

วารสารบัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ ปีที่ 3 ฉบับที่.....เดือน.....

## แรงงูใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขต

กรุงเทพมหานคร

นายวรพจน์ หึ่งทอง\*

อาจารย์ ดร.อุมาภรณ์ สุขารมณั\*\*

---

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงงูใจในการทำงานและ เปรียบเทียบระดับแรงงูใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวน 103 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย(Samply Random Sampling) จากประชากร140คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม 2 ส่วนคือ ส่วนแรกแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและ แบบสอบถามแรงงูใจในการทำงาน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วย t-test , One-Way ANOVA และจากการศึกษาแรงงูใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า

1. ระดับแรงงูใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย3.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแยก

คำสำคัญ: (1) แรงงูใจในการทำงาน (2) พนักงานขายรถยนต์

---

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาจิตวิทยาการปรึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

\*\*อาจารย์ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เป็น ด้านปัจจัยจิตใจและ ด้านปัจจัยค้ำจุน พบว่าแรงจูงใจในการทำงานทั้งสองด้านก็อยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.70 ตามลำดับ)

2. การทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อนำมาแยกพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี กับพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จะมีแรงจูงใจในการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อการทำงานและคุณลักษณะงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนพนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน พนักงานขายรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานขายรถยนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อนำมาแยกพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบต่อการทำงาน และคุณลักษณะงาน จะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และในด้านความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตก็แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## บทนำ

การขายเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญส่วนบุคคลในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้เกิดความประทับใจจน สามารถครองใจลูกค้าได้ พนักงานขายที่มีประสบการณ์จะสามารถเข้าถึงความต้องการและอธิบายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงที่มีความสลับซับซ้อนได้อย่างละเอียดครบถ้วนจนสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด พนักงานขายจึงเป็นเป็นทรัพยากรที่มีค่า มีความสำคัญกับทุกองค์กร ในยุคปัจจุบัน ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ (Dealer) ในประเทศไทยมีการเติบโตและขยายสาขากันอย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานขายที่มีความสามารถ มีประสบการณ์ กลายเป็นที่ต้องการของทุกองค์กร จนเกิดปัญหาการ

ลาออกจากที่ทำงานเดิมเพื่อไปร่วมงานกับองค์กรใหม่ที่คาดว่าจะให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า ปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่มีอยู่เดิม ซึ่งหลาย ๆ องค์กรมองเรื่องเงินเป็นประเด็นสำคัญของปัญหาโดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเงิน ไม่เกี่ยวกับ อุปสงค์และ อุปทาน ของคนทำงาน ทั้ง ๆ ที่เป็นสิ่งสำคัญ

ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานที่แท้จริงของพนักงานขายเสียก่อนว่า การที่พนักงานขายแต่ละคนมีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันนั้น เค้าให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการทำงานด้านไหนมากน้อยไปกว่ากัน ปัจจัยจูงใจด้านไหนที่เป็นปัญหา เป็นอุปสรรคในการทำงาน และปัจจัยจูงใจด้านไหนที่ทำให้พนักงานขายมีความพึงพอใจในการทำงาน หากผู้บริหารองค์กรได้รู้และเข้าใจถึงกลุ่มปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ ก็สามารที่จะสร้างแรงกระตุ้นในการทำงานให้กับพนักงานได้อย่างถูกต้อง ถูกวิธี ดังที่ มานิตย์ รัตนสุวรรณและ สมฤดี ศรีจรรยา (2554) กล่าวว่าไว้ว่า ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์จำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจที่ถูกต้อง ถูกวิธี ให้กับพนักงานเพื่อดึงเอาความสามารถ ความมุ่งมั่นทุ่มเท ของพนักงานออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนปีที่ทำงานและ รายได้

### สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 140 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 103 คน

ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของ เกรซีและ มอแกรน และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simply Random Sampling)

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนปีที่ทำงาน และรายได้

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการทำงาน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการบริหารเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในการทำงานร่วมกันระหว่างพนักงานและองค์กร

2. ได้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันนั้น มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ด้านไหนบ้าง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะได้เข้าใจ และสามารถนำไปเป็นเครื่องมือในการพัฒนาพนักงานของตน หรือเป็นข้อมูลประกอบการรับสมัครพนักงานใหม่เข้ามาทำงานในองค์กร

## การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจ (Motive) เป็นภาษาลาติน หมายถึงการเคลื่อนไหว (Move) จากความหมายดังกล่าวข้างต้นทำให้ คำว่าแรงจูงใจนั้นมีการให้ความหมายที่หลากหลายกันออกไป เช่น

