อุษณีย์ สุนทรโรทก (2538) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต พบว่า อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต และสอดคล้องกับ สุวรรณา เต็งพงค์ธร (2541) ที่ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพที่งานขาย พบว่าอายุการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพที่งานของพนักงานขายเอสซีเอ็น

นอกจากนี้จากความพึงพอใจในงานตามแนวคิดของ ปรียพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2547) กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจในงานเป็นการเพิ่มผลผลิตบุคคลทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้บรรลุเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภกิจ วงศ์ศรีโชติชัย (2544) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทฟิวเจอร์ การ์เมนต์จำกัด พบว่า อายุ วุฒิการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความก้าวหน้าในอาชีพ และความสอดคล้องกับ ประยูรศักดิ์ เหมะศิริ(2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด พบว่าเพศ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกัน และพนักงานที่มีอายุและประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกัน และพบว่างานวิจัยของศิริกุล เกรียงไกร (2543) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริการลูกค้า บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน และวิจัยของ ของมุขนิษฐ์ ยมาภัย (2537) ได้เสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย การมุ่งใจใฝ่สัมฤทธิ์ พบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และข้อเสนอแนะเรื่องรายได้ตามแนวคิดของ Lyle (2526) กล่าวว่าสรุปว่าควรพิจารณาค่าจ้างเพียงพอกับค่าใช้จ่าย เพื่อให้พนักงานทุ่มเทงานอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน โดยจากปัจจัยความสำเร็จที่ได้ทดสอบนี้พบว่ามีความสัมพันธ์ด้านการปฏิบัติงานที่สำเร็จตามเป้าหมาย มีความรวดเร็วและผิดพลาดน้อย และสามารถการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบได้ประสบความสำเร็จอยู่เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow อ้างใน สมยศ ,2540) สอดคล้องกับ แนวคิดของ เมอร์เรย์ (Murray อ้างใน ปรียพร,2547) ที่สรุปความต้องการที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับการทำงานของคน โดยปัจจัยความสำเร็จเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ เป็นความต้องการของบุคคลที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการความสำเร็จของแมคเคลแลนด์ (McClelland:1962)ที่เน้นความต้องการโดยความต้องการความสำเร็จเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องการให้มีผลงาน และสามารถบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา และสอดคล้องกับ ทฤษฎีการตั้งเป้าหมายของล็อก (Locke อ้างใน ปรียพร,2547) ที่ได้อธิบายว่า แรงจูงใจเบื้องต้นในการทำงานเกิดจากความปรารถนาที่จะไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมายที่ตั้งไว้ และความสำคัญที่จะชี้แนวทางของพฤติกรรมที่บุคคลจะต้องกระทำอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ แอคคินสัน (Atkinson อ้างใน ปรียพร,2547) ที่ได้อธิบายแรงจูงใจที่จะบรรลุความสำเร็จ ที่จะเกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และเห็นคุณค่าของความสำเร็จ นอกจากนี้เสนอแนะว่า การมีโอกาสของความสำเร็จ ถ้างานที่ไม่ยากหรือง่ายเกินไป บุคคลจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มาก โดยการกำหนดเป้าหมายการขายจึงไม่ควรสูงจนเกิดความยากจนเกินไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิลาวัณย์ เขียรธนปจัย(2546)ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของผู้แทนขายบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย บริษัทฯข้ามชาติ เอบีซี พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจสูงสุดเรื่องความสำเร็จในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัย พูนศักดิ์ เพิ่มสิน (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัท คอนโทรล ดาต้า (ประเทศไทย)

พบว่าพนักงานมีความพึงพอใจมากด้านความสำเร็จในการทำงาน และสอดคล้องกับ วรศิริ ศิริคะรินทร์ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กรณีศึกษาบริษัท xyz พบว่า พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับความพึงพอใจ ปัจจัยความสำเร็จในงานที่ทำ ในระดับสูง

