

ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขาย
ของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2557



นางสาวนันทพร เลิศธีรพัฒน์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์

Ph.D. (Engineering Management)

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D. (International Business)

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พริศฯ รุ่งเรือง

Ph.D. (Human Resource Management)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์การศึกษาที่สนใจของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตรีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ประสบความสำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาจนทำให้การศึกษาครั้งนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ตามกำหนดเวลา

ผู้วิจัยถือโอกาสนี้กราบขอบพระคุณอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์ ตลอดจนคุณครู อาจารย์ผู้ประสาทวิชาให้กับผู้วิจัย ขออำนาจคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย คลบันดาลให้ท่านเหล่านั้นประสบแต่ความสุข ความเจริญ ตลอดไป เหนือสิ่งอื่นใดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถมายืนยังจุดนี้ได้

ผู้วิจัยขอขอบคุณหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานที่ทำงานทุกคน และเพื่อนๆที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล คุณณัฐนรี หลงสมบุญ สำหรับคำแนะนำ กำลังใจ และความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรค ความท้อถอยมากระทั่งประสบความสำเร็จในวันนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าให้ข้อมูลอันมีค่ายิ่งต่อการศึกษา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจในการนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

นันทพร เลิศธีรพิพัฒน์

ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กรณีศึกษา
กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

BACHELOR GRADUATE'S ATTITUDE TOWARDS SALES JOB : IN THE CASE STUDY OF
DEPARTMENT STORE GROUP OF CENTRAL GROUP CO.,LTD

นันทพร เลิศธีรพิพัฒน์ 5550205

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์ Ph.D. (International Business), ผู้ช่วยศาสตราจารย์พริศา รุ่งเรือง Ph.D. (Human Resource Management), ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวีวงศ์ Ph.D. (Engineering Management)

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านความต้องการต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามจากผู้สมัครงาน พนักงานขายที่ผ่านทดลองงาน และมีอายุงาน 2 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาประมวลผลด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเรื่องรายได้ต่อเดือนของผู้สมัครงานส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ส่งผลต่อ ทัศนคติด้านความมั่นคงและด้านคุณภาพชีวิต ปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการการยกย่องส่งผลต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตและปัจจัยแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิตส่งผลต่อทัศนคติด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับ และด้านคุณภาพชีวิต ผู้ที่เกี่ยวข้องควรร่วมปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และพัฒนาตามหลักความต้องการของมนุษย์เพื่อนำไปสู่ทัศนคติที่ดี

คำสำคัญ : ทัศนคติ/ แรงจูงใจ/ ความต้องการ/ พนักงานขาย/ ปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.4 สมมติฐาน	6
1.5 กรอบแนวคิด	6
1.6 นิยามศัพท์	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	9
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	9
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	23
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.4 ข้อมูลกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	30
3.1 ลักษณะประชากร	30
3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	30
3.3 เครื่องมือและวิธีการในการสุ่มตัวอย่าง	31
3.4 ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล	31
3.5 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 วิธีการรวบรวมข้อมูล	35
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	38
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	39
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน	49
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	73
5.1 สรุปผลการวิจัย	73
5.2 อภิปรายผล	83
5.3 ข้อเสนอแนะ	84
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	91
ประวัติผู้วิจัย	98

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	เปรียบเทียบจำนวนผู้มีงานทำ จำแนกตามภาคอุตสาหกรรม	2
1.2	จำนวนผู้ว่างงาน จำแนกตามระดับการศึกษาที่สำเร็จ	4
4.1	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	39
4.2	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	39
4.3	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะที่จบการศึกษา	40
4.4	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะการทำงาน	41
4.5	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน	41
4.6	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งงานล่าสุด	41
4.7	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ต้องส่งเสียหรืออุปการะเลี้ยงดู	42
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านรายได้	42
4.9	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านความมั่นคง	43
4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านความก้าวหน้า	43
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านการยอมรับ	44
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านคุณภาพชีวิต	44
4.13	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความต้องการด้านร่างกาย	45
4.14	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15	47
ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับ ของความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม)	
4.16	47
ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับ ของความต้องการการยกย่อง	
4.17	48
ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับ ของความต้องการความสำเร็จในชีวิต	
4.18	50
ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้าน ความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามเพศ	
4.19	51
ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้าน ความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามอายุ	
4.20	53
ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้าน ความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	
4.21	55
ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างทัศนคติของผู้สมัครงาน ที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านคุณภาพชีวิต จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน	
4.22	57
ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้,ด้านความมั่นคง,ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามคณะที่จบการศึกษา	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้,ด้านความมั่นคง,ด้านความก้าวหน้า,ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามสถานะการทำงาน	59
4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้,ด้านความมั่นคง,ด้านความก้าวหน้า,ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน	61
4.25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามตำแหน่งงานล่าสุด	62
4.26 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการ ด้านร่างกาย กับทัศนคติ (ด้านรายได้,ด้านความมั่นคง,ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ,ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพ พนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	65
4.27 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความ ต้องการความปลอดภัยและมั่นคง กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความ มั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของ ผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	66
4.28 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการ ยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขาย ของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29 ผลการการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงาน ที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	69
4.30 ผลการการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงาน ที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	71



สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	เปรียบเทียบจำนวนผู้ว่างงานและอัตราการว่างงาน พ.ศ. 2555 และ 2556	3
1.2	ภาพกรอบแนวคิด	7



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขาดแคลนแรงงานนับเป็นปัญหาสำคัญปัญหาหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนทั้งในภาครัฐและเอกชน ซึ่งการว่างงานของประชกรนั้น ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกประเภท อาทิ เช่น ธุรกิจด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การโรงแรม การท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าต่างๆ และเนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวมากขึ้น จากข้อมูลสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปี 2556 มีจำนวน 26,735,583 คน ขยายตัวร้อยละ 19.60 เมื่อเทียบกับปี 2555 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 22,353,903 คน ห้างสรรพสินค้าจึงเป็นแหล่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาจากที่ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เมื่อมีนักท่องเที่ยวและลูกค้าทั่วไปเข้ามาใช้บริการมากขึ้น ส่งผลให้ทางธุรกิจค้าปลีกจำเป็นต้องหาพนักงานเข้ามาเพื่อตอบสนองนโยบายของธุรกิจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่จากผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชกรเดือนเมษายน 2556 พบว่า มีจำนวนผู้มีงานทำ 38.02 ล้านคน ประกอบด้วยผู้ทำงานในภาคเกษตรกรรม 12.75 ล้านคน และนอกภาคเกษตรกรรม 25.27 ล้านคน เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเมษายน 2555 พบว่า นอกภาคเกษตรกรรมเพิ่มขึ้น 7.0 แสนคน โดยเพิ่มขึ้นในสาขาการขายส่งและการขายปลีก ดังแสดงในตารางที่ 1.1

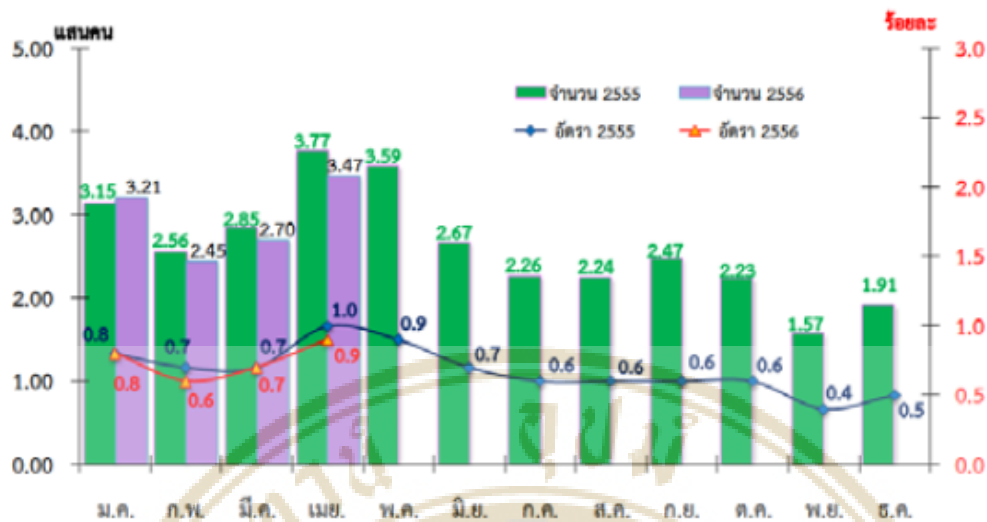
ตารางที่ 1.1 เปรียบเทียบจำนวนผู้ปฏิบัติงาน จำแนกตามภาคอุตสาหกรรม

หน่วย : ล้านคน

อุตสาหกรรม	2555			2556	
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มี.ค.	เม.ย.
ยอดรวม	38.19	38.14	38.27	38.75	38.02
1. ภาคเกษตรกรรม	13.51	13.57	14.39	13.62	12.75
- เกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง	13.51	13.57	14.39	13.62	12.75
2. นอกภาคเกษตรกรรม	24.68	24.57	23.88	25.13	25.27
- การผลิต	6.12	2.13	5.73	6.21	5.85
- การก่อสร้าง	2.95	2.80	2.53	2.99	3.07
- การขายส่ง และการขายปลีก	5.96	6.04	5.95	6.16	6.50
การซ่อมยานยนต์ และรถจักรยานยนต์					
- การขนส่ง และสถานที่เก็บสินค้า	1.02	0.85	0.92	1.01	0.96
- ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	2.25	2.34	2.29	2.31	2.42
- กิจกรรมทางการเงิน และการประกันภัย	0.41	0.48	0.44	0.40	0.50
- กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์	0.15	0.12	0.12	0.15	0.13
- การบริหารราชการ การป้องกันประเทศ	1.67	1.76	1.79	1.66	1.66
และการประกันสังคมภาคบังคับ					
- การศึกษา	1.13	1.19	1.14	1.19	1.20
- กิจกรรมด้านสุขภาพ และงานสังคม	0.63	0.59	0.69	0.55	0.65
สงเคราะห์					
- กิจกรรมบริการด้านอื่นๆ	0.77	0.72	0.71	0.65	0.64
- อื่นๆ	1.62	1.55	1.57	1.85	1.69

ที่มา: สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนเมษายน 2556 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

และจากการสรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนเมษายน 2556 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ มีผู้ว่างงานในเดือนเมษายน 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 3.47 แสนคน หรือคิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 0.9 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2555 มีจำนวนผู้ว่างงานลดลง 3.0 หมื่นคน (จาก 3.77 แสนคนเป็น 3.47 แสนคน) ดังแสดงในภาพที่ 1.2



รูปภาพที่ 1.1 เปรียบเทียบจำนวนผู้ว่างงานและอัตราการว่างงาน พ.ศ. 2555 และ 2556
ที่มา สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนเมษายน 2556 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

แรงงานในส่วนการขายปลีกกระจายตัวอยู่ตามห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ร้านสรรพอาหาร (Supermarket) เป็นต้น แม้ว่าจะมีจำนวนผู้ทำงานเพิ่มขึ้นก็ตาม ห้างสรรพสินค้าก็ยังคงพบปัญหาขาดแคลนแรงงานเป็นจำนวนมากในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานเพื่อเข้าทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานในตำแหน่งพนักงานขาย ซึ่งเดิมตำแหน่งพนักงานขายนั้น จะรับสมัครผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นขึ้นไป แต่จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากขึ้น และยังมีอัตราการว่างงานสูงอยู่ ดังตารางที่ 1.2 ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีอัตราการว่างงานสูงที่สุดร้อยละ 1.6 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 1.1 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 1.0 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 0.8 และผู้ว่างงานที่ไม่มีการศึกษาและต่ำกว่าประถมศึกษาร้อยละ 0.3

ตารางที่ 1.2 จำนวนผู้ว่างงาน จำแนกตามระดับการศึกษาที่สำเร็จ

ระดับการศึกษาที่สำเร็จ	2555			2556			
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มี.ค.	เม.ย.		
					รวม	ชาย	หญิง
จำนวนผู้ว่างงาน (หน่วย : แสนคน)							
ยอดรวม	2.85	3.77	3.59	2.70	3.47	1.69	1.78
1. ไม่มีและต่ำกว่าประถมศึกษา	0.24	0.35	0.26	0.20	0.29	0.12	0.17
2. ประถมศึกษา	0.42	0.41	0.48	0.53	0.74	0.54	0.20
3. มัธยมศึกษาตอนต้น	0.79	0.83	0.84	0.63	0.68	0.31	0.37
4. มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.37	0.71	0.49	0.42	0.60	0.25	0.35
5. อุดมศึกษา	1.03	1.47	1.52	0.92	1.16	0.47	0.69
อัตราการว่างงาน (ร้อยละ)							
ยอดรวม	0.7	1.0	0.9	0.7	0.9	0.8	1.0
1. ไม่มีและต่ำกว่าประถมศึกษา	0.2	0.3	0.2	0.2	0.3	0.2	0.3
2. ประถมศึกษา	0.4	0.5	0.6	0.6	0.8	1.1	0.5
3. มัธยมศึกษาตอนต้น	1.3	1.3	1.3	1.0	1.1	0.8	1.5
4. มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.6	1.2	0.9	0.7	1.0	0.7	1.5
5. อุดมศึกษา	1.6	2.1	2.1	1.3	1.6	1.4	1.9

ที่มา: สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนเมษายน 2556 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

และจากข้อมูลทางสื่อสารสนเทศของรัฐบาลไทย ประจำวันที่ 29 มกราคม 2557 นายสมเกียรติ ฉายะศรีวงศ์ ปลัดกระทรวงแรงงาน ประมาณการแนวโน้มการผลิตกำลังคนระดับปริญญาตรี มีการผลิตเกินเฉลี่ยระหว่างปี 2555-2559 ปีละ 47,256 คน โดยในปี 2555 จำนวน 48,914 คน ปี 2556 จำนวน 37,357 คน ปี 2557 จำนวน 33,966 คน ปี 2558 จำนวน 48,125 คน และปี 2559 จำนวน 67,923 คน (ที่มา www.thaigov.go.th วันที่ 15 สิงหาคม 2556)

ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าในกลุ่มเซ็นทรัลมีทิศทางการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนดำเนินงานมุ่งขยายธุรกิจเปิดสาขาใหม่ อีกมากกว่า 15 สาขาทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2557 จึงมีความต้องการพนักงานในตำแหน่งพนักงานขาย มากกว่า 500 อัตรา และองค์ประกอบหลักซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานธุรกิจประเภทห้างสรรพสินค้า คือ พนักงานขาย ดังนั้นเมื่อธุรกิจห้างสรรพสินค้าขยายตัวมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการจ้างแรงงานเพิ่มตามไปด้วย สัดส่วนพนักงานขายต่อพนักงานทั้งหมด คิดเป็นประมาณ 40% ของธุรกิจห้างสรรพสินค้า พนักงานขายจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจห้างสรรพสินค้าเป็นอย่างมาก

จากการสัมภาษณ์ผู้สมัครงานส่วนใหญ่ พบว่าผู้สมัครงานมีเป้าหมายในการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อห้างสรรพสินค้าที่ต่างกันไป ผู้สมัครบางคนอาจปกปิดความรู้สึกที่แท้จริงต่ออาชีพพนักงานขายเพียงเพื่อต้องการให้ได้งานทำระหว่างรองานที่ตนเองสนใจจะทำมากกว่า พนักงานขายบางคนจึงทำงานเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ แล้วลาออก อีกทั้ง หลายปีที่ผ่านมาพบว่าอัตราการลาออกของพนักงานขายอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง ทำให้ต้องสรรหาพนักงานขายรายใหม่เข้ามาทดแทนเป็นจำนวนมากอยู่ตลอดเวลา

และจากข้อมูลข้างต้น พบว่าการสรรหาพนักงานขายมีผู้สนใจสมัครงานน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สมัครที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลายและประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มีจำนวนลดลง ในขณะที่ผู้จบระดับปริญญาตรีมีจำนวนเพิ่มขึ้นจนล้นตลาด แต่ไม่ค่อยสนใจสมัครงานและทำงานในตำแหน่งพนักงานขาย เพื่อเป็นการรองรับการทำงานในขณะที่สังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปเช่นนี้ จึงทำให้ต้องคิดและวางแผนการสรรหาใหม่ๆ เพื่อเป็นการจูงใจผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีให้สนใจ และร่วมสมัครงานกับบริษัท

ดังนั้น ผู้ศึกษาซึ่งปฏิบัติงานในฝ่ายสรรหาและว่าจ้างในบริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านซูเปอร์สปอร์ต เห็นว่า ปัญหาดังกล่าวมีความสำคัญและน่าสนใจศึกษาทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ในกรุงเทพมหานคร เพื่อหาคำตอบมาที่ได้มาวิเคราะห์ ประมวลผล และเสนอแนะเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอาชีพพนักงานขายให้น่าสนใจมากขึ้น รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการสรรหาและคัดเลือกพนักงานขายให้ตรงความต้องการขององค์กรทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ เพื่อเป็นการลดอัตราการลาออกของพนักงาน เพื่อที่ทางฝ่ายสรรหาและคัดเลือกเลือกคนให้เหมาะกับงาน มีทัศนคติที่ตรงกัน พร้อมทั้งวางแผนสร้างวิธี แรงจูงใจ และตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อที่จะสรรหาและคัดเลือกได้พนักงานที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรขับเคลื่อนไปในเศรษฐกิจได้อย่างเจริญรุ่งเรืองต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความต้องการต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาตัวแปร ดังนี้