Vroom (1964) ให้ความหมายว่า แรงจูงใจ คือแรงผลักดัน (force) หรือผลรวมของความพยายามหรือ ความกดดันภายในตัวบุคคล ที่จะนำไปสู่แรงจูงใจที่ ยิ่งแรงผลักดันเพิ่มมากขึ้นเท่าไรจะยิ่งจูงใจคนได้มากขึ้น

ชูศักดิ์ เจนประโคน (2550, หน้า 10) กล่าวว่าแรงจูงใจ หมายถึง การนำปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจมาผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือ เงื่อนไขที่ต้องการและ ปัจจัยต่างๆ ที่นำมาใช้นั้นอาจจะเป็นเครื่องล่อใจ รางวัล การลงโทษ หรือเป็นการทำให้เกิดการตื่นตัวรวมทั้งการทำให้เกิดความคาดหวัง

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study โดย ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบวัดระดับแรงจูงใจในการทำงาน จำนวน 31 ข้อ และในการหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 และผู้วิจัยดำเนินการ

ใช้แบบสอบถามเข้าเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 103 ชุด แล้วนำมา ตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้อง และรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติทดสอบแบบ t-test และ One-Way ANOVA และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ (Scheffe) ในการทดสอบสมมติฐาน

### ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าแรงจูงใจในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก
2. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
3. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
4. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
5. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
6. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
7. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมแตกต่างกัน

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.77) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กิ่งกาญจน์ ปรางอุคม (2549) ที่ว่าระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

โดยรวมของพนักงาน บริษัทพระนคร ยนตรการ จำกัดในภาพรวมส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

2. เมื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า

2.1 พนักงานขายรถยนต์ที่มีเพศ ต่างกันมีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกันทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน เป็นเพราะในปัจจุบัน เพศไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดโอกาส กำหนดรายได้ หรือตำแหน่งของพนักงานขายรถยนต์ ดังนั้นทุกคนในองค์กรไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง มีโอกาสก้าวหน้าเท่า ๆ กันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรรยารัตน์ จันทักษ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ อีชูซู ในเขตพื้นที่ภาคใต้ ที่พบว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

2.2 พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุ ต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมไม่แตกต่างกันทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพนักงานขายที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี กับ อายุระหว่าง 30-39 ปี มีแรงจูงใจในการทำงานด้านความรับผิดชอบต่องานและคุณลักษณะงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอายุเป็นตัวบอกลถึงความความรับผิดชอบและทักษะความเชี่ยวชาญในการทำงาน โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุ 30-39 ปีนั้นเป็นวัยทำงานและมีภาระที่ต้องรับผิดชอบสูงกว่าย่อมต้องการก้าวหน้ามากกว่าพนักงานรุ่นใหม่ ๆ ที่มีอายุน้อย ดังนั้นพนักงานขายที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปีซึ่งถือว่าอายุน้อย จำเป็นต้องได้รับความใส่ใจอย่างมากจากผู้บังคับบัญชา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มยุรี สงแก้ว (2554) ที่พบว่าความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานและลักษณะของงาน ของพนักงานขายของบริษัทรถยนต์ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปีกับพนักงานที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปแตกต่างกัน ส่วนช่วงอายุอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

2.3 พนักงานขายรถยนต์ที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกันทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาชีพพนักงานขายเป็นอาชีพที่มีการแข่งขันกันสูงและรายได้ที่ใช้เลี้ยงครอบครัวส่วนใหญ่มาจากผลงานการ

ขายไม่ใช้เงินเดือนประจำเหมือนอาชีพอื่น ๆ ผู้ที่มีอาชีพงานขายจึงใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงานเพื่อเร่งให้เกิดยอดขายสูงสุดตามที่ตั้งใจ จึงให้ความสำคัญกับการทำงานมากกว่าครอบครัว

2.4 พนักงานขายรถยนต์ที่มีระดับการศึกษาทั้ง อนุปริญญา/เทียบเท่า ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกันทั้ง ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพงานขายได้นั้น ไม่ได้มาจากการศึกษาโดยตรง แต่มาจากประสบการณ์ความตั้งใจและการฝึกฝน โดยองค์กรจะมีการฝึกอบรมให้กับพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ เพราะการขายรถยนต์ถือเป็นความรู้เฉพาะด้าน ดังนั้นทักษะความชำนาญและความตั้งใจจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดผลความสำเร็จมากกว่า ระดับการศึกษา พนักงานขายไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาไหนก็มีโอกาสที่จะก้าวหน้าในอาชีพเท่าเทียมกัน