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยการยอมรับนับถือมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ผล

ปัจจัยการยอมรับนับถือมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน พบว่ามีความสัมพันธ์ กับการที่ได้รับความยอมรับผลงานจากผู้บังคับบัญชา และการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานในความสามารถ การได้รับเลือกให้เป็นผู้ปฏิบัติงานที่ยากซับซ้อน สอดคล้องกับ ทฤษฎีของ มาสโลว์ (Maslow อ้างในสมยศ,2540) กล่าวว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นสิ่งที่มุ่งใจด้านการยอมรับ เพื่อให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของตน สอดคล้องกับ ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murray อ้างใน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ ,2547) ที่กล่าวถึงความต้องการเกี่ยวกับการทำงาน พบว่าความต้องการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานเป็นสิ่งจำเป็น สอดคล้องกับ ดักกลาส (Douglas M.Megregor อ้างใน จิตตลดากร,2546) ที่ได้เสนอแนวคิดนี้ถึงกระบวนการที่จะนำไปสู่เป้าหมายองค์กรคือ จูงใจคนโดยการให้ความยอมรับนับถือ สอดคล้องกับงานวิจัย พูนศักดิ์ เพิ่มสิน (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัท คอนโทรล ดาต้า (ประเทศไทย) พบว่าพนักงานมีความพึงพอใจมากด้านการยอมรับนับถือ ในระดับมาก และสอดคล้องกับ วรศิริ ศิริคะรินทร์(2548) ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กรณีศึกษาบริษัท xyz พบว่า พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับความพึงพอใจ ปัจจัยการยอมรับนับถือ ในระดับสูง และขัดแย้งกับการศึกษางานวิจัยของชัยยุทธ พลเสนอ (2548) เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ลครึ่ง จำกัด พบว่าการให้ความยอมรับ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง

สมมุติฐานที่ 4 ปัจจัยลักษณะงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน พบว่ามีความสัมพันธ์ กับการให้ความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับความสามารถของพนักงานขาย การให้พนักงานขายได้รับเป้าหมายที่ทำทลายความสามารถ การให้พนักงานใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับแนวคิดของ Lyle (2526) กล่าวว่าไว้ว่าบุคคลที่ทำงานน้อยกว่าความสามารถของตนเองคือ มีความสามารถมากกว่าที่ต้องใช้ไปในงานแล้ว มีแนวโน้มที่จะเกิดความไม่พอใจในงานได้ เพราะขาดสิ่งท้าทาย สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Lau,et.al(1999) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของลักษณะหน้าที่ ความรับผิดชอบของพนักงานขายปลีก พบว่าพนักงานขายที่มีความพึงพอใจต่องานมากจะให้ความสำคัญกับลูกค้า และสอดคล้องกับ ผลการสำรวจเกี่ยวกับแรงจูงใจจากการสัมภาษณ์พนักงาน 1,000 คน (อ้างในธำรงค์ศักดิ์ ,2548) ในประเทศอังกฤษ ผลการสำรวจพบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของพนักงานเกิดเบื่อหน่ายงาน และมองหางานใหม่ โดยสาเหตุหลักคือ งานไม่มีความท้าทาย และทำให้ไม่มีโอกาสก้าวหน้าในงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพงศ์ พัฒนพงศ์ (2538) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานอาชีพขายตรง :กรณีศึกษาไคเร็กซ์เซลล์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของการเป็นตัวแทนขาย ความพอใจต่อธรรมชาติของงานขาย ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานขายตรง และสอดคล้องกับ Griggs (1991) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของงาน กระบวนการจัดการ การพัฒนาอาชีพ การยอมรับนับถือไม่เกี่ยวกับ เงิน และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับเงิน โดยศึกษาจากนักวิชาชีพของบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค และบริษัทประกันภัย พบว่า ลักษณะของงานและสภาพงานที่ดีขององค์กรเป็นปัจจัยจูงใจสำคัญที่สุด

