

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขาย  
สินค้าอุปโภคบริโภค ในพื้นที่ภาคใต้

Motivational Factors Affecting Job Satisfaction of Sales Employees in the  
Consumer Goods Sector in Southern Thailand

นายจักรพงษ์ บุญดาว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้ รวมทั้งศึกษาความแตกต่างของปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในงาน เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 56.00 มีอายุ 21-30 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 37.25) รองลงมาคือ 31-40 ปี (ร้อยละ 35.75) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 54.50) อยู่ในระดับพนักงานปฏิบัติการมากที่สุด (ร้อยละ 70.50) สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 70.75) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมากที่สุด (ร้อยละ 35.00) และมีอายุงาน 2-5 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 36.50) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเนื้องานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 4.39, p = 0.030$ ) และ ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อค่าตอบแทนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.49, p = 0.043$ ) ส่วนอายุและรายได้ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ผลการถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 3.346, p = 0.001$ ) โดยมีค่า  $R = 0.253, R^2 = 0.064$  และ Adjusted  $R^2 = 0.045$  และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าตอบแทนและผลประโยชน์เป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.189, p < 0.001$ ) จากผลการวิจัย องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงระบบค่าตอบแทนและผลประโยชน์ให้เหมาะสม โปร่งใส และเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมความพึงพอใจในการทำงานและการรักษาพนักงานขายในระยะยาว

**คำสำคัญ** แรงจูงใจในการทำงาน, ความพึงพอใจในงาน, พนักงานขาย, สินค้าอุปโภคบริโภค, ภาคใต้

## Abstract

This study aimed to examine the effects of motivational factors on job satisfaction among sales employees of consumer goods in Southern Thailand, as well as to investigate whether differences in demographic characteristics lead to different levels of job satisfaction. Data were collected from a sample of 400 respondents using a questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics. The findings indicated that most respondents were male (56.00%), aged 21–30 years (37.25%), followed by 31–40 years (35.75%). The majority were single (54.50%) and worked at the operational staff level (70.50%). Most respondents held a bachelor's degree (70.75%), earned a monthly income of 20,001–30,000 THB (35.00%), and had 2–5 years of work experience (36.50%). Hypothesis testing results showed that gender differences significantly affected satisfaction with job content ( $F = 4.39$ ,  $p = 0.030$ ), and educational level differences significantly affected satisfaction with compensation ( $F = 2.49$ ,  $p = 0.043$ ). However, age and income did not show significant differences in job satisfaction. Moreover, the multiple regression model revealed that overall motivational factors significantly influenced job satisfaction ( $F = 3.346$ ,  $p = 0.001$ ), with  $R = 0.253$ ,  $R^2 = 0.064$ , and Adjusted  $R^2 = 0.045$ . When considering each dimension, compensation and benefits was the only factor that had a statistically significant effect on job satisfaction ( $\beta = 0.189$ ,  $p < 0.001$ ). Based on these findings, organizations should prioritize developing and improving compensation and benefits systems that are appropriate, transparent, and linked to performance in order to enhance job satisfaction and support long-term employee retention.

Keywords: work motivation, job satisfaction, sales employees, consumer goods, Southern Thailand

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงและมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต่างมุ่งเน้นระบบกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ซึ่งเป็นตลาดสำคัญที่มีฐานผู้บริโภคจำนวนมาก ศูนย์กระจายสินค้าอุปโภคบริโภค (Distribution Center) จึงมีบทบาทเป็นกลไกสำคัญในห่วงโซ่อุปทาน ทำหน้าที่รวบรวมและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายในพื้นที่ให้ครบถ้วนและตรงตามเวลา (บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), 2562, หน้า 47) ทั้งนี้ พนักงานขายซึ่งปฏิบัติงานประจำศูนย์กระจายสินค้าถือเป็นกำลังสำคัญในการประสานระหว่างองค์กรกับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ การดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้าจะมีประสิทธิภาพได้ต้องอาศัยบุคลากรที่มีแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในงานในระดับสูง เพราะหากขาดแรงจูงใจ ย่อมส่งผลให้ประสิทธิภาพการขายลดลง การให้บริการลูกค้าไม่เต็มศักยภาพ และอาจนำไปสู่อัตราการลาออกที่สูง ซึ่งสร้างต้นทุนด้านการสรรหาและฝึกอบรมเพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น ร้านค้าปลีก และร้านค้าส่งท้องถิ่น ที่ต้องอาศัยพนักงานขายที่มีแรงจูงใจสูงในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ หากพนักงานขาดความพึงพอใจ ย่อมกระทบต่อคุณภาพการให้บริการและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ตัวแปรอิสระ ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคในพื้นที่ภาคใต้ ได้กำหนดขอบเขตทางด้านเนื้อหาในการวิจัยดังนี้