1.3.1.1 ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ คณะที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ปัจจัยด้านแรงจูงใจ

1.3.1.2 ตัวแปรตาม ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.3.2 ขอบเขตประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี พนักงานขายที่ผ่านทดลองงาน และพนักงานขายที่มีอายุงาน 2 ปีขึ้นไป กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

1.3.3 ขอบเขตระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาในช่วงระหว่างเดือน มกราคม 2557 – เมษายน 2557

1.4 สมมติฐาน

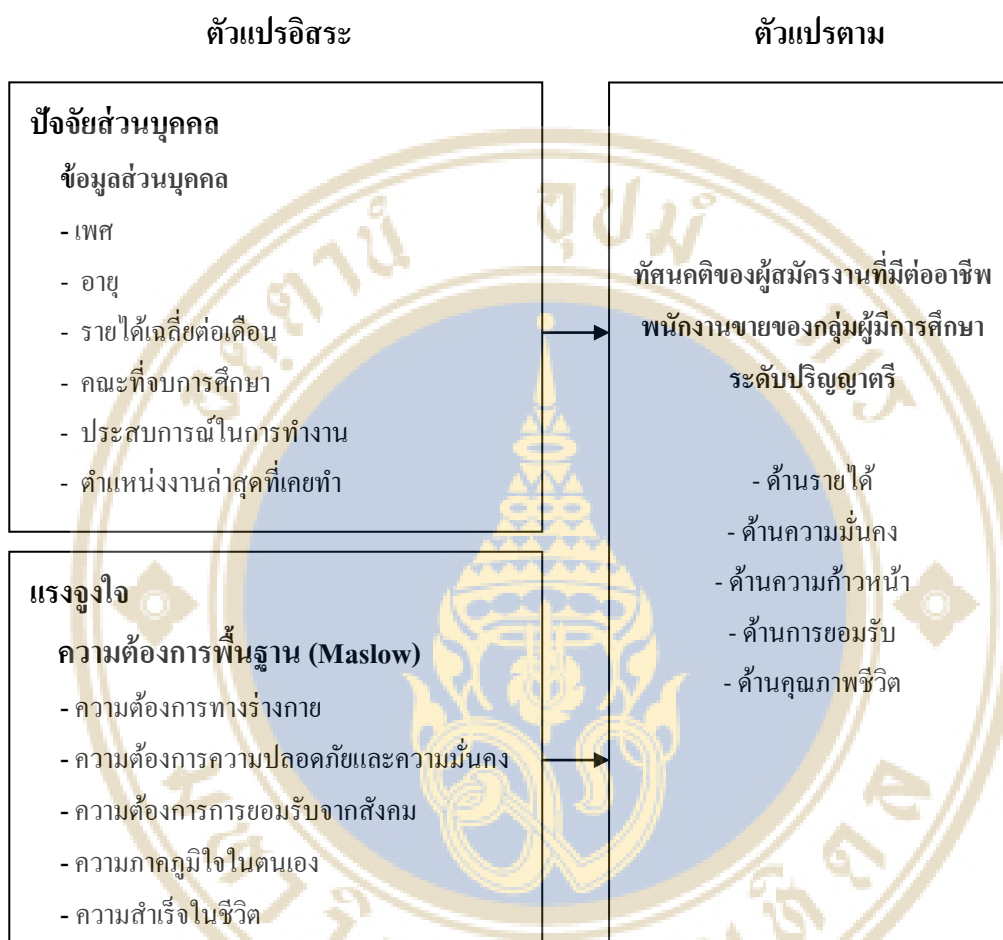
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.5 กรอบแนวคิด

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คณะที่จบการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งงานล่าสุดที่เคยทำ และแรงจูงใจ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ความต้องการการยอมรับจากสังคม ความภาคภูมิใจในตนเอง

ความสำเร็จในชีวิต เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ ด้านความมั่นคง ด้านความก้าวหน้า ด้านการยอมรับ ด้านคุณภาพชีวิต ดังภาพที่ 1.2



รูปภาพที่ 1.2 ภาพกรอบแนวคิด

1.6 นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความเห็น ความคิดหรือมุมมองของผู้สมัครงานกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านซูเปอร์สปอร์ต ต่อตำแหน่งพนักงานขาย

แรงจูงใจ หมายถึง แรงจูงใจของผู้สมัครที่มีต่อห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านซูเปอร์สปอร์ต

ผู้สมัครงาน หมายถึง ผู้ที่สมัครงานกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านซูเปอร์สปอร์ต ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

พนักงานขาย หมายถึง บุคคลที่มีหน้าที่ให้คำแนะนำด้านสินค้าและบริการ พร้อมทั้งเสนอขายสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า

ห้างสรรพสินค้า หมายถึง ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ร้านซูเปอร์สปอร์ต

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.7.2 ทราบถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากทฤษฎี แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อใช้ประกอบการทำงานช่วยชี้แนะแนวทางในการวิจัย ทักษะคิดของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตามหัวข้อ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.2.2 แนวคิดงานขาย ตำแหน่งพนักงานขาย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

2.4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

2.4.2 คำบรรยายลักษณะงานตำแหน่งพนักงานขายของกลุ่มธุรกิจห้าง

สรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นเรื่องหนึ่งที่ได้ได้รับความสนใจมากทั้งในแวดวงการศึกษาหรือในวงการธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะการศึกษาคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งต้องอาศัยการวัดผลทางการศึกษาที่มีลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ด้าน คือ ด้านการรู้คิด (Cognitive Domain) ด้านความรู้สึก (Affective Domain) และด้าน

การปฏิบัติ (Psychomotor Domain) (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2542) โดยเฉพาะด้านความรู้สึกนั้นถือเป็นด้านที่วัดได้ยากที่สุด เพราะเนื่องจากต้องเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึกของมนุษย์ จึงเป็นเรื่องยากที่เราจะทำการวัดพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึกของมนุษย์ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ส่วนหนึ่งที่เรานำมาใช้ในการวัดเรื่องเหล่านี้ นั่นก็คือ ทักษะคติ (Attitude) ทักษะคติเป็นอักษณาสัย (Disposition) หรือแนวโน้มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งเร้า ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งคน วัตถุ สิ่งของ หรือความคิด (Ideas) (ราตรี พัฒนรังสรรค์, 2544: 49) การศึกษาเรื่องทักษะคติจึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้เราสามารถเข้าใจในพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึกของมนุษย์ได้เป็นอย่างมาก สำหรับคำว่า “ทักษะคติ” นั้น ได้มีนักวิชาการและนักจิตวิทยาให้ความหมายหรือคำจำกัดความไว้มากมายแตกต่างกันตามทัศนะของแต่ละบุคคล ซึ่งมีดังต่อไปนี้

สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ (2541: 64) ได้ให้ความหมายว่า ทักษะคติ คือ ผลผสมผสานของความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งๆ ซึ่งออกมาในรูปการประเมินค่าอันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 3) และถัดดา กิติวิภาต (2532: 1) ได้สรุปคำจำกัดความในเรื่องทักษะคติอย่างสอดคล้องกันว่า ทักษะคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

ดิน ปรัชญาพฤษ์ วุฒิชัย จานงค์และปภาวดี ดุลยจินดา (2531: 503) ได้ให้ความหมายของคำว่า ทักษะคติว่าเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึกและความเชื่อหรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายทักษะคตินั้น

สุพานี สฤษฏ์วานิช (2549: 89) ให้ความหมายของคำว่า ทักษะคติ โดยอธิบายออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1) เป็นความเชื่อ และความรู้สึกในเชิงประเมินที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และ 2) เป็นความคิดเห็น หรือคำพูดในเชิงประเมิน (Evaluative Statements) ที่มีต่อเหตุการณ์ต่อบุคคล หรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในแง่บวกหรือแง่ลบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เชื่อหรือไม่เชื่อ ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ

Allport (อ้างใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538: 1) ได้วิเคราะห์ความหมายของคำจำกัดความในเรื่องทักษะคติที่มีอยู่เดิมจำนวนมาก ผสมผสานกับผลการศึกษาของเขาเองจึงได้สรุปว่า ทักษะคติเป็นสภาวะความพร้อมทางจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทาง หรือเป็นตัวกระตุ้นปฏิริยาตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

Katz (อ้างใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538: 1) ได้ให้คำจำกัดความทัศนคติในลักษณะที่คล้ายคลึงกันและขยายความให้ชัดเจนขึ้น ดังนี้ ทัศนคติเป็นสิ่งที่มุ่งใจให้บุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติจะรวมความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งนั้น คุณลักษณะของมันและส่วนที่สัมพันธ์กับสิ่งอื่น

Milton Rokeach ให้คำจำกัดความในคำว่า ทัศนคติ คือ การผสมผสาน หรือการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

Thurstone ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านการพูดเป็นความคิด (Opinion) และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติ เราก็สามารถทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ

ดังนั้น ทัศนคติ คือ การผสมผสานของความรู้หรือความเชื่อ ความคิดเห็น และความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คนใดคนหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดสภาวะความพร้อม ยอมรับ ปฏิเสธ หรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเหล่านั้น

คุณลักษณะของทัศนคติ

Doob (1947), Chein (1948), Hovland and Others (1953), Sherif and Sherif (1956), Shaw and Wright (1956), Krech and Others (1962) และ McDavid and Harari (1969) ได้รวบรวมคุณลักษณะของทัศนคติบางด้านที่มีความเห็นพ้องต้องกัน และเป็นคุณลักษณะที่น่าสนใจศึกษาเนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล (อ้างใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538: 2) ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่มีติดตัวมาแต่กำเนิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ การสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่างๆ ในสังคม เป็นต้นว่า บุคคล สิ่งของ สถานการณ์แวดล้อม และผันแปรในสังคม ฯลฯ มีผลโดยตรงต่อทัศนคติ ฉะนั้นการศึกษาและทำความเข้าใจทัศนคติ จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้มาอธิบาย ซึ่งหมายถึงว่าจะต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องการเรียนรู้ แรงจูงใจ ความสนใจที่จะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตรงกับความต้องการ ฯลฯ การเพิ่มความรู้และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

2. ทักษะมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) ทักษะเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือเหตุการณ์ ฯลฯ ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ทักษะมีธรรมชาติของการประเมิน เป็นความคิดหรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย การที่บุคคลหนึ่งจะมีทัศนคติอย่างไรต่อสิ่งใด ขึ้นอยู่กับผลการประเมินความรู้ ความคิด หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินเกิดความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งดังกล่าว ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ตัวอย่างเช่น ทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันอาจจะแตกต่างกันตามเพศ อายุ หรืออาชีพ ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีความรู้และประสบการณ์ที่ไม่เหมือนกัน

3. ทักษะมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) คุณภาพและความเข้มของทัศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึง ความแตกต่างของทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่างๆ โดยคุณภาพของทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมินเมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้น นั่นคือก่อให้เกิดสภาวะความพร้อมที่จะเข้าหาหรือหลีกเลี่ยงสิ่งดังกล่าว

4. ทักษะมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย (Permanence) ทักษะคงทนและเปลี่ยนแปลงได้ไม่มากนัก ทักษะเป็นสิ่งที่ฝังแน่นลึกซึ้ง เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอนหรือในกรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้ การเพิ่มความรู้ใหม่ หรือประสบการณ์ใหม่ หรือแม้การบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้นๆ อยู่เสมอ ก็อาจจะไม่มียุทธศาสตร์ทำให้ทัศนคติที่กล่าวข้างต้นเปลี่ยนแปลง ทักษะทำนองนี้จะสามารถใช้ทำนายหรืออธิบายพฤติกรรมในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันในเวลาต่อมาได้อย่างถูกต้อง

5. ทักษะต้องมีสิ่งที่หมายถึง (Attitude Object) ทักษะจะต้องมีสิ่งที่หมายถึงที่แน่นอน นั่นคือ ทัศนคติต่ออะไร ต่อบุคคล ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์ จะไม่มีทัศนคติลอยๆ ที่ไม่หมายถึงสิ่งใด และบุคคลจะต้องมีความรู้ หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ทักษะจะแตกต่างกันตามระดับความแน่นอนชัดเจน และขอบเขตโครงสร้าง ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวน ชนิด และคุณลักษณะของส่วนประกอบของสิ่งนั้น Krech ใช้คำว่า “ลักษณะที่ซับซ้อน” (Complexity) เมื่อพูดถึงบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ที่มีส่วนประกอบซับซ้อน แตกต่างกันอย่างมากมายและมีหลายองค์ประกอบ และใช้คำว่า “ลักษณะเฉพาะ” สำหรับสิ่งที่มีส่วนประกอบคล้ายคลึงกัน ไม่ซับซ้อนและมีองค์ประกอบน้อย เขากล่าวว่าทัศนคติที่มีต่อสิ่งหลัง จะเข้าใจง่าย มีความเข้ม และลึกซึ้งมากกว่าทัศนคติที่มีต่อสิ่งแรก มีความคงทนและเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่า การที่ทัศนคติต้องมีสิ่งที่หมายถึง (Attitude Object) ที่แน่นอนนี้

6. ทักษะมีลักษณะความสัมพันธ์ ทักษะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของ บุคคลอื่นหรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกงูใจ กล่าวหาว่าความเชื่อของ

บุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยง ฉะนั้นเมื่อมีการประเมินความเชื่อความสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวก็จะเกิดขึ้นในโครงสร้างของทัศนคติ นอกจากความสัมพันธ์ข้างต้น ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละทัศนคติ ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะประกอบด้วยหลายทัศนคติที่มีระดับความสัมพันธ์แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงก็จะรวมตัวเป็นมิติตามคุณลักษณะ หรือองค์ประกอบของสิ่งนั้น สิ่งที่ทัศนคติหมายถึง มิติเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และเมื่อรวมกันก็เป็นมิติของความรู้สึก (Affective) หรือทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้นเกิดจากคุณลักษณะที่คล้ายคลึงกันของส่วนต่างๆ ของสิ่งที่กล่าวถึงความสัมพันธ์นี้ยิ่งสูงมากเท่าใด การรวมตัวของแต่ละทัศนคติก็น่าจะยิ่งแน่นแฟ้น ความแน่นแฟ้นจะเป็นตัวบ่งชี้ความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงของทัศนคติ และความแม่นยำในการทำนายพฤติกรรม ทั้งยังเป็นทัศนคติที่มีความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของ ทัศนคติอย่างนี้อาจเกิดได้หลายกรณี เป็นต้นว่า เกิดจากสิ่งทีทัศนคติหมายถึง มีลักษณะเฉพาะ (Definitiveness) หรือการสะสมความรู้ ประสบการณ์ และความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้นมีติดต่อกันเป็นเวลานาน

ที่มาของทัศนคติ

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าทัศนคติของคนเรานั้น ไม่ได้มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด หากแต่ค่อยๆ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะมีที่มาจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ (สุพานี สฤษฏ์วานิช. 2549: 89)

1. การได้รับประสบการณ์ตรง หรือประสบการณ์ส่วนบุคคล การมีประสบการณ์ไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อมย่อมก่อให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ โดยประสบการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจย่อมก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และตรงกันข้ามหากประสบการณ์นั้นๆ ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ บุคคลก็จะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นๆ เช่น การที่บุคคลไปติดต่อสถานที่ราชการ แล้วต้องนั่งรอทั้งวัน โดยไม่เห็นการตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ หรือพบเห็นการจ่ายเงินพิเศษเพื่อให้การดำเนินเรื่องสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ก็จะทำให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานราชการนั้นๆ เป็นต้น
2. การเรียนรู้และดูซึมจากครอบครัว เช่น ครอบครัวที่เป็นหมอม ลูกๆ ก็มักสืบทอดอาชีพหมอม มีทัศนคติความชอบในอาชีพหมอม หรือตรงกันข้าม ถ้าได้รับข้อมูลในเชิงลบก็อาจก่อให้เกิดทัศนคติเชิงลบต่ออาชีพนี้ได้
3. การได้รับอิทธิพลและรับข้อมูลจากกลุ่มที่สังกัด เช่น จากกลุ่มเพื่อน จากโรงเรียน เป็นต้น เป็นเหตุทำให้มีทัศนคติตามเพื่อนๆ

4. การเรียนรู้และดูดซับจากสังคม สภาพแวดล้อม โดยผ่านข้อมูลจากสื่อต่างๆ จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