สมมุติฐานที่ 5 ปัจจัยความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน พบว่า มีความสัมพันธ์กับการให้โอกาสในหน้าที่ที่เหมาะสมแก่พนักงานขาย การให้อำนาจที่เพียงพอกับงานที่รับผิดชอบอยู่ปัจจุบัน และความพอใจกับการที่ได้รับงานที่เพิ่มขึ้น จากผลการวิจัยพบว่า การให้พนักงานมีโอกาสได้รับผลงานในหน้าที่อย่างเหมาะสมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด โดยมีระดับคะแนนค่อนข้างมาก หรือเท่ากับ 3.96 และในการทำงานลักษณะงานที่ต้องออกพื้นที่ไปไกล การทำงานที่ต้องอาศัยการติดต่อกับบุคคลหลายฝ่าย และบางครั้งมีการมอบหน้าที่อื่น ๆ เพิ่ม พนักงานขายที่มีความรับผิดชอบสูง ทำให้งานบรรลุเป้าหมายได้ด้วยดี สอดคล้องกับแนวคิดของ สอดคล้องกับงานวิจัย พูนศักดิ์ เพิ่มสิน (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัท คอนโทรล ดาต้า (ประเทศไทย) พบว่าพนักงานมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านความรับผิดชอบในงาน ตามแนวคิดของบาร์นาร์ด (Barnard ,1986) กล่าวถึงสิ่งจูงใจที่เป็นแรงกระตุ้นให้คนเกิดความพอใจในการปฏิบัติงาน กล่าวถึง ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefactions) ที่ต้องการแสดงฝีมือความรู้สึกพอใจที่ได้ทำงานอย่างเต็มที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lau,etal(1999) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของลักษณะหน้าที่ ความรับผิดชอบของพนักงานขายปลีก พบว่าพนักงานขายที่มีความพึงพอใจต่องานมากจะให้ความสำคัญกับลูกค้า พนักงานขายไม่ต้องการที่จะปฏิบัติต่อลูกค้าให้ดีกว่าที่ได้รับการปฏิบัติจากบริษัท

สมมุติฐานที่ 6 ปัจจัยความก้าวหน้ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายผลการ

ปัจจัยความก้าวหน้ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ไม่เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ซึ่งมีลักษณะการหาประสบการณ์ส่วนใหญ่จึงอาจเป็นไปได้ว่า มีความคาดหวังในเรื่องความก้าวหน้า น้อย ตามที่ได้พบว่ามีข้อมูลเรื่องการได้รับความก้าวหน้าตามความคาดหวังมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.63 ใกล้เคียงกับระดับปานกลาง จึงอาจเป็นไปได้ตามข้อสมมุติฐานดังกล่าว นอกจากนี้การปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าส่วนใหญ่พนักงานขายมองว่าขึ้นอยู่กับ ผลงานคือการทำยอดขายจึงมีความคาดหวังน้อย สอดคล้องกับงานวิจัย วรรณงา เงินสยาม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา :บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลเอสชัวรันซ์ จำกัด ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในอาชีพ มีความคิดเห็นในระดับมาก และความพึงพอใจตัวแทนในด้านความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในอาชีพ สอดคล้องกับ ขวัญชัย ฉัญฐเศรษฐ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในบริษัท บี เอ เอส เอฟ (ไทย) จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้า มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมในระดับมาก ชัดแย้งกับอินทัช ประกอบวิณิชกุล(2545) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับความตั้งใจลาออกจากองค์กรของผู้ปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัทเอ็กโก เอ็นจิเนียริงแอนด์เซอร์วิส จำกัด พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจลาออกจากองค์กร โดย ปัจจัยความก้าวหน้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญใน 3 ปัจจัย