2.5 พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกันทั้งในด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทมีนโยบายการบริหารที่ชัดเจนและยุติธรรม โดยใช้มาตรฐานเดียวกันไม่ว่าผู้ที่จะมีอายุงานมากหรือน้อยมีโอกาสมากเท่ากัน ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดการเลื่อมล้ำ

2.6 พนักงานขายรถยนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยพนักงานที่มีรายได้มากกว่าจะมีแรงจูงใจในการทำงานสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายได้ของพนักงานขายมาจากยอดขาย ยิ่งยอดขายมากรายได้ก็จะมากตามไปด้วย จะเห็นได้จากระดับแรงจูงใจทั้งด้านปัจจัยจูงใจและด้านปัจจัยค้ำจุนพนักงานขายที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไปจะมีระดับที่สูง

#### **ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย**

ผลของการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก อันเป็นผลมาจากพนักงานขายของบริษัทแห่งนี้มีแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยจูงใจค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจที่สอดคล้องกับทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's TwoFactor Theory) ที่ว่าปัจจัยจูงใจ เป็นตัวกระตุ้นให้พนักงานการทำงานด้วยความพึงพอใจและนำไปสู่ทัศนคติ



ทางบวก และ บัณฑิตที่ เป็นตัวช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน บัณฑิตนี้อาจไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงไม่สามารถจูงใจได้ แต่เป็นสิ่งที่สกัดกั้นความไม่พึงพอใจของพนักงาน ผู้บริหารองค์กรควรคงระดับแรงจูงใจนี้ไว้ไม่ให้ต่ำกว่าระดับที่เป็นอยู่ เพราะถ้าบัณฑิตทั้งสองอย่างนี้ลดลง ประสิทธิภาพประสิทธิผลและกำลังใจในการทำงาน ก็จะลดต่ำลงไปด้วยทำให้พนักงานหมดกำลังใจในการทำงาน และอาจเป็นสาเหตุให้พนักงานตัดสินใจลาออกได้ ผู้บริหารในองค์กรควรจัดหาเพิ่มและคงไว้ซึ่งบัณฑิตทั้งสองกลุ่มนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานชายได้อย่างเหมาะสม และจากการวิจัยครั้งนี้พบอีกว่าแรงจูงใจพนักงานใหม่ ๆ ที่มีอายุน้อยจะมีระดับที่แรงจูงใจในด้านความรับผิดชอบต่อการทำงานและคุณลักษณะงานแตกต่างกับพนักงานที่มีอายุงานมาก ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับ พนักงานกลุ่มนี้เป็นพิเศษเพราะพนักงานกลุ่มนี้มีประสบการณ์การทำงานน้อย ไม่กล้าตัดสินใจ ทำให้ความรับผิดชอบในการทำงานต่ำ ด้านที่ต้องให้ความสำคัญอีกด้านคือด้านเงินเดือนและสวัสดิการ เพราะเป็นด้านที่จะทำให้นักงานชายรู้สึกความมั่นคง ความปลอดภัย ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มความมั่นใจให้กับพนักงาน ได้รู้สึกมีความมั่นคงทั้งด้านการเงิน และความก้าวหน้าในตำแหน่ง โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดเงินเดือน คอมมิชชั่น รางวัล และสวัสดิการอื่น ๆ ให้เหมาะสม

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มอบโอกาสให้ได้ศึกษาในระดับมหาบัณฑิต ขอขอบพระคุณคณาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่าน ที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ แนะนำ อบรม สั่งสอนและให้ความรู้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ท้ายที่สุดของความสำเร็งนี้ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้ศึกษาไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- ชูศักดิ์ เจนประโคน. (2550) .เทคนิคการสร้างแรงจูงใจ.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พวงเพชร วัชรอยู่. (2537).แรงจูงใจกับการทำงาน.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์, ภาควิชาจิตวิทยา.
- มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา.(2554).ยุทธศาสตร์การตลาด.กรุงเทพฯ:สุขขุม

การพิมพ์.

ยงยุทธ เกษสาคร. (2545). *ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม*. กรุงเทพมหานคร : เอส.

แอนด์. จี. กราฟฟิค.

Atkinson , John W. (1964). *Motive in Fantasy Action and Society*. New Delhi :

Affilafed, Pvt, Ltd.

Vroom, H Victor. (1964). *Work and Motivation*. Now York : Wiley and Sons Inc.