นอกจากนี้ยังมีสาเหตุอื่นๆ ของทัศนคติอีก (สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ, 2541: 65) ได้แก่ การเลียนแบบผู้อื่น (Imitation) ซึ่งเป็นการเลียนแบบอย่างที่ตนชอบ ยอมรับ หรือเคารพ เพื่อให้เข้ากับคนที่ตนนิยมนักใคร่ การลอกเลียนแบบนี้อาจก้าวไปถึงการถ่ายแบบโดยพยายามทำตนให้เหมือนกับอีกบุคคลหนึ่งในแง่ความรู้สึกนึกคิดด้วย (Identification) ทั้งนี้เพื่อจะทำตนให้เหมือนกับบุคคลที่ตนอยากเป็นพวกเดียวกันกับเขา ความประทับใจที่รุนแรงก็มีส่วนในการสร้างทัศนคติเช่นกัน เช่น เคยเห็นภาพยนตร์แสดงถึงความโหดเหี้ยมของนาซี ก็เกิดทัศนคติไม่ดีต่อนาซี หรือแม้แต่บุคลิกภาพก็มีผลต่อการเกิดของทัศนคติ เช่น คนที่มีบุคลิกภาพแบบชอบแสดงออก (Extrovert) จะมีทัศนคติที่ชอบสังคมไม่ต่อต้านสังคม

ความสำคัญของทัศนคติ

จะเห็นได้ว่าทัศนคตินั้นมีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล การศึกษาเรื่องทัศนคติจึงต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของทัศนคติ ซึ่งอาจสรุปได้ ดังนี้ (ดิน ปรัชญา พุทธิ วุฒิชัย จำนงค์และปภาวดี ดุยจินดา, 2531: 504)

1. ทัศนคติเป็นฐานของปฏิสัมพันธ์ ทัศนคติเป็นฐานสำหรับปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคลและระหว่างบุคคลต่อสังคม เมื่อบุคคลมีสัมพันธติดต่อกับคนอื่น เขาจะเรียนรู้ไปด้วยว่าทัศนคติของผู้ที่ติดต่อยู่ด้วยนั้น เหมือนหรือต่างไปจากทัศนคติของเขาเอง การประเมินทัศนคติดังกล่าวในลักษณะนี้ช่วยกำหนดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในอนาคต นอกจากนี้ทัศนคดียังเป็นฐานของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคมด้วย เช่น ทัศนคติที่บุคคลมีต่อประเด็นต่างๆ ในสังคม อาทิ การทำแท้ง จะทำให้เขามีแนวโน้มที่จะเลือกหรือไม่เลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีนโยบายสนับสนุนการออกกฎหมายเกี่ยวกับการทำแท้งในรัฐสภา เป็นต้น

2. ทัศนคติเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ ทัศนคติสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพยากรณ์สังคมได้ด้วย โดยใช้การสำรวจทัศนคติ (Attitude Survey) ซึ่งเป็นการสำรวจความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น ในช่วงการเลือกตั้งในแต่ละครั้ง มักจะมีการสำรวจทัศนคติของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงต่อผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งการสำรวจทัศนคตินี้ก็สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ผลการเลือกตั้งได้ค่อนข้างแม่นยำ เป็นต้น นอกเหนือจากการนำมาใช้ในการพยากรณ์สังคมแล้ว ในปัจจุบันหลายๆ องค์กรได้นำการสำรวจทัศนคติมาใช้ในการวัดทัศนคติของพนักงานในองค์กร เพื่อพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน เพราะถ้าพนักงานมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการทำงาน ก็จะทำให้มีผลทางพฤติกรรมเชิงลบเกิดขึ้นซึ่งจะเป็นปัญหาขององค์กรต่อไป การสำรวจ

ทัศนคติจึงทำให้ผู้บริหารเข้าใจทัศนคติของพนักงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และสามารถนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้ เพราะถ้าผู้บริหารสามารถเปลี่ยนทัศนคติของพนักงานได้ก็จะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ด้วยเช่นกัน (สุพานี สฤณภูวานิช, 2549: 91)

จะเห็นได้ว่าทัศนคตินั้นมีความสำคัญทั้งในแง่ของการประเมินและการพยากรณ์ กล่าวคือ ทัศนคติเป็นฐานที่ใช้ในการประเมินการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งต่างๆ รวมทั้งสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพยากรณ์แนวโน้มของพฤติกรรมและสังคมได้อีกด้วย ทัศนคติจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะในการประเมินหรือพยากรณ์สิ่งต่างๆ โดยใช้ทัศนคติเป็นพื้นฐานนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลดังกล่าวด้วย โดยเฉพาะทัศนคติที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อบุคคล ซึ่งต้องอาศัยการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลมาอย่างละเอียด มิฉะนั้นแล้ว การประเมินหรือการพยากรณ์สิ่งต่างๆ เหล่านั้น อาจมีอคติเกิดขึ้นได้และทำให้เกิดผลกระทบต่อหลายๆ ฝ่าย ทั้งในระดับบุคคล องค์กรและสังคม

องค์ประกอบของทัศนคติ

แม้ทัศนคติของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันก็ตาม แต่องค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติโดยทั่วไปจะเหมือนกัน อันประกอบด้วย (สร้อยตระกูล (ดิวยานนท์) อรรถมานะ, 2541: 64)

1. องค์ประกอบด้านความคิดความเข้าใจ (Cognitive Component) ความคิดความเข้าใจนี้จะเป็นการแสดงออกซึ่งความเชื่อ การรับรู้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ในประสบการณ์ต่างๆ จากสภาพแวดล้อมอันเป็นเรื่องของปัญญาในระดับที่สูงขึ้น อาทิเช่น นักบริหารหรือผู้บังคับบัญชามีความคิดหรือความเชื่อที่ผู้บังคับบัญชาของเขานั้นมีลักษณะของความเป็นผู้ใหญ่ สามารถปกครองตนเองได้ ดังนั้น เขาจึงให้ความเป็นอิสระในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา หรือเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการทำกรวินิจฉัยสั่งการ เป็นต้น สิ่งสำคัญขององค์ประกอบนี้ก็คือ จะประกอบด้วยความเชื่อที่ได้ประเมินค่าแล้วว่าน่าชื่นชมหรือไม่ชื่นชม ดีหรือไม่ดี และยังรวมไปถึงความเชื่อในใจว่าควรจะมีปฏิกริยาตอบโต้อย่างไรต่อเป้าหมายทัศนคตินั้นจึงจะเหมาะสมที่สุด

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้จะเป็นสภาพทางอารมณ์ (Emotion) ประกอบกับการประเมิน (Evaluation) ในสิ่งนั้นๆ อันเป็นผลจากการเรียนรู้ในอดีต ดังนั้น องค์ประกอบด้านนี้จึงประกอบด้วยการประเมินความรู้สึก ความชอบหรือการตอบสนองทางอารมณ์ที่มีต่อสิ่งของหรือบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (ลัดดา กิติวิภาต, 2532: 4)

1) ความรู้สึกทางบวก (ความพึงพอใจ) เช่น ความเคารพนับถือ ความชอบพอ ความเห็นอกเห็นใจ เป็นต้น

2) ความรู้สึกทางลบ (ความไม่พึงพอใจ) เช่น ความกลัว ความรู้สึกรังเกียจ ดูถูก ขยะแขยง เป็นต้น

ในบรรดาองค์ประกอบทั้ง 3 ของทัศนคติ องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติ หรือศูนย์กลางของทัศนคติเนื่องจากความรู้สึกจะเกี่ยวข้องกับการกระทำ ยกตัวอย่างเช่น ความรู้สึกทางบวกทำให้บุคคลเข้าใกล้สิ่งนั้น เช่น เราชอบพอใคร เราก็พยายามจะเข้าใกล้ มีความสัมพันธ์อันยาวนานกับคนๆ นั้น ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกทางลบทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงห่างจากสิ่งที่เขาไม่ชอบ หรือตัดความสัมพันธ์กับสิ่งนั้นไปเลย

3. องค์ประกอบด้านแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavioral Tendency Component) หมายถึง แนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติต่อสิ่งที่คุณชอบหรือเกลียดอันเป็นการตอบสนองหรือการกระทำในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเรานั้นๆ เช่น บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อระบอบประชาธิปไตย หรือมีความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกที่ดีต่อระบอบประชาธิปไตย บุคคลผู้นั้นก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมหรือการแสดงออกใดๆ ที่เป็นการสนับสนุนหรือส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยอันเป็นพฤติกรรมแบบเข้าหาหรือแสวงหา ตรงกันข้ามหากมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ ไม่ดี ก็จะเกิดพฤติกรรมในการถอยหนีหรือหลีกเลี่ยง

หน้าที่ของทัศนคติ

หน้าที่สำคัญต่างๆ ของทัศนคติ หากพิจารณาจากพื้นฐานของการจูงใจแล้วอาจจำแนกได้เป็น (สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ, 2541: 66)

1. หน้าที่ในการเป็นเครื่องมือ ปรับเปลี่ยน หรือใช้ประโยชน์ (Instrumental, Adjective, or Utilitarian Function) หน้าที่ของทัศนคติประการนี้เกิดจากการตระหนักในข้อเท็จจริงที่ว่าบุคคลพยายามจะได้มาซึ่งรางวัลให้มากที่สุด และพยายามจะลดการถูกลงโทษให้น้อยลงที่สุดด้วย ดังนั้นทัศนคติซึ่งทำหน้าที่ในการปรับตัวนี้ จะเป็นหนทางเพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจ หรือหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ปรารถนาอันทำให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งเป็นเรื่องของการใช้ประโยชน์หรือการให้ได้มาซึ่งประโยชน์ ทัศนคติที่เกิดขึ้นมาโดยพิจารณาในแง่การปรับตัวนี้จะขึ้นอยู่กับความรู้ ทั้งในปัจจุบันและในอดีตของการใช้ประโยชน์หรือได้ประโยชน์จากสิ่งต่างๆ รอบๆ ตัวของบุคคลบุคคลหนึ่ง นอกจากนี้ความชัดเจน ความถาวร ความใกล้ชิดไกลของรางวัลและการลงโทษ ซึ่ง

สัมพันธ์กับกิจกรรมและเป้าหมายของบุคคลจะเป็นปัจจัยเกี่ยวข้องที่สำคัญ ทั้งนี้เพราะทัศนคติและนิสัยจะเกิดจากสิ่งต่างๆ รวมตลอดถึงบุคคลและสัญลักษณ์ที่ช่วยทำให้เขาตอบสนองความต้องการของเขา ยิ่งสิ่งนั้นๆ ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้มากและมีลักษณะแน่นอนชัดเจน เขาจะยิ่งรับรู้ว่ามีสิ่งนั้นเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ และยังจะทำให้เกิดทัศนคติในทางบวก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการบริหารจึงพยายามสร้างทัศนคติในทางบวกนี้ โดยการจัดให้มีโครงการต่างๆ ที่จะช่วยตอบสนองความต้องการของบุคคลอันทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่น มีเครื่องอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ให้มีผลประโยชน์แก่ผู้อื่น นอกจากนั้นความสม่ำเสมอของรางวัลและการลงโทษก็เป็นประเด็นที่สำคัญในการทำให้บุคคลมุ่งสู่วัตถุประสงค์อันทำให้เกิดความพึงพอใจหรือหลีกเลี่ยงสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทัศนคตินั้นทำหน้าที่ทั้งในแง่เป็นเครื่องมือ การปรับตัว รวมตลอดถึงการใช้ประโยชน์อันเป็นเรื่องเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมดังจะกล่าวถึงต่อไป

2. หน้าที่ในการป้องกันตนเอง (Ego-Defense Function) โดยปกติบุคคลจะไม่เพียงแต่สนใจเกี่ยวกับโลกภายนอกเท่านั้น แต่เขาจะให้ความสนใจกับตัวของเขาเองอย่างมาก เมื่อบุคคลเผชิญกับข่าวสารข้อมูล หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีลักษณะคุกคามเขา เขาจะใช้กลไกในการป้องกันตนเอง ซึ่งจะเป็นการช่วยลดความกระวนกระวายใจ อันเนื่องจากปัญหาต่างๆ เหล่านั้น กลไกนี้เรียกกันว่า กลไกการป้องกันตนเอง (Ego-Defense Mechanism) ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มสุดโต่งอันได้แก่กรณีที่เกิดความบกพร่องอย่างมาก ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงข้อมูล เหตุการณ์ต่างๆ เหล่านั้นโดยสิ้นเชิง ได้แก่ การสร้างภาพหรือความฝันประหลาดๆ ของพวกที่เป็นจิตประสาท เป็นต้น ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งนั้นจะเป็นกรณีที่มีความบกพร่องน้อย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องใช้กลไกเพื่อการบิดเบือนข้อมูลดังกล่าวเช่นกัน แต่ไม่ถึงขั้นปฏิเสธโดยสิ้นเชิง ได้แก่ การกล่าวโทษผู้อื่น การหาเหตุผลมาอธิบาย เป็นต้น โดยทั่วไปบุคคลทุกคนจะใช้กลไกการป้องกันตนเองนี้ หากต่างกันในเรื่องความมากน้อย ในกรณีที่ใช้กลไกมาก ทัศนคติของบุคคลนั้นจะทำหน้าที่ในการป้องกันตนเองมากกว่าคนอื่น และบุคคลมักจะใช้กลไกดังกล่าวโดยไม่รู้ตัวและจะกระทำการป้องกันตนเองโดยไม่รู้เหตุผลด้วยเหมือนกัน

3. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value-Expressive Function) ในขณะที่ทัศนคติบางอย่างทำหน้าที่ปกป้องบุคคลจากการคุกคามหรือความไม่พึงพอใจ ทัศนคติบางอย่างก็ทำหน้าที่ของการแสดงออกซึ่งค่านิยมที่สำคัญๆ ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นการแสดงถึงชนิดของบุคคลที่เขาคิดว่าตัวเขาเป็น เช่น เป็นนักอนุรักษนิยม นักเสรีนิยม เป็นต้น การที่บุคคลได้แสดงถึงทัศนคติ ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อของเขาและมโนภาพของเขา จะทำให้เขาเกิดความพึงพอใจ ในขั้นนี้ บุคคลจะไม่เห็นว่าเป็นเงินหรือการได้รับการยอมรับในสังคมเป็นสิ่งที่เขาปรารถนา หากแต่เป็นการสร้างเอกลักษณ์หรือ

ความเป็นตัวของตัวเองและย้าความคิดของเขาที่ทำให้เขาเป็นเขา ทักษะคติในการแสดงออกซึ่งค่านิยม มิได้เพียงทำให้เข้าใจในมโนภาพของตนเองเท่านั้น แต่ยังผสมผสานมโนภาพตนเองเข้ากับความต้องการที่บุคคลปรารถนา เช่น ด้วยการแต่งตัวหรือการพูด เด็กวัยรุ่นจะสร้างเอกลักษณ์ของเขาให้คล้ายกับกลุ่มเพื่อนที่เขาชื่นชอบอีกด้วย

4. หน้าที่ในด้านความรู้ (Knowledge Function) โดยทั่วไปบุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อช่วยอธิบายถึงสิ่งต่างๆ ที่ยุ่งเหยิงสับสนรอบๆ ตัวเขา ขณะเดียวกันบุคคลจะต้องการมาตรฐานหรือกรอบของการอ้างอิงที่จะช่วยทำให้เขาเข้าใจในโลก โดยเฉพาะในแง่สังคมที่อยู่รอบตัวเขา นั้น และทักษะคติจะช่วยทำหน้าที่ของมาตรฐานนี้ ดังนั้น ความแน่ชัดหรือความหมาย และความสม่ำเสมอหรือความแน่นอน จึงเป็นการเน้นย้ำที่สำคัญสำหรับทัศนคติในวัฒนธรรมหนึ่งๆ มิฉะนั้นแล้วในการพยายามทำความเข้าใจในจักรวาลที่รอบตัวเขา บุคคลก็จะมีแต่ความงงงวย เช่น Stereotype นั้นเป็นภาพเกี่ยวกับโลกที่มีการจัดระเบียบและความสม่ำเสมอ แม้ Stereotype จะไม่เป็นภาพที่สมบูรณ์ที่สุด แต่ก็ยังเป็นภาพที่พอเพียงซึ่งเป็นที่ยอมรับกัน อย่างไรก็ตามความรู้หรือข่าวสารข้อมูลใหม่ๆ จะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติเก่าๆ ได้ เว้นเสียแต่ว่าความรู้ในทัศนคติที่มีอยู่เดิมนั้นไม่พอเพียง ไม่สมบูรณ์หรือไม่สม่ำเสมอ

2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (motive) เป็นคำที่ได้ความหมายมาจากคำภาษาละตินที่ว่า movers ซึ่งหมายถึงเคลื่อนไหว (move) ดังนั้น คำว่าแรงจูงใจจึงมีการให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, หน้า 141) ให้ความหมายคำว่า “สิ่งจูงใจ” มาจากคำว่าเคลื่อนไหว และสิ่งจูงใจก็คือบางสิ่งบางอย่างภายในตัวบุคคลซึ่งเป็นตัวเหตุให้เขาปฏิบัติเคลื่อนไหวหรือประพฤติในลักษณะที่จะมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง (goal - directed manner) สิ่งจูงใจเป็นเหตุผลของการปฏิบัติการ (action) ความพยายามของผู้บริโภคที่จะทำความพอใจให้แก่ความต้องการโดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของตลาดก็คือพฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจ สิ่งจูงใจทำหน้าที่เป็นผู้บัญชาการระบบการปฏิบัติตอบของเรามีต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของตลาด และเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่ชี้แนะพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มุ่งไปสู่ความสำเร็จถึงเป้าหมายโดยการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ของตลาด