สมมุติฐานที่ 7 ปัจจัยโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ไม่เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน จากสมมุติฐานดังกล่าว แม้ว่าจะไม่เป็นไปตามข้อสมมุติฐาน แต่พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านการขายทำให้มีโอกาสเลื่อนขั้นในอนาคต ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธี ศรีวิระยะเลิศกุล (2541) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
 องค์กรเอกชนขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่าพนักงานมีความพึงพอใจ ด้านโอกาสก้าวหน้า อยู่ในระดับ
 ปานกลาง อย่างไรก็ตามจากลักษณะงานขายมีความเป็นไปได้ที่จะมีโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน จาก
 ผลงานของยอดขายสอดคล้องกับแนวคิดของ Gilmer (1971) กล่าวถึง องค์กรประกอบที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติในการ
 ทำงาน ด้านโอกาสเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน (Opportunity for advancement) จะแตกต่างกันไปในแต่ละ
 บุคคล ในระดับพนักงานจะขึ้นอยู่กับความสามารถในงานที่ทำ และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในวัย 20-30 ปีกำลัง
 แสวงหาความรู้และประสบการณ์ทำงานที่เพิ่มขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าปัจจัยอื่นแม้ว่าผลการ
 ทดสอบจะไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยนโยบายและการบริหารงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยนโยบายและการบริหารงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายเป็นไป
 ตามข้อสมมติฐาน พบว่า มีความสัมพันธ์การให้พนักงานขายได้เข้าใจหลักการและเป้าหมายในงานและบริษัท
 ระบบการทำงานมีการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบมีความชัดเจน จากพื้นฐานการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานหาก
 เข้าใจหลักการ สอดคล้องกับแนวคิดของ อำนาจ คงมีสุข (2536) กล่าวว่าหน้าที่พนักงานปฏิบัติงานได้ผลสูงที่สุดนั้น
 ต้องให้พนักงานรู้ว่าอะไรคือ งานของเขา มาตรฐานที่คาดหวัง ลำดับความสำคัญในขั้นตอน เขาปฏิบัติได้ดี/ไม่ดี
 เพียงใด และข้อเสนอแนะ ของชงชัย สันติวงษ์ (2533) ที่กล่าวไว้ในหลักการบริหารมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคลและ
 การจูงใจ ว่า การบริหารที่ยืดหยุ่นและยืดหยุ่น การจับผิดหรือติติง มุ่งแต่จะให้ทุกคนทำงานให้ได้ผลงานตาม
 เป้าหมายที่ต้องการนั้น ลักษณะเช่นนี้ โอกาสการจูงใจย่อมไม่มีทางเกิดขึ้นมาได้

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยการควบคุมบังคับบัญชา มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยการควบคุมบังคับบัญชา มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตาม
 ข้อสมมติฐาน พบว่าปัจจัยการควบคุมบังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
 เป็นไปตามข้อสมมติฐาน พบว่ามีความสัมพันธ์กับการที่ผู้บังคับบัญชาปกครองด้วยเหตุผลและความยุติธรรม
 การให้คำปรึกษาและได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชาเสมอ การให้หลักการแนวปฏิบัติในงานใหญ่ ๆ แล้วปล่อยให้
 ให้พนักงานขายปฏิบัติโดยไม่ควบคุม หรือให้ความเป็นอิสระ คล้องกับแนวคิดของดักลาส แม็คเกรเกอร์
 (Mcgregor อ้างใน สมิทธิรา จิตตลดากร:2546) กล่าวไว้ตามแนวทฤษฎีวาย ความพยายามของมนุษย์ทั้งกายและใจ
 ในการทำงานเป็นไปตามธรรมชาติ การควบคุมและบังคับ มิใช่วิธีที่จะทำให้การทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ของ
 องค์กร และการที่ผู้บังคับบัญชามีความยุติธรรม ปกครองด้วยเหตุผล เป็นคุณสมบัติประการสำคัญของผู้นำใน
 อุดมคติตามแนวคิดของ Lyle (2526) และสอดคล้องกับแนวคิด จากข้อเสนอแนะงานวิจัย เบญจวรรณ อุซุงศ์
 ออมร(2546) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการบริหารงานขายการบริหารงาน เสนอว่า
 การบริหารที่ประสบความสำเร็จนั้น ผู้บริหารงานขายส่วนมาก ใช้หลักจิตวิทยาในการบริหารงานขาย เพื่อให้เกิด
 ความสัมพันธ์ที่ดีในทีมงาน และการมีภาวะผู้นำ สอดคล้องกับ วรศิริ ศิริคะรินทร์(2548)ศึกษาความพึงพอใจของ
 พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กรณีศึกษาบริษัท xyz พบว่า พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับความ
 พึงพอใจ ปัจจัยการควบคุมบังคับบัญชา ในระดับสูง สอดคล้องกับเมธี ศรีวิระยะเลิศกุล (2541) ศึกษาการวิจัยเรื่อง
 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน
 ของพนักงานขายองค์กรเอกชนขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่าพนักงานมีความพึงพอใจ ด้าน
 ผู้บังคับบัญชาในระดับสูง