1.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุงาน ระดับตำแหน่ง และลักษณะขององค์กร เพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในงานตามลักษณะประชากรศาสตร์

1.1.2 ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน โดยสังเคราะห์จาก ทฤษฎีแรงจูงใจสองปัจจัยของ Herzberg (1959) แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยสร้างแรงจูงใจ (Motivator Factors) ประกอบด้วย ความสำเร็จในงาน, การได้รับการยอมรับและการยกย่อง, ความรับผิดชอบในงาน, ความก้าวหน้าในอาชีพ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ประกอบด้วย ค่าตอบแทนและผลประโยชน์, นโยบายและการบริหารขององค์กร, สภาพแวดล้อมในการทำงาน, ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภค อ้างอิงจากแนวคิด Job Descriptive Index (JDI) ของ Smith, Kendall และ Hulin (1969) โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้องาน, ความพึงพอใจต่อค่าตอบแทน, ความพึงพอใจต่อโอกาสความก้าวหน้า, ความพึงพอใจต่อผู้บังคับบัญชา, ความพึงพอใจต่อเพื่อนร่วมงาน

### 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ พนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ทำงานอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย และมีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งพนักงานขายไม่น้อยกว่า 1 ปี

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ทำงานอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย และมีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งพนักงานขายไม่น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 400 คน

### 3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ทำงานอยู่ในพื้นที่ภาคใต้

4. ขอบเขตด้านเวลา เริ่มเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างวันที่ 1 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2568 ถึง วันที่ 20 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2568

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับประชากร โดยเฉพาะประชากรมนุษย์ จัดเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งในกลุ่มวิทยาศาสตร์สังคมที่มุ่งศึกษาขนาด โครงสร้าง และการกระจายของประชากร รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของประชากรตามช่วงเวลาและพื้นที่ เช่น การเกิด การตาย การย้ายถิ่น และการเปลี่ยนแปลงของวัย ซึ่งข้อมูลทางประชากรศาสตร์สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มของประชากรในอนาคตได้

### แนวคิดเกี่ยวกับด้านแรงจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีด้านแรงจูงใจ (Motivation) ถือเป็นประเด็นสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของพนักงานขายซึ่งมักเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย เช่น การบรรลุเป้าหมายยอดขาย การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า และการจัดการกับแรงกดดันในงานประจำวัน ด้วยเหตุนี้ แรงจูงใจจึงเป็นพลังผลักดันที่ช่วยให้บุคคลมีความกระตือรือร้น และคงไว้ซึ่งประสิทธิภาพในการทำงานอย่างต่อเนื่อง การประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องแรงจูงใจจึงมีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมศักยภาพและความสำเร็จของพนักงานขาย

ทฤษฎีแรงจูงใจ-ค้ำจุน เป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยนักจิตวิทยาชื่อดังชาวอเมริกัน Frederick Herzberg ในปี ค.ศ. 1959 โดย Herzberg ได้ทำการศึกษาเชิงลึกกับกลุ่มผู้เข้าร่วมจำนวนกว่า 200 คน ซึ่งประกอบด้วยวิศวกรและนักบัญชี โดยการสัมภาษณ์เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการทำงาน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สิ่งที่ทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจและสิ่งที่ทำให้พวกเขาไม่พึงพอใจนั้น ไม่ใช่เรื่องเดียวกัน แต่เกิดจากคนละกลุ่มของปัจจัย ซึ่งนำไปสู่การเสนอแนวคิดเรื่อง “สองปัจจัย” ที่แยกจากกันอย่างชัดเจน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และ ปัจจัยค้ำจุนหรือสุขอนามัย (Hygiene Factors)