ธงชัย สันติวงษ์ (2546, หน้า 82) กล่าวว่า สิ่งจูงใจ (motives) คือ สิ่งที่แสดงออกเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายชนิดต่าง ๆ ก็คือ ความต้องการที่ได้เลือกเฟ้นไว้แล้วนั่นเอง และสิ่งจูงใจเหล่านี้ จะฝังแน่นอยู่ตลอดเวลา และสิ่งซึ่งจะต่อต้านต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลภายนอก สิ่งจูงใจนี้จะเป็น

ส่วนประกอบทางจิตวิทยาที่สำคัญยิ่งของตัวคน และในเวลาเดียวกันก็จะได้รับการเสริมเข้าไปจากประสบการณ์ที่ได้รับตลอดชีวิตของเขา

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 54) กล่าวว่า สิ่งจูงใจหรือแรงจูงใจ (motives) หมายถึง พลังแรงกระตุ้น (drive) ภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ จากความหมายนี้พลังสิ่งกระตุ้นจะประกอบ ด้วยพลังความตึงเครียดซึ่งเกิดจากผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกจะพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขา และทำให้ผ่อนคลายความรู้สึกตึงเครียดจุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

คอตเลอร์ (Kotler อ้างถึงใน จิราวรรณ ห่วงกระโทก, 2548, หน้า 24) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจ ว่า แรงจูงใจ (motivation) บุคคลหนึ่ง ๆ มีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ ได้หลายประการความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตและเกิดขึ้นจากภาวะตึงเครียดทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความรู้สึกไม่สบาย เป็นต้น ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการของสิ่งจำเป็นทางจิตใจที่เกิดจากภาวะตึงเครียดทางจิตหรือความไม่สบายใจ เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ หรือการเป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นต้น ความต้องการทางจิตเกิดจากแรงจูงใจที่มีความรุนแรงมากพอที่จะกระตุ้นให้ความต้องการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมได้

ไมเกิล ดอมเจน (Domjan, 1996, p. 199) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

แอนนิต้า อี วูลฟอล์ค (Anita E. Woolfolk, 1995, p. 130) ได้ให้ความหมายของการจูงใจว่า การจูงใจเป็นภาวะภายในของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง

สมยศ นาวิการ (2540, หน้า 359) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจว่า มีความสำคัญต่อการบริหารงานมาก เพราะผู้บริหารจะต้องทำงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยอาศัยบุคคลอื่น คนเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจ แรงจูงใจจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกของคนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ จึงถือได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อผู้บริหารเสมอ

วิรัช สงวนวงค์วาน (2546, หน้า 185) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ คือความเต็มใจของพนักงานที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานผู้นั้นด้วย การจูงใจในองค์กรจึงมีผลมาก ทั้งผลงานที่ให้กับองค์กร ในขณะที่พนักงานผู้นั้นก็ได้ผลตอบแทนด้วย

ดังนั้น แรงจูงใจในการทำงาน จึงหมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในของบุคคล มีอิทธิพลทำให้ กำหนดทิศทางและการใช้ความพยายามในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ การจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่ม การกระทำ ความเต็มใจของพนักงานที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งแรงจูงใจเป็นสาเหตุให้บุคคลมีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่า แรงจูงใจสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายบางประการได้ แรงจูงใจจึงเป็นแรงกระตุ้นให้ความต้องการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมได้

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970)

ทฤษฎี Maslow 's Theory ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการในขั้นต้นแล้ว ก็จะมีความปรารถนาในขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ที่พักอาศัย ยารักษาโรค การพักผ่อนนอนหลับ อุณหภูมิที่เหมาะสม ความต้องการทางเพศ เป็นต้น
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) เช่น ความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัยในการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ งานที่มั่นคง บ้านหนึ่ง บำนาญ ประกันชีวิต เป็นต้น
3. ความต้องการความรักและการเป็นที่รัก (Love/ Belongingness Needs) เช่น การมีครอบครัว เพื่อน คนรัก การเป็นสมาชิกหรือมีความสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม หรือชุมชน เป็นต้น
4. ความต้องการการยอมรับ และยกย่อง (Esteem Needs) ความต้องการในขั้นนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ขั้นพื้นฐาน (Lower Level Needs for the Respect) ได้แก่ คนได้รับการยอมรับนับถือ สถานภาพ การเป็นที่สนใจ ศักดิ์ศรี การมีชื่อเสียง การมีอิทธิพล เป็นต้น นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐานดังกล่าวแล้วในระดับของความต้องการได้รับการยอมรับและการยกย่องนี้ ยังมีระดับความต้องการในระดับสูงขึ้นไป (Higher Level Needs for the Respect of Others)
5. ความต้องการความสำเร็จและการประจักษ์ในตน (Self Actualization Needs) เป็นความต้องการในขั้นสูงสุดของพัฒนาการแห่งพฤติกรรมของมนุษย์ โดยปกติความต้องการระดับนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการในระดับต้น ได้รับการตอบสนองแล้ว Self Actualization Needs เป็นความต้องการที่จะเข้าใจตนเอง ความสามารถที่จะบรรลุถึงศักยภาพที่สูงสุดของตนเอง Maslow ได้อธิบายความต้องการในข้อนี้ว่า “อะไรที่มนุษย์สามารถจะเป็นได้เขาจะต้องเป็นสิ่งนั้น”

ทฤษฎี 2 ปัจจัย (Two-Factor Theory)

แบ่งออกเป็นปัจจัย 2 ด้าน (สุทธิดา เภาวิเศษ, 2546:9-10)

ปัจจัยกระตุ้นหรือปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) หรือองค์ประกอบด้านแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งจะเป็นผลให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีลักษณะสัมพันธ์กับเรื่องของการงานโดยตรง ได้แก่

1. ความสำเร็จของงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบผลสำเร็จอย่างดี ความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นและเมื่องานสำเร็จ เกิดความรู้สึกพอใจในผลสำเร็จของงานนั้นอย่างยิ่ง
2. ลักษณะของงาน (The work itself) หมายถึง งานที่ท้าทายความสามารถหรือเป็นงานที่อาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดค้นสิ่งใหม่ๆ เป็นงานที่มีลักษณะพิเศษต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน
3. การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน รวมทั้งการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ
4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบและมีอำนาจรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่ควบคุมมากเกินไปจนขาดความอิสระในการทำงาน
5. ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง เมื่องานประสบความสำเร็จ ก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) หรือองค์ประกอบด้านอนามัยเป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงานซึ่งมีลักษณะเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมหรือส่วนประกอบของงานปัจจัยด้านนี้ ได้แก่

1. นโยบายและการบริหาร (Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์กร ซึ่งจะต้องอยู่ในลักษณะนโยบายอย่างชัดเจน มีการแบ่งงานไม่ซ้ำซ้อน มีความเป็นธรรม
2. การควบคุมและการนิเทศงาน (Supervision) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร รวมถึงการมีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหา ให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้

3. ความสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (Interpersonal Relations) หมายถึง การติดต่อกันทั้งไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันและมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน

4. สภาพะการทำงาน (Working conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

5. เงินเดือน (Salary) หมายถึง ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับเหมาะสมกับงานที่ทำ ตลอดจนการเลื่อนขึ้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้นเป็นที่พอใจของบุคคลที่ปฏิบัติงาน

Herzberg ให้ความเห็นว่าผู้บริหารโดยมากมักให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าจ้าง เช่น เมื่อเกิดปัญหาผู้ปฏิบัติงานขาดประสิทธิภาพในการทำงานมักแก้ไขโดยการปรับปรุงสภาพการทำงานหรือปรับเงินเดือนให้สูงขึ้น การปฏิบัติดังนี้เป็นการแก้ไขไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการทำงานแต่ไม่ได้เป็นการจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานให้ดีขึ้น ผู้บริหารควรเน้นถึงปัจจัยกระตุ้นที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เช่น มอบหมายงานที่รับผิดชอบมากขึ้นหรือส่งเสริมความก้าวหน้าของคณงาน จะเป็นการกระตุ้นให้คนทำงานได้ดีกว่าที่จะให้ตำแหน่งเดิมแต่เพิ่มเงินเดือนให้ แต่อย่างไรก็ตามต้องพยายามรักษาปัจจัยค่าจ้างให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความไม่พอใจในการทำงาน

ทฤษฎีความต้องการ ERG ของ Alderfer

อัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer 1969, pp. 142-175 อ้างถึงใน สิรินาตย์ กฤษณาธาร, 2552) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ระดับ คือ

1. ความต้องการที่จะดำรงชีวิต หรือความต้องการที่จะคงอยู่ (Existence: E) เป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี เป็นความต้องการปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต ความต้องการทางวัตถุเงินเดือน ประโยชน์ตอบแทน สภาพการทำงาน ปัจจัยอำนวยความสะดวกในการทำงาน เป็นต้น

2. ความต้องการด้านความสัมพันธ์ (Relatedness: R) คือ ความต้องการผูกพันกับผู้อื่นในการทำงาน ต้องการเป็นพวกได้รับความยอมรับ ร่วมรับรู้และแบ่งปันความรู้สึกระหว่างกัน ต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น ต้องการเป็นเพื่อน

3. ความต้องการด้านความเจริญเติบโต (Growth: G) เป็นความต้องการที่จะเจริญก้าวหน้าในการทำงาน สามารถทุ่มเทความรู้ ความสามารถของตนในการทำงานอย่างเต็มที่และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเพิ่มขึ้นด้วย

จากทฤษฎีด้านแรงจูงใจ ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีของมาสโลว์มาใช้ในงานวิจัย จึงสามารถสรุปได้ว่า มนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกาย คือ น้ำ อาหาร ยา รักษาโรค ที่อยู่อาศัย และมีความต้องการทางด้านอื่นๆด้วย เช่น ความปลอดภัย ความรัก ความผูกพันกับบุคคลอื่น การยกย่อง สถานะ การประสบความสำเร็จซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุด โดยเรียงลำดับขั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ ซึ่งความต้องการจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล วัย อายุ สถานะแวดล้อมที่แตกต่างกัน

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง หมายถึง ความประสงค์อย่างแรงกล้าที่จะกระทำบางอย่าง อาจเป็นสิ่งที่ เป็นจริงหรือสิ่งที่สมมติขึ้นก็ได้และมีโอกาสที่จะเป็น ไปได้ เกิดขึ้นได้ หรือปรากฏให้เห็นได้ และสามารถชี้แจงเหตุผลให้เข้าใจ และมีกำหนดระยะเวลา (อัญญาพร วราสิทธิชัย, 2551, น.11,อ้างถึงใน วัฒนชัย ชัยวงศ์, 2556, น.7)

อำนาจ สอนภักดี (2540, น.138, อ้างถึงใน อัญญาพร วราสิทธิชัย, 2551, น.11) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ระดับความแน่ใจระหว่างความพยายามและการกระทำ

อเนก ชิตเกสร (2542, น.10, อ้างถึงใน เสมอแซ อภิรมยานนท์, 2549, น.22) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังในการมีงานทำว่า การที่นักเรียนจะเลือกเรียนสาขาใดก็ตามย่อมมุ่งหวังที่จะออกไป ประกอบอาชีพเพื่อหารายได้มาเลี้ยงชีพ คนที่ไม่มีการมีงานทำย่อมก่อให้เกิดความเสียหายแก่ตนเอง เป็น ปัญหาสังคมและขัดขวางการพัฒนาประเทศ ดังนั้น การเลือกประกอบอาชีพจึงต้องพิจารณาถึงความ ต้องการแรงงานในตลาดแรงงานด้วย

โดยสรุป ผู้ศึกษาเห็นว่าความคาดหวังเกิดจากความต้องการที่จะกระทำบางสิ่งให้บรรลุ เป้าหมายที่ผู้คาดหวังต้องมีความมั่นใจและแน่ใจในขณะที่กำลังพยายามกระทำในสิ่งนั้นๆ

2.2.2 แนวคิดงานขาย ตำแหน่งพนักงานขาย

2.2.2.1 คุณสมบัติที่ดีของพนักงานงานขายที่นายจ้างปรารถนา

จุมพฏ กาญจนกำจร (2555) พนักงานขายมีส่วนสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ นำเสนอสินค้าและบริการให้ลูกค้า ดังนั้น พนักงานขายที่นายจ้างปรารถนาโดยทั่วไป มีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ไว้วางใจได้ ทำให้นายจ้างเชื่อมั่นและไว้วางใจว่าปฏิบัติงานได้สำเร็จ โดยไม่ต้องควบคุมใกล้ชิดมากนัก ผลงานเสร็จทันตามกำหนดเวลา และบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

2. ความจำดี สามารถจำชื่อและใบหน้าของลูกค้าทุกคน สามารถเรียกชื่อลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นการให้เกียรติลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและรู้สึกเป็นกันเองกับพนักงานขาย

3. ความซื่อสัตย์ เป็นคุณสมบัติที่สำคัญอย่างยิ่งของพนักงานขาย ความซื่อสัตย์จะนำมาซึ่งความไว้วางใจทำให้คนรอบข้างต้องการคบหาสมาคมด้วย

4. ความตื่นตัว ต้องตื่นตัวต่อสถานการณ์ต่างๆอยู่ตลอดเวลา โดยติดตามความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นและนำมาปรับใช้ในการทำงานได้

5. การตัดสินใจที่ดี สามารถตัดสินใจหรือเลือกระหว่างสิ่งที่น่าจะเป็นไปได้สองอย่างหรือมากกว่าได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์

6. ความสามารถทางคณิตศาสตร์ ต้องมีความสามารถหรือทักษะทางคณิตศาสตร์พอสมควร

7. มีจินตนาการ สามารถใช้ประสบการณ์มาพัฒนาเป็นความคิดใหม่ เพื่อจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น หรือนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดรูปแบบงานขายที่แปลกใหม่และดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้

2.2.2.2 คุณสมบัติที่ดีของพนักงานงานขายที่ลูกค้าปรารถนา
จุมพฏ กาญจนกำจร (2555) พนักงานขายที่ลูกค้าปรารถนาโดยทั่วไป มีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวงลูกค้า
2. จริงใจ ลูกค้าต้องการให้พนักงานขายช่วยเหลือและแก้ปัญหาด้วยความจริงใจ

3. บริการด้วยใจ ทั้งก่อนขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย
4. การตรงต่อเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวลาทำงานและนัดหมายกับลูกค้า
5. มีความรู้สึกที่ดีต่องาน รักและศรัทธาในอาชีพของตน

6. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเองกับพนักงานขาย
7. มีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายที่ดี รูปร่างหน้าตาดี และสุภาพอ่อนน้อม จะทำให้ลูกค้าประทับใจ

8. รู้จักใช้คำพูดที่สุภาพอ่อนน้อมเพื่อให้ลูกค้ายินดีตอบคำถามหรือบอกความต้องการได้

9. สามารถสนทนากับลูกค้าได้ดี และพร้อมสนทนากับลูกค้าได้ทุกเรื่อง
10. มีความมั่นใจในตนเอง ทำให้ลูกค้าเชื่อถือในตัวพนักงานขาย และนำไปสู่ความเชื่อถือในสินค้าและบริการ
11. ยิ้มแย้มแจ่มใส
12. มีส่วนร่วมตัดสินใจ ในกรณีที่ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าแต่ยังลังเลอยู่ พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้
13. รักษาจรรยาบรรณ พนักงานขายต้องระลึกอยู่เสมอว่าลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จึงต้องรักษาจรรยาบรรณในอาชีพของตนอย่างเคร่งครัด

โดยสรุป คุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างและลูกค้าต้องการ ได้แก่ มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพอ่อนน้อม บริการด้วยใจ และซื่อสัตย์สุจริต

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานต่อตำแหน่งพนักงานขายยังมีค่อนข้างน้อย ผู้ศึกษาจึงขอเสนอผลการศึกษากลับคุณภาพชีวิตของพนักงานขายและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพของแรงงานที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อตำแหน่งพนักงานขาย ดังนี้

วัฒน์ชัย ชัยวงศ์ (2556, น.1)) ศึกษาทัศนคติของผู้สมัครงานต่อตำแหน่งพนักงาน คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุเฉลี่ย 27 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี เคยมีประสบการณ์ด้านงานขาย และว่างงานขณะให้ข้อมูล แต่กลุ่มตัวอย่างไม่ถึงครึ่งหนึ่งสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการทำงานที่ห้างสรรพสินค้าเช่นทรัลในระดับมาก โดยคาดหวังด้านความเจริญเติบโตมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการดำรงชีวิตและด้านความสัมพันธ์ ตามลำดับ และมีทัศนคติต่อตำแหน่งพนักงานขาย ว่า ตำแหน่งพนักงานขายได้รับการยอมรับ มีความมั่นคง คุณภาพชีวิต และความก้าวหน้าในระดับมาก แต่เห็นว่ามีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายเห็นว่า พนักงานขายมีคุณภาพชีวิตสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นว่าตำแหน่งพนักงานขายมีความมั่นคงมากกว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และ ผู้ที่ไม่เคยทำงานในตำแหน่งพนักงานขายได้รับการยอมรับมากกว่าผู้ที่เคยทำงานในตำแหน่งพนักงานขาย