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยสภาพการทำงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยสภาพการทำงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไม่ไปตามข้อสมมติฐาน จากผลการทดสอบ ปัจจัยดังกล่าวยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึงโดยลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงานขายส่วนใหญ่อาจไม่มีความจำเป็นเรื่องการอยู่สถานที่ทำงานมากนัก ต้องออกพบลูกค้าส่วนใหญ่ สภาพภาพแวดล้อมในการทำงานมีความจำเป็นน้อย แต่มีข้อสังเกตว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่ เรื่องวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือการปฏิบัติงาน เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานต้องมีเพียงพอและมีความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับค่อนข้างมาก คือ 3.94 นอกจากนี้สภาพแวดล้อมการทำงานเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้การทำงานสะดวกคล่องตัวขึ้น ข้อแย้งกับแนวคิดของบาร์นาร์ด (Barnard, 1986) กล่าวถึงสิ่งจูงใจที่เป็นแรงกระตุ้นให้คนเกิดความพอใจในการปฏิบัติงานที่ประกอบด้วย สิ่งจูงใจทางกายภาพที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Conditions) ได้แก่ สภาพวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับสภาพที่ทำงาน นอกจากนี้สถานที่ทำงานยังช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน ตามแนวคิดในเรื่องบรรยากาศในการทำงาน ชงชัย สันติวงษ์(2546) ที่กล่าวว่า บรรยากาศมีผลในการกระตุ้นและส่งเสริมกำลังใจให้คนสนใจทำงานเป็นอย่างดีหรืออาจจะเป็นข้อจำกัดก็คิดขวางและเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน และขัดแย้งกับวิจัย ของวรศิริ ศิริคะรินทร์(2548)ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กรณีศึกษาบริษัท xyz พบว่า พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับความพึงพอใจในระดับสูง

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมติฐาน พบว่ามีความสัมพันธ์กับการที่พนักงานขายมีความสัมพันธ์อันดีในหน่วยงานและให้ความร่วมมือประสานงานกัน สอดคล้องกับแนวคิดของแมค คลีแลนด์ (Clelland :1962) ความต้องการความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีกับผู้อื่นในหน่วยงาน จริงใจกับคนอื่น ชอบติดต่อประสานงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยยุทธ พลเสนอ (2548) เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ลครึ่ง จำกัด พบว่าด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับ ขวัญชัย ญัฐเศรษฐ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในบริษัท บี เอ เอส เอฟ (ไทย) จำกัด พบว่า ปัจจัยด้าน ความสัมพันธ์ของผู้ได้บังคับบัญชา มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมในระดับมาก และสอดคล้องกับ วรศิริ ศิริคะรินทร์ (2548)ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กรณีศึกษาบริษัท xyz พบว่า พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับความพึงพอใจ ปัจจัยความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานในระดับสูง สอดคล้องกับ พูนศักดิ์ เพิ่มสิน (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัท คอนโทรล ดาต้า (ประเทศไทย) พบว่าพนักงานมีความพึงพอใจมากด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ เต็งพงศธร (2541) ได้ศึกษา ลักษณะบุคลิกภาพ และความพึงพอใจในการทำงานที่มีประสิทธิภาพที่ทีมงานของพนักงานขายเภสัชภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรหนึ่งที่พยากรณ์และสามารถอธิบายประสิทธิภาพที่ทีมงานและมีสหสัมพันธ์เชิงบวกคือ ปัจจัยเพื่อนร่วมงาน