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นภาวะหรือสภาวะทางจิตใจที่ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ แต่สามารถรับรู้ได้จากพฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคลผ่านคำพูด เช่น “พึงใจ” ซึ่งมีความหมายถึงความรู้สึกยอมรับ เหมาะสม หรือเพียงพอ ความพึงพอใจมักเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความสมหวัง ความสุข หรือความสำเร็จที่สอดคล้องกับความคาดหวังและเป้าหมายของตนเอง

ทฤษฎี JDI (Job Descriptive Index) เป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจในการทำงานที่พัฒนาโดย Smith, Kendall และ Hulin ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านจิตวิทยาองค์การและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ JDI มีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของพนักงานในหลายมิติ

1. ปัจจัยจูงใจ

- ความสำเร็จในงาน
- การได้รับการยอมรับและยกย่อง
- ความรับผิดชอบ
- ความก้าวหน้าในอาชีพ

2. ปัจจัยค้ำจุน

- ค่าตอบแทนและผลประโยชน์
- นโยบายและการบริหาร
- สภาพแวดล้อมในการทำงาน
- ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วาสนา สุวรรณวิจิตร (2546) ศึกษาในรูปแบบการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยให้ความสำคัญกับความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ อาหาร วัฒนธรรม และกิจกรรมทางทะเล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

ฉันทนา หาญมณฑา และสุเมธ ชูดาราดระกุล (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาคใต้ตอนบน พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

ภคมน หงส์คู่ (2565) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

ชิตชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ (2565) ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคใต้ พบว่างานวิจัยมุ่งเน้นด้านศักยภาพการจัดการ ปัจจัยสนับสนุนอุปสรรค และผลกระทบ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นช่องว่างด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

กัญญวรา ศรีทราธรรม (2566) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่หาดไม้ขาว จังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และการคมนาคม ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม

ข้อมูล กำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ทำงานอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลทั่วไป และใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยการใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานขายสินค้าอุปโภคบริโภค ในพื้นที่ภาคใต้