อัจฉรา หอมจรรยา (2546, น.47) ศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกอาชีพ ได้แก่ เกรดเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว ลักษณะองค์กรที่มุ่งหวังเข้าทำงาน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ลักษณะองค์กรของผู้ปกครอง ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเลือกอาชีพ ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความมั่นคงในงาน ความมีชื่อเสียงของหน่วยงาน โอกาสในการแสดงความรู้ความสามารถ โอกาสในการพัฒนาตนเอง

สุวิณณา เอกวัฒน์ (2546, น.127-128) ศึกษาคุณภาพชีวิตของลูกจ้างพนักงานในธุรกิจค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า พบว่าระดับคุณภาพชีวิตในแต่ละด้านมีความแตกต่างกัน คือ คุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับสูง เช่น ความมั่นคง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นต้น คุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับปานกลาง เช่น ความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตด้านจิตใจและสังคม เป็นต้น ส่วนคุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับต่ำ เช่น ค่าตอบแทน สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมนันทนาการและการพักผ่อน เป็นต้น

ณลญาดา อิ่มเพชร (2545, น.44-45) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาเซ็น (เวสต์เทรคเซ็นเตอร์) พบว่าคุณภาพชีวิตของพนักงานขายแตกต่างกันไปในแต่ละด้าน คือ ด้านคุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับสูง เช่น คอมมิชชั่น และโอกาสในการได้รับสวัสดิการ แสงสว่างและเครื่องขยายเสียงในการทำงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา ความภาคภูมิใจในองค์กร เป็นต้น คุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับกลาง เช่น เกียรติของงาน สวัสดิการ ความปลอดภัยในการทำงาน โอกาสก้าวหน้า โอกาสในการศึกษาเพิ่มเติม การได้รับการยกย่อง ความยุติธรรมในการประเมินผลงาน การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ความผูกพันต่อองค์กร เป็นต้น ส่วนคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับต่ำ เช่น เงินเดือน คุณภาพอาหาร น้ำดื่ม ห้องน้ำ ความมั่นคงในอาชีพ เป็นต้น

แขนภา สีนะทิพย์ (2552, น.70-73) ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกอาชีพของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยองเขต2 พบว่า มีแรงจูงใจในการเลือกอาชีพอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านเกียรติยศชื่อเสียงและความก้าวหน้า ด้านการบริการสังคมและการทำงานกับบุคคล ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมีอำนาจและความเป็นผู้นำ และด้านสภาพแวดล้อม

2.4 ข้อมูลกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

2.4.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า ประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน และร้านซูเปอร์สปอร์ต โดยห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ปัจจุบัน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลมี 10 สาขา (รวมห้างสรรพสินค้าเซน) ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ อีก 6 สาขาในต่างจังหวัด ที่เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ พัทยา รวมทั้งสิ้น 16 สาขาในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีสาขาในประเทศจีน อีก 3 สาขา คือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เมืองหังโจว (เซี่ยงไฮ้) เปิดเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2553 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เมืองเสิ่นหยาง เปิดเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2554 และ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เมืองเฉิงตู (ฉวนเซียงเฉิง) เปิดเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2555

ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2500 จากร้านขายในย่านชุมชนชาวจีนของกรุงเทพฯซึ่งเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2490 คุณสัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์ บุตรชายคนโตของนายห้างเตียง จิราธิวัฒน์ เปิดห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแห่งแรกในปี พ.ศ. 2500 ที่วังบูรพา ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าพร้อมกำเนิดของการคิดป้ายราคา

พ.ศ. 2511 กำเนิดห้างเซ็นทรัล สาขาสีลมขึ้น โดยเปิดบริการแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต โดยนำสินค้าอุปโภคบริโภคมาไว้ในที่เดียวกัน มีการแบ่งโซนสินค้าต่างๆ อย่างชัดเจน และนำระบบแคชเชียร์มาใช้ มีการจัดตู้โชว์แบบสมัยใหม่ เป็นห้างสรรพสินค้าที่มีมาตรฐานเท่าเทียมระดับสากลแห่งแรกของประเทศ

พ.ศ. 2517 เซ็นทรัลสาขาชิดลม เป็นศูนย์กลางการจับจ่าย เทรนด์แฟชั่น ความสวย ความงาม ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าทุกรุ่นทุกวัย และมีนันทนาการและงานแสดงสินค้ามากมาย ซึ่งใช้แนวคิดหลักแบบ “วัน สตอป ช้อปปีง” (one stop shopping) คือ มาที่ห้างเซ็นทรัลเพียงแห่งเดียวได้สินค้าครบทุกอย่าง ต่อมาห้างเซ็นทรัลชิดลมกลายเป็นหัวใจการบริหารงานของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล

พ.ศ. 2525 กำเนิดเซ็นทรัล ลาดพร้าว ศูนย์การค้าครบวงจรแห่งแรกของไทย ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้า โรงแรม โรงภาพยนตร์ ศูนย์การประชุม อาคารจอดรถกว่า 3,000 คันและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

พ.ศ. 2532 ห้างสรรพสินค้าเซน ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ แยกราชประสงค์ เป็นอีกห้างหนึ่งที่เซ็นทรัลตั้งใจให้เป็นที่สำคัญสำหรับวัยรุ่น นำเสนอสินค้าและบริการตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนเมืองอย่างแท้จริง ซึ่งห้างเซนได้เปิดโฉมใหม่ในปี พ.ศ. 2549 บนตึกสูง 7 ชั้น ประกอบ

ไปด้วยแผนกต่างๆ ที่นำเสนอสินค้าชั้นนำจากผู้ผลิตและผู้ออกแบบทั้งในและต่างประเทศ และมี “เซนเวิลด์” สูง 13 ชั้น บริการฟิตเนส โยคะ สปาและสถาบันการศึกษา รวมถึงร้านอาหาร

พ.ศ. 2538 ผนึกธุรกิจร่วมกับ ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน โดยห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ได้เริ่มธุรกิจในปี พ.ศ. 2522 โรบินสันมุ่งเน้นสินค้าแฟชั่นทันสมัย คุณภาพดีและราคาเหมาะสม พร้อมการบริการที่เป็นเลิศสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าอยู่เสมอ และมีฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น กระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทย เป็นบริษัทมหาชนที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับ “ดีมาก” จากการประเมินคุณภาพด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2551 ปัจจุบันมีจำนวนสาขาที่มีอยู่ 34 แห่ง โดยมีจำนวนสาขาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 10 สาขา และสาขาในภูมิภาค จำนวน 24 สาขา ทำให้โรบินสันกลายเป็นห้างสรรพสินค้าที่มีเครือข่ายกว้างขวางที่สุด

พ.ศ. 2539 ร้านซูเปอร์สปอร์ตในนาม บริษัท ซี อาร์ ซี สปอร์ต จำกัด เปิดตัวอย่างเป็นทางการ เป็นร้านจำหน่าย เสื้อผ้า รองเท้า และอุปกรณ์กีฬา ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวระหว่างแผนกกีฬา ภายใต้แนวคิดร้านขายสินค้าเฉพาะประเภทจำพวกกีฬา (Sport Category Killer) โดยมีเป้าหมายที่จะเป็นร้านค้าอุปกรณ์กีฬาชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปัจจุบัน บริษัท ซี อาร์ ซี สปอร์ต จำกัด แบ่งการบริหารเป็น ร้านค้าปลีก ได้แก่ ซูเปอร์สปอร์ต, โกสปอร์ต, ซูเปอร์สปอร์ตเอ๊าท์เล็ต, ฟิตสปอร์ต รวม 78 สาขา แบนด์ช็อปที่ได้รับลิขสิทธิ์การจัดจำหน่าย ได้แก่ ครีอก, นิวบาลานซ์, สเก็ดเซอร์ส รวม 26 สาขา ทั่วประเทศไทย โดยเป็นสาขาที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและห้างสรรพสินค้าโรบินสัน รวมไปถึงสาขาที่เรียกว่า Stand Alone

2.4.2 คำบรรยายลักษณะงานตำแหน่งพนักงานขายของกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

2.4.2.1 สายการบังคับบัญชา พนักงานขายอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของหัวหน้าแผนกขาย สังกัดแผนกขายสินค้า ฝ่าย Store Operation หัวหน้าแผนกขายมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการทำงานของพนักงานขายตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ขึ้นอยู่กับจำนวนของหมวดหมู่และตราสินค้าในแต่ละแผนก

2.4.2.2 วัตถุประสงค์ ดำเนินการให้คำแนะนำด้านสินค้า-บริการ พร้อมทั้งเสนอขายขายสินค้า-บริการให้แก่ลูกค้าด้วยกิริยามารยาทที่สุภาพ ตลอดจนทำให้ข้อมูลสินค้าและบริการแก่ลูกค้า ให้การช่วยเหลือติดตามหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

2.4.2.3 หน้าที่รับผิดชอบหลัก

- ให้คำแนะนำในการใช้ การเก็บรักษาสินค้าต่างๆ และบอกให้ลูกค้าทราบถึงประโยชน์ ข้อบ่งใช้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของลูกค้า

- ศึกษาให้เกิดความเข้าใจทั้งในด้านเทคนิคการขายและตัวสินค้า สามารถแนะนำและเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

- รับผิดชอบการทำยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

- ให้การบริการแก่ลูกค้าตามมาตรฐานการบริการที่บริษัทกำหนด เช่น การแนะนำสินค้า การส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

- ดูแลรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบของแผนกชั้นวางสินค้า และสต็อกเก็บสินค้า

- ตรวจสอบสินค้าในสต็อกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการสูญหายของสินค้า

- ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานในแผนกรับชำระค่าสินค้า เติมสินค้าให้เต็มชั้น แสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อการขาย ฯลฯ

- รับผิดชอบ ดูแล ประจำแผนกตลอดเวลาและปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของบริษัทอย่างเคร่งครัด

- การโอนสินค้าต่างๆ และตรวจสอบสินค้าคืนต้องอยู่ในสภาพดีและถูกต้องตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

- จัดเรียงสินค้าตามหลัก Visual Merchandising เพื่อสนับสนุนการเพิ่มยอดขายสินค้า

- ศึกษาหาความรู้ในเรื่องสินค้าที่ดูแลอย่างสม่ำเสมอ

2.4.2.4 คุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่ง

- สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือเทียบเท่าขึ้นไป

- มีบุคลิกภาพดี มีความสะอาดเรียบร้อย

- มีจิตใจรักการบริการ มีมารยาท

- มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร

- มีความรับผิดชอบ และกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

2.4.2.5 ข้อมูลเพิ่มเติม พนักงานขายต้องติดต่oprะสานงานกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ได้แก่ การประสานงานแคชเชียร์เพื่อการชำระค่าสินค้า การแจ้งข่าวสาร และรายการส่งเสริมการขายแก่ลูกค้าประจำและลูกค้าที่มียอดการซื้อสูง (Top Spender)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตรีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ลักษณะประชากร
- 3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือและวิธีการในการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4 ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล
- 3.5 การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล
- 3.6 วิธีการรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ลักษณะประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ศึกษาผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ในตำแหน่งพนักงานขาย พนักงานขายที่ผ่านทดลองงาน และพนักงานขายมีอายุงาน 2 ปีขึ้นไป กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ศึกษาผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

พนักงานชายที่ผ่านทดลองงานและพนักงานชายมีอายุงาน 2 ปีขึ้นไป ที่ทำงานในกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด จำนวน 100 คน

3.3 เครื่องมือและวิธีการในการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ศึกษาผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี พนักงานชายที่ผ่านทดลองงาน และพนักงานชายมีอายุงาน 2 ปีขึ้นไป ที่ทำงานในกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด จำนวน 100 คน

โดยผู้วิจัยได้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling) คือ ผู้จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ที่สมัครงาน พนักงานชายที่ผ่านทดลองงานและพนักงานชายที่อายุงาน 2 ปีขึ้นไป กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด จำนวน 100 คน

3.4 ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือในการออกแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานชายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตาราง เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและแรงจูงใจ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิด ที่ใช้ในการศึกษา
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และเสนอแนะเพิ่มเติมก่อนนำไปใช้สอบถามจริง

3.5 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานชายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน คณะที่จบ

สถานะการทำงานปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งงานล่าสุดที่เคยทำ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close ended question) ข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

1. อายุ 20 ปี
2. อายุ 21 - 22 ปี
3. อายุ 23 - 24 ปี
4. อายุ 25 - 26 ปี
5. อายุ 26 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001 - 11,000 บาท
3. 11,001 - 12,000 บาท
4. 12,001- 13,000 บาท
5. มากกว่า 13,000 บาท

ข้อที่ 4 คณะที่จบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) โดยแบ่งเป็น 6 ช่วง ดังนี้

1. นิเทศศาสตร์
2. รัฐศาสตร์
3. ศิลปศาสตร์
4. นิติศาสตร์
5. บริหารธุรกิจ
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 5 สถานะการทำงานปัจจุบันของท่าน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. มีงานทำ โปรดระบุ.....

2. ว่างงาน
3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 6 ประสบการณ์ในการทำงาน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. เคยทำงาน โปรดระบุระยะเวลาปีเดือน
2. ไม่เคยทำงาน

ข้อที่ 7 ตำแหน่งงานล่าสุดที่เคยทำ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1. พนักงานขาย
2. แคชเชียร์
3. เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า
4. เจ้าหน้าที่ธุรการ
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย เป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 21 ข้อ โดยที่แต่ละคำถามแบ่งระดับที่มีผลออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดค่าของการประเมินความคิดเห็นได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าประเมิน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม 21 ข้อดังกล่าว จะใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรคำนวณหาช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:25)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย ได้ดังนี้

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย ด้านต่างๆ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 มี 25 ข้อ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้า แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) โดยที่แต่ละคำถามแบ่งระดับที่มีผลออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดค่าของการประเมินแรงจูงใจได้ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าประเมิน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม 25 ข้อดังกล่าว จะใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณหาช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541:25)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับการให้บริการเข้าได้ดังนี้

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านแรงจูงใจต่างๆ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.6 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนและวิธีดำเนินการ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ส่งหนังสือถึงผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อขออนุญาตและชี้แจงขั้นตอนการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและวิธีการให้ผู้สมัครงานตอบแบบสอบถาม
2. วางแผนและประชุมกับผู้ช่วยวิจัย เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการเก็บข้อมูลที่ต้องการ รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ 31 วัน (ตั้งแต่วันที่ 1-31 มีนาคม 2557)
3. หลังเสร็จสิ้นขั้นตอนการสมัครงาน ผู้ช่วยวิจัยแนะนำตัวเองและชี้แจงให้ผู้สมัครงานทราบก่อนการแจกแบบสอบถามว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่มีผลต่อการพิจารณารับเข้าทำงานแต่อย่างใด
4. เมื่อผู้สมัครงานตอบแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้ช่วยวิจัยเก็บแบบสอบถามกลับคืนมาทันที เพื่อรวบรวมและนำมาวิเคราะห์ผล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ชุด ซึ่งจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของคือ ผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยแบ่งช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถาม เป็น ระยะเวลา 1 เดือน คือ เดือนมีนาคม – เดือนเมษายน 2557
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมเอาไว้ ทั้งหน่วยงานของรัฐ และเอกชน ดังนี้
 - 2.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ
 - 2.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
 - 2.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึก ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัท (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 49)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \text{ cov ariance/ var iance}}{1 + (k - 1) \text{ cov ariance/ var iance}}$$

เมื่อ α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

k = จำนวนข้อคำถาม

cov ariance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

var iance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

เครื่องมือที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากกว่า 0.7

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

1.1 ตัวแปรต้น ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.2 ตัวแปรต้น ด้านแรงจูงใจ ใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.3 ตัวแปรตาม ด้านทัศนคติ ใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

2.1 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลกับด้านทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้าโดยปัจจัยด้านเพศ ประสบการณ์ในการทำงาน บุคคลที่ท่านต้องส่งเสียหรืออุปการะเลี้ยงดู ใช้ T-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คณะที่จบ สถานะการทำงานปัจจุบันของท่าน ตำแหน่งงานล่าสุดที่เคยทำ ด้านทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้า ใช้ค่า F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2.2 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการสมัครงาน ตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้าโดยใช้สถิติ รูปแบบสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Model) ทดสอบหาความสัมพันธ์ โดยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย ทศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี : กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านความต้องการที่ต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามแต่ละชุดแบ่งออกเป็น 3 ตอน และเมื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 100 ชุด มาทำการตรวจสอบและวิเคราะห์ สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย

ตอนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย
กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสอง
SS	แทน	ค่าผลบวกกำลังสอง
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution

df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ
P	แทน	นัยสำคัญทางสถิติ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ
R ²	แทน	ค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามที่รวบรวมได้ เมื่อนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ศึกษาผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ในตำแหน่งพนักงานขาย พนักงานขายที่ผ่านทดลองงาน และพนักงานขายมีอายุงาน 2 ปีขึ้นไป ที่ร่วมงานกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด จำนวน 100 คนมาทำการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ สามารถสรุปผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	35	35.0
หญิง	65	65.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
20 ปี	4	4.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
21 – 22 ปี	34	34.0
23 – 24 ปี	23	23.0
25 – 26 ปี	10	10.0
26 ปีขึ้นไป	29	29.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 21-22 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ -34.0 รองลงมา ได้แก่ อายุ 26ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุ 23-24 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อายุ 25-26 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอายุเท่ากับ 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะที่จบการศึกษา

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
คณะที่จบ		
นิเทศศาสตร์	4	4.0
รัฐศาสตร์	5	5.0
ศิลปศาสตร์	10	10.0
นิติศาสตร์	5	5.0
บริหารธุรกิจ	54	54.0
อื่นๆ	22	22.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก จบการศึกษาคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา ได้แก่ อื่นๆ อาทิเช่น คหกรรมศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ เป็นต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 คณะนิติศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 คณะรัฐศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และคณะรัฐศาสตร์จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะการทำงาน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
การทำงาน		
มีงานทำ	37	37.0
ว่างงาน	63	63.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานะว่างงาน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และ สถานะมีงานทำ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการทำงาน		
เคยทำงาน	71	71.0
ไม่เคยทำงาน	29	29.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีประสบการณ์ในการทำงาน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 และ ไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำงาน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งงานล่าสุด

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งงานล่าสุด		
พนักงานขาย	10	10.0
แคชเชียร์	11	11.0
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	11	11.0
เจ้าหน้าที่ธุรการ	9	9.0
อื่นๆ	59	59.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีตำแหน่งงานอื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป้องกันการสูญเสียนักงานต้อนรับ บาร์เทนเดอร์ เป็นต้น จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 แคชเชียร์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 พนักงานขาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และเจ้าหน้าที่ธุรการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ต้องส่งเสียหรืออุปการะเลี้ยงดู

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลที่ต้องส่งเสียหรืออุปการะเลี้ยงดู		
มี	25	25.0
ไม่มี	75	75.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่มีบุคคลที่ต้องส่งเสียหรืออุปการะเลี้ยงดู จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และมีบุคคลที่ต้องส่งเสียหรืออุปการะเลี้ยงดู จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านรายได้

ด้านรายได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
เป็นตำแหน่งที่มีเงินเดือนสูง	3.32	0.87	ปานกลาง	3
ได้รับค่าคอมมิชชั่นมาก	3.91	0.71	มาก	2
ยังขยันรายได้ยิ่งสูง	4.15	0.75	มาก	1
รวม	3.79	0.77	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านรายได้ คือ ยังขยันรายได้ยิ่งสูงมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ได้แก่ ได้รับค่าคอมมิชชั่นมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.91

เป็นตำแหน่งที่มีเงินเดือนสูง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.32 และภาพรวมของด้านรายได้ มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.79

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านความมั่นคง

ด้านความมั่นคง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
สามารถตั้งตัวและสร้างฐานะได้	3.56	0.86	มาก	5
เป็นอาชีพที่มีสวัสดิการดี	3.70	0.78	มาก	3
หากบริการดี ลูกค้ำก็จะให้การสนับสนุน เมื่อ ห่างขอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้	4.16	0.72	มาก	1
สามารถทำงานได้นานเท่าที่ต้องการ	3.70	0.82	มาก	3
มีความมั่นคงเพราะได้ทำงานกับบริษัทใหญ่ที่ เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง	4.02	0.85	มาก	2
รวม	3.82	0.80	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้านความมั่นคง คือ การบริการดี ลูกค้ำก็จะให้การสนับสนุน เมื่อห่างขอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาได้แก่ มีความมั่นคงเพราะได้ทำงานกับบริษัทใหญ่ที่เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.02 เป็นอาชีพที่มีสวัสดิการดี และสามารถทำงานได้นานเท่าที่ต้องการ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.70 เท่ากัน และสามารถตั้งตัวและสร้างฐานะได้ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.56 และภาพรวมของด้านความมั่นคง มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.82

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านความก้าวหน้า

ด้านความก้าวหน้า	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
ตั้งใจทำงานก็มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง	4.27	0.64	มากที่สุด	1
มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน	4.13	0.69	มาก	3
มีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่าง ต่อเนื่อง	4.17	0.68	มาก	2
รวม	4.19	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ด้านความก้าวหน้า คือ ตั้งใจทำงานก็มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง มากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา ได้แก่ มีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.17 และมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้างานอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.13 และภาพรวมของด้านความก้าวหน้า มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.19

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านการยอมรับ

ด้านการยอมรับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
เป็นอาชีพที่มีเกียรติ	3.83	0.79	มาก	5
เป็นตำแหน่งที่จำเป็นสำหรับห้างสรรพสินค้า	4.25	0.71	มากที่สุด	1
เป็นอาชีพที่ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ	4.24	0.68	มากที่สุด	3
เป็นผู้สร้างรายได้ให้แก่ห้างสรรพสินค้า	4.25	0.62	มากที่สุด	1
มีส่วนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ	3.99	0.79	มาก	4
รวม	4.11	0.71	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการยอมรับ คือ เป็นตำแหน่งที่จำเป็นสำหรับห้างสรรพสินค้า และเป็นผู้สร้างรายได้ให้แก่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ เป็นอาชีพที่ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.24 มีส่วนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.99 เป็นอาชีพที่มีเกียรติ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.83 และภาพรวมปัจจัยด้านการยอมรับมีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.11

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านคุณภาพชีวิต

ด้านคุณภาพชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
สถานที่ทำงานสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศสบาย	4.21	0.68	มากที่สุด	1
นำทำงาน				
มีสิทธิซื้อสินค้าในราคาพิเศษ	4.13	0.80	มาก	3
เดินทางสะดวกเพราะห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ใน	4.19	0.69	มาก	2
แหล่งรวมการคมนาคมขนส่ง				

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของระดับความคิดเห็น ด้านคุณภาพชีวิต (ต่อ)

ด้านคุณภาพชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
เป็นอาชีพที่ไม่เคร่งเครียดกับการทำงานมากนัก	3.53	1.02	มาก	5
สภาพการทำงานไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ	3.60	0.96	มาก	4
รวม	3.93	0.83	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านคุณภาพชีวิต คือ สถานที่ทำงานสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศสบาย นำทำงานมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา ได้แก่ เดินทางสะดวกเพราะห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ในแหล่งรวมการคมนาคมขนส่งที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.19 มีสิทธิซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.13 สภาพการทำงานไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.60 เป็นอาชีพที่ไม่ต้องเคร่งเครียดกับการทำงานมากนัก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.53 และภาพรวมปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตมีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.93

ตอนที่ 3: แรงจูงใจของการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความต้องการด้านร่างกาย

ความต้องการด้านร่างกาย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
สวัสดิการต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การตรวจสุขภาพประจำปี มีความเหมาะสม	3.92	0.72	มาก	3
ระยะทางในการเดินทางไปทำงานไม่ไกลจนเกินไป	3.89	0.73	มาก	4
มีร้านอาหารสวัสดิการ ราคาประหยัด สำหรับพนักงาน	3.94	0.72	มาก	2
มีการให้เครื่องแบบพนักงาน	4.01	0.68	มาก	1
มีพยาบาลดูแลภายในที่ทำงาน	3.85	0.77	มาก	5
รวม	3.92	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการด้านร่างกาย คือ การให้เครื่องแบบพนักงาน มากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา ได้แก่ มีร้านอาหารสวัสดิการราคาประหยัดสำหรับพนักงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.94 สวัสดิการต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การตรวจสุขภาพประจำปี มีความเหมาะสม ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.92 ระยะทางในการเดินทางไปทำงานไม่ไกลจนเกินไป ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.89 มีพยาบาลดูแลภายในที่ทำงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.85 และภาพรวมความต้องการด้านร่างกาย มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.92

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง

ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
ห้างสรรพสินค้ามีความปลอดภัยเพียงพอในการปฏิบัติงาน	4.18	0.70	มาก	3
สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน	4.24	0.65	มากที่สุด	2
ห้างสรรพสินค้าเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน	4.05	0.75	มาก	5
ห้างสรรพสินค้ามีการเตรียมความพร้อมและมีมาตรการ	4.13	0.69	มาก	4
บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง	4.29	0.70	มากที่สุด	1
รวม	4.17	0.69	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง คือ บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง มากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ได้แก่ สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.24 ห้างสรรพสินค้ามีความปลอดภัยเพียงพอในการปฏิบัติงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.18 ห้างสรรพสินค้ามีการเตรียมความพร้อมและมีมาตรการ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.13 ห้างสรรพสินค้าเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.05 และภาพรวมความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.17

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม)

ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
ผลงานของท่านได้รับการยอมรับจากบุคลากร ภายในองค์กร	3.81	0.59	มาก	5
ผู้บังคับบัญชากล่าวยกย่องชมเชยผลการ ปฏิบัติงานของท่าน	3.91	0.60	มาก	2
ท่านได้รับการแสดงความยินดีจากเพื่อน ร่วมงาน เมื่อท่านปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ	3.90	0.73	มาก	3
ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังความคิดเห็นที่ท่าน เสนอ	3.88	0.72	มาก	4
ท่านมีโอกาสดำเนินการ ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่	3.94	0.69	มาก	1
รวม	3.88	0.66	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) มีโอกาสดำเนินการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่มากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา ได้แก่ ผู้บังคับบัญชากล่าวยกย่องชมเชยผลการปฏิบัติงานของท่าน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.91 ท่านได้รับการแสดงความยินดีจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อท่านปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.90 ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังความคิดเห็นที่ท่านเสนอ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.88 ผลงานของท่านได้รับการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.81 และภาพรวมความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.88

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความต้องการการยกย่อง

ความต้องการการยกย่อง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
ท่านมีโอกาสดำเนินตำแหน่งตามความรู้ ความสามารถ	4.04	0.63	มาก	3

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความ ต้องการการยกย่อง (ต่อ)

ความต้องการการยกย่อง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
ท่านได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนา ความรู้ ความสามารถ	4.05	0.70	มาก	1
ท่านได้รับคำชมจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน	3.98	0.65	มาก	5
หัวหน้างานให้เกียรติท่านในการแสดงความคิดเห็น	4.05	0.67	มาก	1
ลูกค้าที่รับบริการจากท่านกล่าวชมการ ให้บริการในการขายของท่าน	4.01	0.64	มาก	4
รวม	4.02	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการการยกย่อง คือ ท่านได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาความรู้ความสามารถ และหัวหน้างานให้เกียรติท่านในการแสดงความคิดเห็น มากที่สุดเท่ากัน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา ได้แก่ ท่านมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งตามความรู้ ความสามารถ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.04 ลูกค้าที่รับบริการจากท่านกล่าวชมการให้บริการในการขายของท่าน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.01 ท่านได้รับคำชมจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.98 และภาพรวมความต้องการการยกย่อง มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.02

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความ ต้องการความสำเร็จในชีวิต

ความต้องการความสำเร็จในชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
ท่านมีความภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ท่าน ปฏิบัติ	4.26	0.70	มาก	3
ท่านมีโอกาสก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในหน้าที่ โดยได้รับมอบหมายงาน	4.15	0.65	มาก	5
ท่านตั้งใจ เมื่อผู้บังคับบัญชาแสดงความชื่นชมต่อ ความสำเร็จในงานของท่าน	4.21	0.68	มากที่สุด	4
ผลสำเร็จในการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำลังใจที่ จะพัฒนางานให้ดีขึ้น	4.31	0.61	มากที่สุด	2

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และการจัดอันดับของความ ต้องการความสำเร็จในชีวิต (ต่อ)

ความต้องการความสำเร็จในชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	จัดอันดับ
การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทำให้เกิดผลสำเร็จใน การปฏิบัติงาน	4.39	0.65	มากที่สุด	1
รวม	4.26	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการความสำเร็จในชีวิต คือ การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทำให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน มากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา ได้แก่ ผลสำเร็จในการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้น ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.31 ท่าน มีความภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ท่านปฏิบัติ ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.26 ท่านดีใจ เมื่อผู้บังคับบัญชา แสดงความชื่นชมต่อความสำเร็จในงานของท่าน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.21 ท่านมีโอกาสก้าวสู่ตำแหน่งที่ สูงขึ้นในหน้าที่ โดยได้รับมอบหมายงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.15 และภาพรวมความต้องการ ความสำเร็จในชีวิต มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.26

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพ พนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1

เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขาย ของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของผู้สมัครงาน ที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย		S.D.		T-test	Sig.
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง		
ด้านรายได้	3.76	3.81	0.623	0.637	0.000	0.984
ด้านความมั่นคง	3.80	3.84	0.624	0.635	0.633	0.428
ด้านความก้าวหน้า	4.07	4.25	0.548	0.562	0.412	0.522
ด้านการยอมรับ	4.07	4.13	0.572	0.534	0.903	0.344
ด้านคุณภาพชีวิต	3.86	3.96	0.544	0.622	1.093	0.298

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านรายได้ โดยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทีอิสระ (Independent T-Test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า $T = 0.000$ และค่า $Sig. = 0.984$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า $T = 0.633$ และค่า $Sig. = 0.428$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคงไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า $T = 0.412$ และค่า $Sig. = 0.522$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้าไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการยอมรับ พบว่า มีค่า $T = 0.903$ และค่า

Sig. = 0.344 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ขอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านคุณภาพชีวิต พบว่า มีค่า $T = 1.093$ และค่า Sig. = 0.298 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ขอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ เพศของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2

อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามอายุ

ทักษะคติ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านรายได้	ระหว่างกลุ่ม	1.234	4	0.308	0.770	0.547
	ภายในกลุ่ม	38.051	95	0.401		
	รวม	39.284	99			
ทักษะคติ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	3.169	4	0.792	2.089	0.088
	ภายในกลุ่ม	36.032	95	0.379		
	รวม	39.202	99			

ตารางที่ 4.19 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ทัศนคติ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านความก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	1.261	4	0.315	1.001	0.411
	ภายในกลุ่ม	29.907	95	0.315		
	รวม	31.168	99			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	2.096	4	0.524	1.819	0.131
	ภายในกลุ่ม	27.369	95	0.288		
	รวม	29.466	99			
ด้านคุณภาพชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	1.924	4	0.481	1.379	0.247
	ภายในกลุ่ม	33.133	95	0.349		
	รวม	35.058	99			

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of Variance: One-way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า $F = 0.770$ และค่า $Sig. = 0.547$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านรายได้ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า $F = 2.089$ และค่า $Sig. = 0.088$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า $F = 1.001$ และค่า $Sig. = 0.411$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ อายุ

ของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุและและทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ พบว่า มีค่า $F = 1.819$ และค่า $Sig. = 0.131$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุและและทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต พบว่า มีค่า $F = 1.379$ และค่า $Sig. = 0.247$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ อายุของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3

รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ทักษะ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านรายได้	ระหว่างกลุ่ม	2.088	4	0.522	1.333	0.263
	ภายในกลุ่ม	37.196	95	0.392		
	รวม	39.284	99			

ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า,ด้านการยอมรับ,ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน (ต่อ)

ทัศนคติ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	2.006	4	0.502	1.281	0.283
	ภายในกลุ่ม	37.195	95	0.392		
	รวม	39.202	99			
ด้านความก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	.437	4	0.109	0.338	0.852
	ภายในกลุ่ม	30.731	95	0.323		
	รวม	31.168	99			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	1.059	4	0.265	0.885	0.476
	ภายในกลุ่ม	28.407	95	0.299		
	รวม	29.466	99			
ด้านคุณภาพชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	4.564	4	1.141	3.554	0.010
	ภายในกลุ่ม	30.494	95	0.321		
	รวม	35.058	99			

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านรายได้ โดยการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of Variance: One-way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า $F = 1.333$ และค่า $Sig. = 0.263$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า $F = 1.281$ และค่า $Sig. = 0.283$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า $F = 0.338$ และค่า Sig. = 0.852 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ พบว่า มีค่า $F = 0.885$ และค่า Sig. = 0.476 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต พบว่า มีค่า $F = 3.554$ และค่า Sig. = 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก และยอมรับสมมติฐานรอง นั่นคือ รายได้รวมต่อเดือนของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์โดยจำแนกเป็นรายคู่ระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิตซึ่งใช้สถิติ LSD จะพบระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ LSD

รายได้รวมต่อเดือน	— X	รายได้รวมต่อเดือน				
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 11,000 บาท	11,001 - 12,000 บาท	12,001- 13,000 บาท	มากกว่า 13,000 บาท
ต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท	4.05	-	-.34359 (.143)	-.04359 (.861)	.58974* (.020)	.27546* (.031)

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพ
พนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต จำแนกตาม
รายได้รวมต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ LSD (ต่อ)