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยเงินเดือนและรายได้ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยเงินเดือนและรายได้ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมติฐาน พบว่า ความพอใจในเงินเดือน ผลตอบแทนปัจจุบัน การให้เงินเดือนที่เหมาะสมกับปริมาณงานและหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่ การพอใจกับค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Maslow (อ้างใน ฉญาณเดช, 2524) และสอดคล้องกับ วรูม (Vroom, 1984) ผลตอบแทนมีผลต่อบุคคลในการเลือกกระทำหรือเลือกไม่กระทำ นอกจากนี้ ยังพบว่า

ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมกับบทบาทและจะพอใจเพิ่มขึ้นเมื่อโอกาสได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นและจะลดลง หากได้รับผลตอบแทนลดลง และสอดคล้องกับ เบนจัวรณ อูซุงศ์อมร (2547)พบว่า ผลตอบแทนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารงานขาย แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของผู้แทนขายบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย บริษัทข้ามชาติ เอบีซี วิลาวณิชย์ เขียวธโนปจัย(2546) พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการทำงานเรื่องรายได้ระดับต่ำสุด และมีความขัดแย้งที่สอดคล้องกับ ขวัญชัย ณีฐฐเศรษฐ (2546) ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในบริษัท บี เอ เอส เอฟ (ไทย) จำกัดพบว่าพนักงานขายมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางด้านรายได้ นอกจากนี้ วิเลียม เลเซอร์ (อ้างอิงใน ธงชัย ,2546) มีแนวคิดการพิจารณาจ่ายผลตอบแทนพนักงานขาย จากงานวิจัยพบว่า ทุก 4 บริษัทจาก 5 บริษัทที่มีระบบการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจความคุ้มค่าการจ่ายผลตอบแทนด้วยระบบเงินเดือนเสมอ ซึ่งจะสัมพันธ์กับงานขายอย่างไรอย่างหนึ่ง

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมติฐานพบว่า มีความสัมพันธ์กับความภูมิใจหรือพอใจกับตำแหน่งปัจจุบัน ปัจจัยสถานภาพเป็นปัจจัยพื้นฐานการนำไปสู่การปฏิบัติงานของพนักงานขาย การพอใจกับตำแหน่งซึ่งเป็นลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิด สอดคล้องกับ งานวิจัย วรณา เงินสยาม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับตัวแทนประกันชีวิต กรณีศึกษา :บริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนลแอสซิวรันซ์ จำกัดในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจในอาชีพตัวแทน มีความพึงพอใจมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยยุทธ พลเสนอ (2548) เรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ลครึ่ง จำกัด พบว่าด้านสถานภาพในการทำงาน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะ จากงานวิจัยของ วรารวรรณ เวชชส์ถ์ (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต พบว่า ลักษณะการประกอบอาชีพ และสาเหตุที่เลือกอาชีพที่แตกต่างกันไม่ทำให้เกิดความแตกต่างในปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิต ยกเว้นตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยความมั่นคง มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ปัจจัยความมั่นคง มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไปตามข้อสมมติฐาน พบว่ามีความสัมพันธ์กับ งานปัจจุบันที่มีความมั่นคง จากการศึกษางานวิจัยนี้เรื่อง สภาพแรงจูงใจองค์กรธุรกิจเป็น พบว่า มีผู้ให้ความเห็นเรื่องความมั่นคงในการทำงานสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow อ้างใน สมยศ นาวิกการ :2540) ขึ้นความต้องการความมั่นคงปลอดภัย นี้หมายถึงการให้ความแน่นอนมั่นคงของงาน เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางการเงิน การมีบ้านหนึ่งบ้านอยู่ นอกจากนี้พบว่าปัจจัยความมั่นคงมีผลต่อขวัญในการปฏิบัติงานมากที่สุด จากการศึกษางานวิจัยที่มีผลต่อขวัญในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ประกันภัย:ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทไทยศรีสุริยประกันภัยจำกัด สอดคล้องกับ ขวัญชัย ณีฐฐเศรษฐ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในบริษัท บี เอ เอส เอฟ (ไทย) จำกัด พบว่า พนักงานขายมีความพึงพอใจ กับ ความมั่นคงปลอดภัย ในระดับมาก สอดคล้องกับ วรศิริ ศิริคะรินทร์(2548)ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กรณีศึกษาบริษัท xyz พบว่า พนักงานขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีระดับความพึงพอใจในระดับสูงด้าน ปัจจัยความมั่นคงในการทำงาน