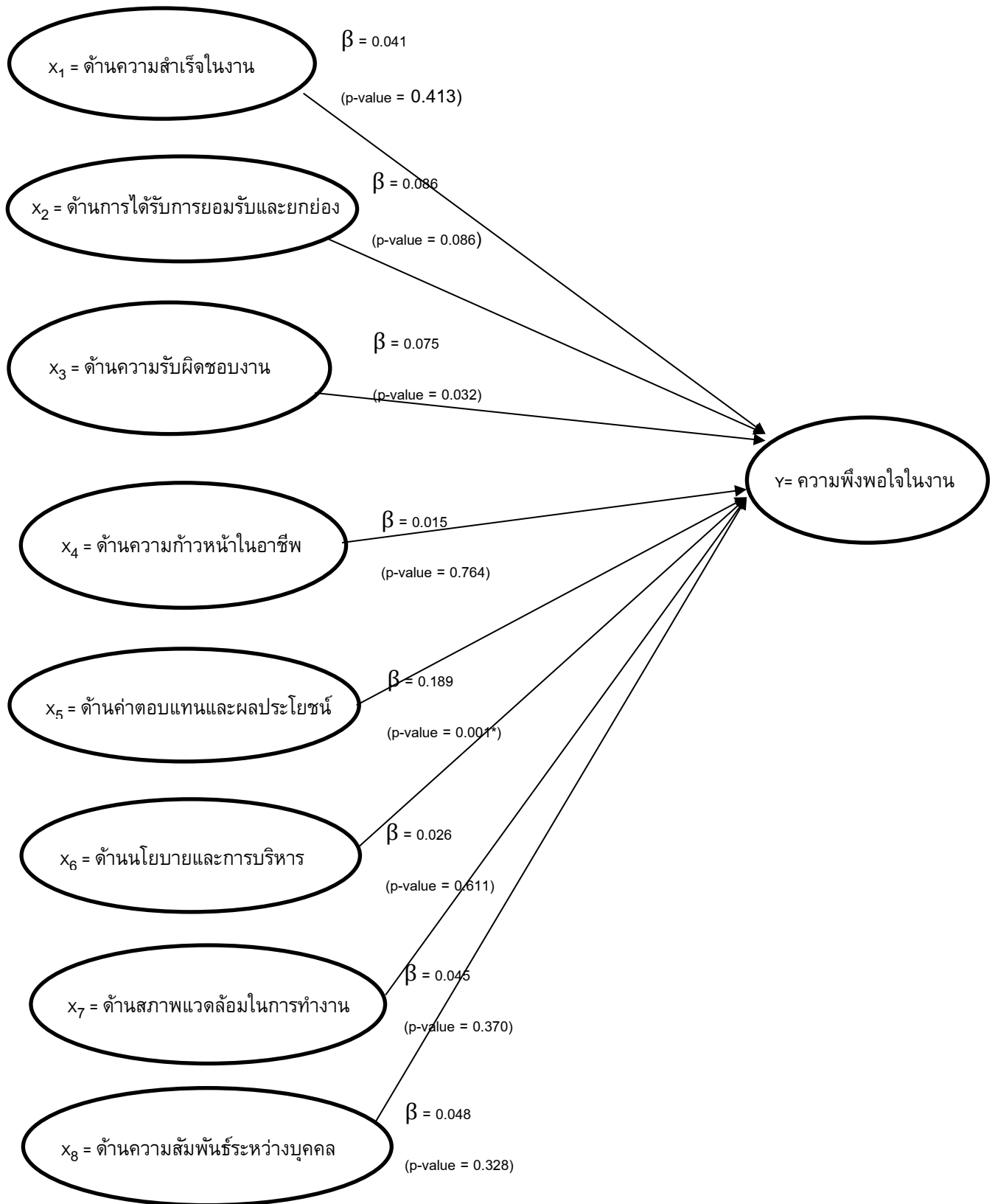
## ผลการวิจัย

### ผลการวิจัยและอภิปรายผลโดยสรุป

ผลการทดสอบสมมติฐานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน โดยใช้สถิติ One-way ANOVA และ Multiple Regression Analysis ในส่วนของปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหางานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 4.39, p = 0.030$ ) ขณะที่ความพึงพอใจด้านค่าตอบแทนไม่แตกต่างกัน ( $F = 1.42, p = 0.242$ ) ด้านอายุ พบว่าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจทั้งด้านเนื้อหางาน ( $F = 0.254, p = 0.909$ ) และด้านค่าตอบแทน ( $F = 0.573, p = 0.682$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับระดับการศึกษา พบว่าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหางาน ( $F = 0.699, p = 0.593$ ) แต่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านค่าตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.49, p = 0.043$ ) ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านค่าตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = 1.15, p = 0.335$ )

โดยสรุป ปัจจัยประชากรศาสตร์มีผลต่อความพึงพอใจในงานเพียงบางด้าน ได้แก่ เพศต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหางาน และระดับการศึกษาต่อความพึงพอใจด้านค่าตอบแทน ส่วนปัจจัยอื่นไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ในส่วนของปัจจัยแรงจูงใจ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า แบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 3.346, p = 0.001$ ) โดยมีค่า  $R = 0.253, R^2 = 0.064$  และ Adjusted  $R^2 = 0.045$  แสดงว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 6.4 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ (X5) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญ ( $\beta = 0.189, t = 3.786, p < 0.001$ ) ส่วนปัจจัยอื่นไม่พบผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



## อภิปรายผล

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองการถดถอยพหุคูณมีความเหมาะสมและมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 3.346$ ,  $p = 0.001$ ) โดยมีค่า  $R^2 = 0.064$  และ Adjusted  $R^2 = 0.045$  ซึ่งสะท้อนว่า ปัจจัยแรงจูงใจสามารถอธิบายความพึงพอใจในงานได้ในระดับค่อนข้างต่ำ

ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ( $\beta = 0.189$ ,  $p < 0.001$ ) สะท้อนว่าพนักงานชายให้ความสำคัญกับรายได้และผลตอบแทนที่เชื่อมโยงกับผลงานโดยตรง

ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่น ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในอาชีพ นโยบายองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลด้านประชากรศาสตร์พบว่า เพศส่งผลต่อความพึงพอใจด้านเนื้องาน ( $p = 0.030$ ) และระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจด้านค่าตอบแทน ( $p = 0.043$ ) ซึ่งสะท้อนถึงความแตกต่างด้านบทบาทงานและความคาดหวังของแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ ค่า  $R^2$  ที่อยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจในงานยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในแบบจำลอง เช่น ความเครียด ภาวะผู้นำ และความมั่นคงในการทำงาน

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด ( $\beta = 0.189$ ,  $p < 0.001$ ) องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างค่าตอบแทนให้มีความเหมาะสม เป็นธรรม และแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน

ควรจัดทำระบบค่าตอบแทนที่เชื่อมโยงกับผลงานอย่างชัดเจน เช่น ระบบคอมมิชชั่น โบนัส และรางวัลตามเป้าหมาย พร้อมทั้งพัฒนาสวัสดิการที่ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการทำงานภาคสนาม

นอกจากนี้ ควรนำผลการวิจัยด้านประชากรศาสตร์ที่พบความแตกต่างด้านเพศ ( $p = 0.030$ ) และระดับการศึกษา ( $p = 0.043$ ) ไปใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อเพิ่มความเหมาะสมของงานและลดอัตราการลาออก

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากแบบจำลองสามารถอธิบายความพึงพอใจในงานได้เพียงร้อยละ 6.4 ( $R^2 = 0.064$ ) การวิจัยในอนาคตควรเพิ่มตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริบทการทำงาน เช่น ความเครียดจากเป้าหมายยอดขาย ภาวะผู้นำ ความผูกพันต่อองค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตกับงาน

นอกจากนี้ ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้น และใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มความแม่นยำและความลุ่มลึกของผลการศึกษา

## เอกสารอ้างอิง

Careernet. (2023). How to motivate sales employees? Retrieved from <https://careernet.in/blog/how-to-motivate-sales-employees/>

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959).

The motivation to work (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Smith, P. C., Kendall, L. M., & Hulin, C. L. (1969).

The measurement of satisfaction in work and retirement. Chicago: Rand McNally.

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). (2562). รายงานประจำปี 2562: การบริหารความเสี่ยงของบริษัท (Risk and crisis management). กรุงเทพฯ: ผู้จัดทำ.

HREX.asia. (2019, July 24). ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction) สำคัญต่อองค์กรขนาดไหน. สืบค้นจาก <https://hrex.asia>

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). The motivation to work (2nd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.

ศิริลักษณ์ จันทร์ดวง และทองฟู ศิริวงศ์. (2567).

ความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี.

วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม, 23(1), 37–51.

ณภิษา กลักโพธิ์ และชินโสณ วิสิฐนธิกริจา. (2561). คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานในเขตโกดังรามอินทราแพคทอรี่. [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

Map My Customers. (2021, November 4). Average sales turnover rates: Preventing attrition in outside sales. <https://mapmycustomers.me/blog/average-sales-turnover-rates-preventing-attrition-in-outside-sales>

Mercer. (2023). Key drivers of employee turnover in ASEAN. Retrieved from <https://www.mercer.com/en-my/about/newsroom/key-drivers-of-employee-turnover-in-asean/>

Nation Thailand. (2023). 37% of Thai employees say they are thriving in their workplaces. Retrieved from <https://www.nationthailand.com/business/corporate/40038841>

อัสรียามกร สง่าอารีย์กุล และโสภิษฐ์ กมลศักดิ์วิกุล. (2568). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานขับรถบรรทุกในกลุ่มธุรกิจขนส่ง จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 20(1), 230–244.

Vo, A., Tuliao, K. V., & Chen, Y. (2022). Work motivation: The roles of individual needs and social conditions. *Asian Journal of Social Psychology*, 25(1), 24–35. [https://www.researchgate.net/publication/358643460\\_Work\\_Motivation\\_The\\_Roles\\_of\\_Individual\\_Needs\\_and\\_Social\\_Conditions](https://www.researchgate.net/publication/358643460_Work_Motivation_The_Roles_of_Individual_Needs_and_Social_Conditions)

Akerele, O. (2023). An exploration of factors influencing employee motivation. *European Journal of Business and Technology Innovation*, 11(2), 45–53. <https://www.ejbti.com/index.php/1/article/download/118/131>

Rahaman, M. M. (2020). What factors do motivate employees at the workplace? *Journal of Business and Management Studies*, 6(4), 12–20. <https://koreascience.kr/article/JAKO202034651879323.page>

Yang, C., & Ai, J. (2020). Examining the role of motivation and reward in employees' performance. *International Journal of Organizational Leadership*, 9(2), 78–89. [https://ijol.cikd.ca/article\\_60606\\_c6180c04e3edef7ffc81d5ebaf5b7dbc.pdf](https://ijol.cikd.ca/article_60606_c6180c04e3edef7ffc81d5ebaf5b7dbc.pdf)