รายได้รวมต่อ เดือน	— X	รายได้รวมต่อเดือน				
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 11,000 บาท	11,001 - 12,000 บาท	12,001- 13,000 บาท	มากกว่า 13,000 บาท
10,001 - 11,000 บาท	4.40	-	-	.30000	.93333*	.61905*
11,001 - 12,000 บาท	4.10	-	-	-	.63333	.31905
12,001- 13,000 บาท	3.46	-	-	-	-	-.31429
มากกว่า 13,000 บาท	3.78	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้รวมต่อเดือนและและ
ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพ
ชีวิต จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน พบว่า ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000
บาท มีทัศนคติต่อด้านคุณภาพชีวิต มากกว่า (.58974) ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือน 12,001-13,000
บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีทัศนคติต่อด้านคุณภาพ
ชีวิต มากกว่า (.27546) ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือนมากกว่า 13,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือน 10,001 - 11,000 บาท มีทัศนคติต่อด้านคุณภาพชีวิต
มากกว่า (.93333) ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือน 12,001- 13,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือน 10,001 - 11,000 บาท มีทัศนคติต่อด้านคุณภาพชีวิต
มากกว่า (.61905) ผู้สมัครที่มีรายได้รวมต่อเดือนมากกว่า 13,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4

ขณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพ

พนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามคณะที่จบการศึกษา

ทักษะ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านรายได้	ระหว่างกลุ่ม	3.054	5	.611	1.584	0.172
	ภายในกลุ่ม	36.231	94	.385		
	รวม	39.284	99			
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	2.976	5	.595	1.545	0.184
	ภายในกลุ่ม	36.225	94	.385		
	รวม	39.202	99			
ด้านความก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	2.121	5	.424	1.372	0.242
	ภายในกลุ่ม	29.047	94	.309		
	รวม	31.168	99			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	2.521	5	.504	1.759	0.129
	ภายในกลุ่ม	26.944	94	.287		
	รวม	29.466	99			
ด้านคุณภาพชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	1.635	5	.327	0.920	0.472
	ภายในกลุ่ม	33.423	94	.356		
	รวม	35.058	99			

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคณะที่จบการศึกษาและทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านรายได้

โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of Variance: One-way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า $F = 1.584$ และค่า $Sig. = 0.172$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคณะที่จบการศึกษาและทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า $F = 1.545$ และค่า $Sig. = 0.184$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคณะที่จบการศึกษาและทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า $F = 1.372$ และค่า $Sig. = 0.242$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคณะที่จบการศึกษาและทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ พบว่า มีค่า $F = 1.759$ และค่า $Sig. = 0.129$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคณะที่จบการศึกษาและทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต พบว่า มีค่า $F = 0.920$ และค่า $Sig. = 0.472$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก และยอมรับสมมติฐานรอง นั่นคือ คณะที่จบการศึกษาของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5

สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามสถานะการทำงาน

ทักษะคิ	ค่าเฉลี่ย		S.D.		T-test	Sig.
	มีงานทำ	ว่างงาน	มีงานทำ	ว่างงาน		
ด้านรายได้	3.68	3.85	0.623	0.629	0.039	0.843
ด้านความมั่นคง	3.82	3.82	0.594	0.653	0.025	0.874
ด้านความก้าวหน้า	4.07	4.25	0.599	0.530	0.074	0.787
ด้านการยอมรับ	4.05	4.14	0.517	0.562	0.142	0.707
ด้านคุณภาพชีวิต	3.74	4.04	0.576	0.582	0.001	0.977

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามสถานะการทำงานและทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านรายได้ โดยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทีอิสระ (Independent T-Test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า T = 0.039 และค่า Sig. = 0.843 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามสถานะการทำงานและทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า T = 0.025 และค่า Sig. = 0.874 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะคิของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคงไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามสถานะการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า $T = 0.074$ และค่า $Sig. = 0.787$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้าไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามสถานะการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ พบว่า มีค่า $T = 0.142$ และค่า $Sig. = 0.707$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามสถานะการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต พบว่า มีค่า $T = 0.001$ และค่า $Sig. = 0.977$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ สถานะการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6

ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี(ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี(ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้,ด้านความมั่นคง,ด้านความก้าวหน้า,ด้านการยอมรับ,ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย		S.D.		T-test	Sig.
	มีประสบการณ์	ไม่มีประสบการณ์	มีประสบการณ์	ไม่มีประสบการณ์		
ด้านรายได้	3.75	3.88	0.601	0.697	0.522	0.472
ด้านความมั่นคง	3.82	3.82	0.589	0.728	1.692	0.196
ด้านความก้าวหน้า	4.18	4.19	0.551	0.594	0.664	0.417
ด้านการยอมรับ	4.11	4.10	0.503	0.647	2.337	0.130
ด้านคุณภาพชีวิต	3.87	4.06	0.547	0.689	1.143	0.288

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามประสบการณ์ในการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทีอิสระ (Independent T-Test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า T = 0.522 และค่า Sig. = 0.472 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามประสบการณ์ในการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า T = 1.692 และค่า Sig. = 0.196 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคงไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามประสบการณ์ในการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า T = 0.664 และค่า Sig. = 0.417 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของ

ผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้าไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามประสบการณ์ในการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านการยอมรับ พบว่ามีค่า $T = 2.337$ และค่า $Sig. = 0.130$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตามประสบการณ์ในการทำงานและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านคุณภาพชีวิต พบว่ามีค่า $T = 1.143$ และค่า $Sig. = 0.288$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7

ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

H_0 : ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามตำแหน่งงานล่าสุด

ทัศนคติ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านรายได้	ระหว่างกลุ่ม	1.112	4	0.278	0.692	0.599
	ภายในกลุ่ม	38.172	95	0.402		
	รวม	39.284	99			

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) จำแนกตามตำแหน่งงานล่าสุด (ต่อ)

ทัศนคติ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านความมั่นคง	ระหว่างกลุ่ม	0.415	4	0.104	0.254	0.906
	ภายในกลุ่ม	38.786	95	0.408		
	รวม	39.202	99			
ด้านความก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	0.575	4	0.144	0.447	0.775
	ภายในกลุ่ม	30.592	95	0.322		
	รวม	31.168	99			
ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	1.097	4	0.274	0.919	0.456
	ภายในกลุ่ม	28.368	95	0.299		
	รวม	29.466	99			
ด้านคุณภาพชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2.278	4	0.570	1.651	0.168
	ภายในกลุ่ม	32.779	95	0.345		
	รวม	35.058	99			

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตำแหน่งงานล่าสุดและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านรายได้ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of Variance: One-way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า มีค่า $F = 0.692$ และค่า $Sig. = 0.599$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านรายได้ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตำแหน่งงานล่าสุดและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง พบว่า มีค่า $F = 0.254$ และค่า $Sig. = 0.906$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความมั่นคง ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตำแหน่งงานล่าสุดและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า พบว่า มีค่า $F = 0.447$ และค่า $Sig. = 0.775$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านความก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตำแหน่งงานล่าสุดและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ พบว่า มีค่า $F = 0.919$ และค่า $Sig. = 0.456$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง นั่นคือ ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการยอมรับ ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตำแหน่งงานล่าสุดและทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต พบว่า มีค่า $F = 1.651$ และค่า $Sig. = 0.168$ ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก และยอมรับสมมติฐานรอง นั่นคือ ตำแหน่งงานล่าสุดของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านคุณภาพชีวิต ไม่แตกต่างกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยด้านแรงจูงใจต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 2.1

ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย กับทัศนคติ (ด้านรายได้,ด้านความมั่นคง,ด้านความก้าวหน้า,ด้านการยอมรับ,ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ทัศนคติ	B	Std.Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	0.976	0.428		2.279	0.025
ด้านรายได้	0.104	0.098	0.112	1.061	0.291
ด้านความมั่นคง	0.194	0.113	0.209	1.712	0.090
ด้านความก้าวหน้า	0.076	0.118	0.073	0.642	0.522
ด้านการยอมรับ	0.234	0.119	0.219	1.970	0.052
ด้านคุณภาพชีวิต	0.135	0.105	0.138	1.289	0.201
F			10.648		
R ²			0.362		
Adjusted R ²			0.328		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านรายได้ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.291)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.090)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความก้าวหน้าของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.522)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.052)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.201)

สมมติฐานที่ 2.2

ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ทัศนคติ	B	Std.Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	0.713	0.378		1.886	0.062
ด้านรายได้	0.019	0.087	0.021	0.225	0.823
ด้านความมั่นคง	0.313	0.100	0.331	3.128	0.002
ด้านความก้าวหน้า	0.097	0.104	0.092	0.932	0.354
ด้านการยอมรับ	0.163	0.105	0.150	1.556	0.123
ด้านคุณภาพชีวิต	0.284	0.092	0.285	3.075	0.003
F			20.497		
R ²			0.522		
Adjusted R ²			0.496		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติด้านรายได้ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.823)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ส่งผลต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ได้ค่า F = 3.128, P-Value = 0.002) โดยปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง สามารถอธิบายการ

เปลี่ยนแปลงของทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 49.6 (Adjusted $R^2 = 0.496$) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงาน ($B = 0.313$)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติด้านความก้าวหน้าของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.354)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.123)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ส่งผลต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ได้ค่า $F = 3.075$, P-Value = 0.003) โดยปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 49.6 (Adjusted $R^2 = 0.496$) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงาน ($B = 0.284$)

สมมติฐานที่ 2.3

ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการ ความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ทัศนคติ	B	Std.Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	1.253	0.430		2.917	0.004
ด้านรายได้	0.034	0.098	0.038	0.347	0.729
ด้านความมั่นคง	0.168	0.114	0.188	1.479	0.143
ด้านความก้าวหน้า	0.192	0.118	0.192	1.622	0.108
ด้านการยอมรับ	0.151	0.119	0.146	1.262	0.210
ด้านคุณภาพชีวิต	0.112	0.105	0.119	1.068	0.288
F			8.327		
R ²			0.307		
Adjusted R ²			0.270		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านรายได้ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.729)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.143)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความก้าวหน้าของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.108)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.210)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.288)

สมมติฐานที่ 2.4

ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ไม่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ทัศนคติ	B	Std.Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	0.923	0.367		2.513	0.014
ด้านรายได้	0.064	0.084	0.074	0.758	0.450
ด้านความมั่นคง	0.194	0.097	0.224	1.997	0.049
ด้านความก้าวหน้า	0.182	0.101	0.188	1.803	0.075
ด้านการยอมรับ	0.105	0.102	0.105	1.031	0.305
ด้านคุณภาพชีวิต	0.235	0.090	0.256	2.616	0.010
F			16.235		
R ²			0.463		
Adjusted R ²			0.435		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านรายได้ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($p\text{-value} = 0.450$)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง ส่งผลต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษา

ระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ได้ค่า $F = 16.235$, $P\text{-Value} = 0.049$) โดยปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 43.5 (Adjusted $R^2 = 0.435$) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงาน ($B = 0.194$)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความก้าวหน้าของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($p\text{-value} = 0.075$)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($p\text{-value} = 0.305$)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง ส่งผลต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ได้ค่า $F = 16.235$, $P\text{-Value} = 0.010$) โดยปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการการยกย่อง สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 43.5 (Adjusted $R^2 = 0.435$) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงาน ($B = 0.235$)

สมมติฐานที่ 2.5

ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_0 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ไม่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

H_1 : ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต กับทัศนคติ (ด้านรายได้, ด้านความมั่นคง, ด้านความก้าวหน้า, ด้านการยอมรับ, ด้านคุณภาพชีวิต) ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ทัศนคติ	B	Std.Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	0.726	0.355		2.041	0.044
ด้านรายได้	-0.005	0.081	-0.005	-0.058	0.954
ด้านความมั่นคง	0.242	0.094	0.266	2.572	0.012
ด้านความก้าวหน้า	0.186	0.098	0.183	1.904	0.060
ด้านการยอมรับ	0.316	0.099	0.302	3.203	0.002
ด้านคุณภาพชีวิต	0.140	0.087	0.146	1.613	0.110
F			22.280		
R ²			0.542		
Adjusted R ²			0.518		

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านรายได้ ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.954)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ส่งผลต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ได้ค่า F = 22.280, P-Value = 0.012) โดยปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 51.8 (Adjusted R² = 0.518) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงาน (B = 0.242)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความก้าวหน้าของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (p-value = 0.060)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของ

กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ได้ค่า $F = 22.280$, $P\text{-Value} = 0.002$) โดยปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้ร้อยละ 51.8 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.518$) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงาน ($B = 0.316$)

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ไม่ส่งผลต่อทัศนคติ ด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($p\text{-value} = 0.110$)



บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตรีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านความต้องการต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ศึกษาผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีที่สมัครงานกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน หน้าที่จบ สถานะการทำงานปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงานล่าสุดที่เคยทำ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 21 ข้อ และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 25 ข้อ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ T-test และ F-test (One Way ANOVA) และ สถิติรูปแบบสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Model) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีอายุอยู่ในช่วง 21-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาอยู่ในช่วง 26 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.0 ช่วงอายุ 23 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 ช่วงอายุ 25-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงอายุเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา

คณะอื่นๆ อาทิเช่น คหกรรมศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 22.0 คณะศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 คณะนิติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 5.0 คณะรัฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 5.0 และคณะรัฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และมีงานทำ คิดเป็นร้อยละ 37.0 เคยมีประสบการณ์ในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 71.0 และไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนมากมีตำแหน่งงานอื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ป้องกันการสูญเสียนักงานต้อนรับ บาร์เทนเดอร์ เป็น คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 11.0 แคชเชียร์ คิดเป็นร้อยละ 11.0 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และเจ้าหน้าที่ธุรการ คิดเป็นร้อยละ 9.0

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย

ด้านรายได้ : มีค่าเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ยิ่งขยันรายได้ยิ่งสูงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา ได้รับค่าคอมมิชชั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 เป็นตำแหน่งที่มีเงินเดือนสูง มีค่าเฉลี่ย 3.32 และภาพรวมของด้านรายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

ด้านความมั่นคง : มีค่าเฉลี่ย 3.82 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การบริการดี ลูกค้าจะให้การสนับสนุน เมื่อห้ำงขอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา มีความมั่นคงเพราะได้ทำงานกับบริษัทใหญ่ที่เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.02 เป็นอาชีพที่มีสวัสดิการดี และสามารถทำงานได้นานเท่าที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.70 เท่ากัน และสามารถตั้งตัวและสร้างฐานะได้ มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ด้านความก้าวหน้า : มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ตั้งใจทำงานก็มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา มีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.17 และมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้างานอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

ด้านการยอมรับ : มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เป็นตำแหน่งที่จำเป็นสำหรับห้างสรรพสินค้า และเป็นผู้สร้างรายได้ให้แก่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมา เป็นอาชีพที่ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีส่วนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.99 เป็นอาชีพที่มีเกียรติ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

ด้านคุณภาพชีวิต : มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สถานที่ทำงานสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศสบาย น่าทำงานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา เดินทางสะดวกเพราะห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ในแหล่งรวมการคมนาคมขนส่งที่มีค่าเฉลี่ย 4.19 มีสิทธิซื้อ

สินค้าในราคาพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 4.13 สภาพการทำงานไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.60 เป็นอาชีพที่ไม่ต้องเคร่งเครียดกับการทำงานมากนัก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

5.1.3 แรงจูงใจของการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า

ความต้องการด้านร่างกาย มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าการให้เครื่องแบบพนักงาน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา มีร้านอาหารสวัสดิการราคาประหยัดสำหรับพนักงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.94 สวัสดิการต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การตรวจสุขภาพประจำปี มีความเหมาะสม ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.92 ระยะทางในการเดินทางไปทำงานไม่ไกลจนเกินไป ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.89 มีพยาบาลดูแลภายในที่ทำงาน ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก พบว่า บริษัทที่มีชื่อเสียงและมีความมั่นคง มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา สภาพแวดล้อมในที่ทำงานมีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ห้างสรรพสินค้ามีความปลอดภัยเพียงพอในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.18 ห้างสรรพสินค้ามีการเตรียมความพร้อมและมีมาตรการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ห้างสรรพสินค้าเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) มีค่าเฉลี่ย 3.88 อยู่ในระดับมาก พบว่า มีโอกาสแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา ผู้บังคับบัญชากล่าวชมเชยผลการปฏิบัติงานของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.91 ท่านได้รับการแสดงความยินดีจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อท่านปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังความคิดเห็นที่ท่านเสนอ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ผลงานของท่านได้รับการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ

ความต้องการการยกย่อง มีค่าเฉลี่ย 4.02 อยู่ในระดับมาก พบว่า ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาความรู้ความสามารถ และหัวหน้างานให้เกียรติท่านในการแสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา ท่านมีโอกาสดำเนินตำแหน่งตามความรู้ ความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 4.04 ลูกค้ายอมรับบริการจากท่านกล่าวชมการให้บริการในการขายของท่าน มีค่าเฉลี่ย 4.01 ท่านได้รับคำชมจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ความต้องการความสำเร็จในชีวิต มีค่าเฉลี่ย 4.26 อยู่ในระดับมาก พบว่า การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทำให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา ผลสำเร็จในการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.31 ท่านมีความภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ท่านปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ท่านดีใจ เมื่อผู้บังคับบัญชาแสดงความชื่นชมต่อความสำเร็จใน