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยความเป็นอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ความเป็นอิสระในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นไม่ไปตามข้อสมมติฐาน จากผลการวิจัยพบว่า มีข้อมูลที่แสดงว่าพนักงานขายส่วนใหญ่ใช้เวลาทำงานในช่วงเวลาวันปกติโดยพบว่ามีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง และมีได้ออกต่างจังหวัดนานจนขาดความเป็นอิสระจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกทำงานปกติและได้รับความอิสระในการปฏิบัติงาน แต่อย่างไรก็ดีตามผลการทดสอบนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน มีความขัดแย้งกับทฤษฎีความต้องการอิสระ (Need for Autonomy) ของ Murray (อ้างในวีระชัย บุญจุนิศา, 2542) กล่าวว่าความต้องการที่จำเป็นและสำคัญเกี่ยวกับการทำงานของคนมีปัจจัยความต้องการอิสระ ขัดแย้งกับแนวคิดของ บุญมั่น ธนาสุภวัฒน์ (2537) กล่าวถึงมูลเหตุจูงใจในการทำงานของบุคคลที่จะปรากฏออกมาดีหรือไม่ขึ้นกับองค์ประกอบ ด้านความมีอิสระในการทำงาน และงานวิจัยของชัยยุทธ พลเสนอ (2548) เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ดครั้ง จำกัด พบว่าด้านลักษณะชีวิตส่วนตัว มีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง และงานวิจัยของ ขวัญชัย ณีภูธรเศรษฐ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในบริษัท บี เอ เอส เอฟ (ไทย) จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านอิสระในการตัดสินใจมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมในระดับมาก และงานวิจัยยุทธศักดิ์ สุทธิศรีปภ (2541) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทชานโย เซมิคอนดักเตอร์ (ประเทศไทย) พบว่า ปัจจัยโครงสร้างองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวก

ข้อเสนอแนะงานการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลและการได้รับความร่วมมือทำได้ค่อนข้างยากและใช้เวลาเนื่องจากพนักงานขายมีเวลาอยู่สำนักงานน้อย และพบว่ามีอุปสรรคในการติดต่อไม่น้อย การทำวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรทำเป็นลักษณะเก็บข้อมูลจากการประชุมใหญ่พนักงานขาย หรือสมาคม
2. เพื่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งหรืออุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งจึงควรเลือกศึกษาเฉพาะเนื่องจากการเก็บข้อมูลนี้เป็นการสุ่มโดยกว้างและการมองประชากรไม่มีความแตกต่างกัน ในทางปฏิบัติการเก็บกลุ่มตัวอย่างจากหลายอุตสาหกรรม อาจมีความแตกต่างทำให้มองเห็นภาพรวมที่ไม่เฉพาะเจาะจงนัก
3. ตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาเป็นการศึกษาตามแนวคิดของเฮอริชเบอร์ก(Herzberg) ดังนั้นการทดสอบครั้งต่อไปอาจปรับปรุงตัวแปรอื่น ๆ ที่ค้นพบได้จากคำถามเปิด เรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อความสำเร็จจะทำให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้จริงได้กับเหตุการณ์ปัจจุบันมากกว่า
4. ในการเสนอแนะจากความคิดเห็นทั่วไปของพนักงานขายพบว่า ความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานขึ้น กับการมีนโยบายด้านดูแลลูกค้า การบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องขององค์กร และนอกจากนี้ยังขึ้นกับ ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่ควรมีความอดทน ความขยันซื่อสัตย์ เอาใจใส่ต่อการทำงาน ความกระตือรือร้นในการทำงาน และมีความรักในการทำงานอย่างจริงจัง การตรงต่อเวลา ความสามารถในการปรับตัว ฯลฯ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ฯลฯ
5. ความสำเร็จที่เกิดจากการกำหนดนโยบายแรงจูงใจอื่น ๆ ที่จะผลักดันให้เกิดการปฏิบัติงานและการแสดงผลงานของพนักงานขายด้วยความพยายาม เกิดจากหลาย ๆ ปัจจัยประกอบกัน เนื่องจากการปฏิบัติต่อคนเป็นความละเอียดและในสถานการณ์ต่างกัการนำไปใช้อาจมีเงื่อนไขแตกต่างกัน

6. การนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดนโยบายแรงจูงใจ และเกิดผลสำเร็จแก่องค์กรควรคำนึงถึงความแตกต่างขององค์กรที่จะนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ และควรคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนไป เพื่อให้สอดคล้องกับการกำหนดนโยบายและสามารถจูงใจให้พนักงานขายทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการพัฒนาที่ดีต่อไป

บรรณานุกรม

ขวัญชัย ณีรัฐเศรษฐ์.(2546) .ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในบริษัท บี เอ เอส เอฟ (ไทย) จำกัด .กรุงเทพฯ :การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยยุทธ พลเสน .(2548).แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ดริง จำกัด .วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ธงชัย สันติวงษ์.(2546). การบริหารค่าตอบแทน . ครั้งที่ 6.กรุงเทพฯ ฯ:บริษัทประชุมช่างจำกัด.

ธีรศักดิ์ คงศาสน์.(2548).แรงจูงใจในการทำงานสำคัญอย่างไร.Quality Efficiency,ฉบับที่ 92 ,(June 2005):114-115.

นพพล มโนวิบูลย์.(2548).การศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานฝ่ายดูแลลูกค้า กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด :การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญมั่น ธนาสุวัฒน์.(2537).จิตวิทยาองค์การ.กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร.(2546).เอกสารประกอบการสอน การบริหารงานขาย.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร.(2547).ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการบริหารงานขาย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2547). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล . กรุงเทพฯ :ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ศุภณีย์ ชมาภัย.(2537). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผล การปฏิบัติงานของพนักงานขาย.กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พูนศักดิ์ เพิ่มสิน.(2545). ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัทคอนโทรล ดาต้า(ประเทศไทย) จำกัด.กรุงเทพฯ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ไพโรจน์ วงศ์สกุลชื่น.(2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานและความตั้งใจในการเปลี่ยน งานของพนักงานบริษัทรับจ้างเหมาทำงาน กรณีศึกษาบริษัท เอบีซี (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพฯ:การศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเอง,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

G.T.Lau.and S.B. Huang.(1999).The influence of task characteristics and job-relates characteristics on retail salesperson selling orientation..Journal of Retailing and Customer Services.6(March 1999):147-156.

Vroom,Victor M. 1984.Work and Motivation.Florida:Robert E.Krieger Publishing Company.