งานของท่าน มีค่าเฉลี่ย 4.21 ท่านมีโอกาสก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในหน้าที่ โดยได้รับมอบหมายงาน มีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สมัครงานที่แตกต่างกัน ทักษะของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน

เพศ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านรายได้ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านความก้าวหน้าของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านการยอมรับของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านรายได้ของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติด้านความมั่นคงของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ส่งผลต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตรีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ผู้วิจัยจะอภิปรายตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยเชิงสถิติต่างๆ พบว่า รายได้รวมต่อเดือน ส่งผลต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวัฒน์ชัย ชัยวงค์ ทัศนคติของผู้สมัครงานต่อตำแหน่งพนักงานขาย (2556) ผลงานวิจัยกล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท มีทัศนคติต่อตำแหน่งพนักงานขายว่ามีรายได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือนเกิน 20,000 บาท

ปัจจัยแรงจูงใจ ที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อัจฉรา หอมจรรยา ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (2546) ผลงานวิจัยกล่าวว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเลือกอาชีพ ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความมั่นคงในงาน ความมีชื่อเสียงของหน่วยงาน โอกาสในการแสดงความรู้ความสามารถ และโอกาสในการพัฒนาตนเอง และพบผลงานวิจัยของฉลัญดา อิ่มเพชร คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า ตรีศึกษาห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาเซ็น (เวสต์เทรคเซ็นเตอร์) (2545) ผลงานวิจัยกล่าวว่า คุณภาพชีวิตของพนักงานขายแตกต่างกันไปในแต่ละด้าน คือ ด้านคุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับสูง เช่น คอมมิชชั่น และโอกาสในการได้รับสวัสดิการ แสงสว่างและเครื่องขยายเสียงในการทำงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา ความภาคภูมิใจในองค์กร เป็นต้น คุณภาพชีวิตที่อยู่ในระดับกลาง เช่น เกียรติของงาน สวัสดิการ ความปลอดภัยในการทำงาน โอกาสก้าวหน้า โอกาสในการศึกษาเพิ่มเติม การได้รับการยกย่อง ความยุติธรรมในการประเมินผลงาน การมีส่วนร่วมในการ

แสดงความคิดเห็น ความผูกพันต่อองค์กร เป็นต้น ส่วนคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับต่ำ เช่น เงินเดือน คุณภาพอาหาร น้ำดื่ม ห้องน้ำ ความมั่นคงในอาชีพ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ปัจจัยทัศนคติ

1. ด้านรายได้ ผู้สมัครงานได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดย มีความคิดเห็นว่ายิ่ง ข้นรายได้ยิ่งสูง เป็นอันดับแรก และรองลงมาได้แก่ การได้รับค่าคอมมิชชั่นมาก และเป็นตำแหน่งที่มี เงินเดือนสูง ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสนใจในเรื่องการให้ค่าตอบแทนกับผู้ที่ได้รับ การคัดเลือกเข้ามาทำงานให้มีความเหมาะสม ทั้งด้านอายุงานและวุฒิการศึกษา

2. ด้านความมั่นคง ผู้สมัครงานได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดย มีความคิดเห็น ว่า หากบริการดี ลูกค้าก็จะให้การสนับสนุน เมื่อห่างๆอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้ เป็นอันดับแรก และ รองลงมาได้แก่ มีความมั่นคงเพราะได้ทำงานกับบริษัทใหญ่ที่เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็น อาชีพที่มีสวัสดิการดี สามารถทำงานได้นานเท่าที่ต้องการ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรสร้าง ภาพลักษณ์ นโยบายการดำเนินงานต่างๆ การช่วยเหลือ หรือสนับสนุนบุคลากรต่างเหตุและผลที่ สมควร เพื่อให้บุคลากรเกิดความรักและผูกพันกับองค์กร และรู้สึกถึงความมั่นคงให้ความปลอดภัย ในการดำเนินชีวิตของบุคลากรต่อไป

3. ด้านความก้าวหน้าผู้สมัครงานได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็น ว่าการตั้งใจทำงานก็มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เป็นอันดับแรก และรองลงมาได้แก่ มีโอกาส ได้รับการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน เนื่อง ด้วยบุคคลใดๆ ต่างก็ต้องการความก้าวหน้า และพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองอยู่เสมอแล้วนั้น ดังนั้นการทำงานจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์และเป็นพื้นที่ที่แสดงความสามารถของบุคลากรอย่างชัดเจน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงความสามารถในการทำงาน แสดง ความคิดเห็นอยู่เสมอ เพื่อผลักดันให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้า และยัง ส่งผลให้องค์กรพัฒนาตามไปด้วย

4. ด้านการยอมรับผู้สมัครงานได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นตำแหน่งที่จำเป็นสำหรับห้างสรรพสินค้า และเป็นผู้สร้างรายได้ให้แก่ห้างสรรพสินค้า เป็น อันดับแรก และรองลงมาได้แก่ เป็นอาชีพที่ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ มีส่วนพัฒนาเศรษฐกิจของ

ประเทศ และเป็นอาชีพที่มีเกียรติ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการส่งเสริมหรือปรับแนวความคิดของสถานะของอาชีพให้เทียบเท่ากับอาชีพอื่น และสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพให้กับบุคลากร หากทำได้อาจมีแนวโน้มในการสรรหาพนักงานได้ง่ายขึ้น

5. ด้านคุณภาพชีวิตผู้สมัครงานได้ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่า สถานที่ทำงานสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศสบาย น่าทำงาน เป็นอันดับแรก และรองลงมาได้แก่ เดินทางสะดวกเพราะห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ในแหล่งรวมการคมนาคมขนส่ง มีสิทธิซื้อสินค้าในราคาพิเศษ สภาพการทำงานไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ และเป็นอาชีพที่ไม่เคร่งเครียดกับการทำงานมากนัก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมที่ผ่อนคลายความเครียด และดูแลสุขภาพให้กับบุคลากร นอกจากนี้ภาพลักษณ์ที่จะทำให้ผู้สมัครงานก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผลที่ได้ด้านสถานที่ทำงาน มีคะแนนเป็นอันดับแรก

ผลการสัมภาษณ์

ทัศนคติของพนักงานชายที่ผ่านทดลองงานต่อการทำงานตำแหน่งพนักงานขาย พนักงานมาสมัครงานด้วยการแนะนำจากเพื่อน ต้องการงานด้านการขาย มีความต้องการด้านร่างกาย คือ รายได้ที่ดี มีสวัสดิการ ร้านอาหารสำหรับพนักงาน และความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง บริษัทมีชื่อเสียงและงานมีความมั่นคง มีผลต่อทัศนคติด้านรายได้และด้านความมั่นคง หากตั้งใจทำงานก็จะสามารถทำงานและเก็บออมเงินได้ อีกทั้งยังได้รับการอบรมและสอนงานจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน

ทัศนคติพนักงานชายที่มีอายุงาน 2 ปีขึ้นไปต่อการทำงานตำแหน่งพนักงานขาย พนักงานได้รับการแนะนำให้มาทำงานที่ห้าง เนื่องจากห้างสรรพสินค้าเป็นบริษัทใหญ่ มีความมั่นคง มีแรงจูงใจด้านร่างกาย ต้องการรายได้ ได้ค่าคอมมิชชั่นมาก มีสวัสดิการต่างๆ ชอบการทำงานในห้างสรรพสินค้า ห้างสรรพสินค้าเป็นเหมือนบ้านหลังที่ 2 มีการทำงานที่เป็นระบบ มีผลต่อทัศนคติด้านรายได้และด้านความมั่นคง ได้ค่าคอมมิชชั่น มีสวัสดิการดี ได้รับการส่งเสริมสนับสนุน เข้ารับการอบรมด้านต่างๆ เช่น เทคนิคการขาย ภาษาอังกฤษ มีการสอบเพื่อเลื่อนตำแหน่ง ทำงานมานาน มีความผูกพันกับองค์กร มีความตั้งใจในการทำงาน มุ่งมั่นในการขายสินค้า หากขายสินค้าได้มาก ก็จะได้ค่าคอมมิชชั่นมาก อยากให้มีการเพิ่มค่าคอมมิชชั่น

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้านการสรรหาและว่าจ้าง

คุณธวัช ทองอินทร์ ผู้อำนวยการฝ่ายสรรหาและว่าจ้าง กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ให้ความคิดเห็นว่า ผลการวิจัยที่บอกว่า ปัจจัยส่วนบุคคล รายได้รวมต่อเดือน ส่งผลต่อทัศนคติด้านคุณภาพชีวิตของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีนั้น เหตุผลที่ผู้สมัครงานเลือกมาสมัครงานกับบริษัท เนื่องจากบริษัทมีความมั่นคง ห้างสรรพสินค้ามีหลายสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ ผู้สมัครงานสามารถเลือกสถานที่ทำงานใกล้ที่พัก เดินทางสะดวก เพราะห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ในย่านที่มีการคมนาคมสะดวก คนมาทำงานอาจเคยเป็นลูกค้า สัมผัสคุ้นเคยกับสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม ทันสมัย มีบรรยากาศน่าทำงาน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิตส่งผลต่อทัศนคติ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับ และด้านคุณภาพชีวิต หากมีตำแหน่งระดับหัวหน้างาน และมีการพิจารณาพนักงานเพื่อเลื่อนตำแหน่ง ในฐานะของหัวหน้างาน หากพนักงานมีความพร้อมด้านอายุงาน ผลการปฏิบัติงาน ประวัติส่วนบุคคล วุฒิการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งในข้อพิจารณา เพราะตำแหน่งพนักงานขายรับสมัครตามค่าการทำงาน รับสมัครวุฒิก่อนศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนต้น และมีอายุ 20 ปีขึ้นไป หากผู้สมัครจบการศึกษาสูงในระดับปริญญาตรี ความก้าวหน้าโอกาสย่อมมีมากกว่าคนอื่น พนักงานขายเป็นตำแหน่งที่จำเป็นสำหรับห้างสรรพสินค้า เพราะฉะนั้น พนักงานขายที่ดีมีคุณภาพควรจะต้องมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ เนื่องจากธุรกิจห้างสรรพสินค้าเป็นธุรกิจการให้บริการ มี Sense of Service มีมาตรฐานในการให้บริการ ธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันสูงมากในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พนักงานมีความพยายาม พนักงานขายต้องเปลี่ยนตามบริบทของลูกค้า มีวินัยในตนเอง ตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์ และเข้าใจเป้าหมายในการทำงาน พนักงานที่มีอายุงานนาน เพราะปัจจัยรายได้และสวัสดิการ ลำดับถัดมาคือ โอกาสความก้าวหน้าทางอาชีพ มีการจัดอบรมพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ และได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน มีเพื่อนร่วมงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีในการทำงาน อีกทั้ง บริษัทฯ มีความมั่นคง เพราะธุรกิจยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 ข้อเสนอแนะต่อฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

ภายหลังจากการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จากการวิจัยนี้มอบให้กับแผนกสรรหาและคัดเลือก ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด ไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยนำไปปรับใช้ในการสรรหาคัดเลือก พัฒนาและรักษาให้พนักงานอยู่กับองค์กรต่อไป

ด้านนโยบายการจ่ายค่าตอบแทน

บริษัทฯ ควรออกแบบ โครงสร้างค่าจ้างและค่าตอบแทนให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน มีความเหมาะสมกับตลาดแรงงานในธุรกิจค้าปลีกและแข่งขันกับคู่แข่งได้ ในพื้นที่เขตธุรกิจ (Central Business District) มีการกำหนดค่าตอบแทนที่สูงกว่าเขตอื่นๆ เพื่อจูงใจในการรับสมัครงาน มีการเพิ่มค่าประสบการณ์สำหรับผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานตำแหน่งพนักงานขายมาก่อน มีการให้สวัสดิการค่าเดินทางพิเศษสำหรับสาขาที่เดินทางยาก กำหนดการจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้น่าสนใจ มีการจ่ายค่าคอมมิชชั่นแบบรายบุคคล เป้าแผนก เป้าสาขา รายเดือน รายไตรมาส รายปี เพื่อดึงดูดการทำงานในตำแหน่งพนักงานขาย มีการจัดกะการทำงานแบบ Flexible Hour โดยทำงานครบ 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ อาจไม่ต้องทำงานทุกวันหรือได้หยุดงานมากกว่า 1 วันต่อสัปดาห์

ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา

มีการฝึกอบรมและพัฒนาเกี่ยวกับการขาย การให้บริการ เทคนิคการขายอยู่เสมอ มีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนมาก รวมถึงห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล โรบินสัน และร้านซูเปอร์สปอร์ตตั้งสาขาที่ต่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม มีการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจน (Career Path) เพื่อก้าวขึ้นสู่การเป็นหัวหน้าแผนก โดยมีการจัดโครงการหลักสูตรพิเศษสำหรับพนักงานขาย หากผ่านเกณฑ์การพิจารณาก็สามารถขึ้นเป็นหัวหน้าแผนกได้ หากมีตำแหน่งงานว่าง ส่งเสริมการเลื่อนตำแหน่งภายในองค์กรแทนที่การสรรหาหัวหน้าแผนกจากภายนอก มีการมอบรางวัลพนักงานขายดีเด่น เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงาน และยังเป็น การเพิ่มขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานขาย

ด้านการดูแลและรักษาพนักงานให้อยู่กับบริษัท

มีการจัดพี่เลี้ยงคอยแนะนำการทำงานให้กับพนักงานขายตั้งแต่เข้าทำงานในวันแรก จนถึงช่วงผ่านการทดลองการทำงาน มีการจัดสิทธิพิเศษสำหรับพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานดีเด่น เช่น จัดทริปเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น มีการเปิดโอกาสให้พนักงานขายแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงาน เครื่องมือในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน มีการจัดให้คำปรึกษา (Counseling) โดยจัดผู้เชี่ยวชาญพูดคุยโทรศัพท์ให้คำปรึกษาปัญหาทุกอย่าง ทั้งเรื่องการทำงาน หรือเรื่องส่วนตัว มีการจัดมุมหรือห้องพักผ่อนให้กับพนักงาน สิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า รวมถึงการจัดสวัสดิการสำหรับครอบครัวของพนักงานด้วย เช่น การจัดท่องเที่ยวกับครอบครัว (Family Day)

5.3.3 ข้อเสนอแนะต่อผู้สมัครงาน

ก่อนเข้ารับการสัมภาษณ์ ควรมีการเตรียมตัวให้ดีและเหมาะสม ผู้สมัครงานควรมีการเตรียมตัวให้พร้อมในการสมัครงาน รวมถึงบุคลิกภาพ การแต่งกาย ควรวางแผนการเดินทาง โดยดูว่า

สถานที่สัมภาษณ์อยู่ที่ไหน การเดินทางไปอย่างไร และต้องใช้เวลาเดินทางเท่าไร อาจขอการสัมภาษณ์ก่อนล่วงหน้า หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริษัท หรือสินค้าที่ตนเองมีความสนใจ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์กีฬา และตำแหน่งงานที่ท่านสมัครเสียก่อน และในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้สมัครควรพูดคุยกันอย่างเปิดเผย แสดงให้เห็นว่ามีความต้องการที่จะทำงาน เตรียมตัวทดสอบพื้นความรู้ อาจเป็นการทดสอบเกี่ยวกับความรู้ความสามารถ ความถนัด สติปัญญา บุคลิกลักษณะ และความสนใจในงาน เป็นต้น

5.3.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ดังนั้น หากทราบพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาสมัครงานอาจทำให้การสรรหาในอนาคตมีกระบวนการในการสรรหาที่รวดเร็วและง่ายมากขึ้น
2. ควรทำการศึกษาเจาะกลุ่มผู้สมัครงานที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างหากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มผู้สมัครที่มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือกลุ่มผู้สมัครในตำแหน่งงานอื่นๆ เช่น ตำแหน่งพนักงานแคชเชียร์ เจ้าหน้าที่ป้องกันการสูญเสียบ เป็นต้น ซึ่งเป็นตำแหน่งงานที่มีความสำคัญกับธุรกิจการให้บริการและห้างสรรพสินค้า เนื่องจากจะเกิดความหลากหลายทางแนวคิดและเปิดโอกาสในการเข้าสมัครงาน และเข้าร่วมงานกับองค์กรต่อไป
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะที่เป็นเลิศของพนักงานขาย โดยใช้กลุ่มประชากรที่เป็นพนักงานขายที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ที่มีผลการประเมินการปฏิบัติงานเกรดดี เพื่อจะได้ทราบข้อมูลสิ่งที่ทำให้พนักงานขายสามารถปฏิบัติงานได้อย่างดีเลิศ เพื่อนำไปพัฒนาปรับใช้กับพนักงานขายคนอื่นต่อไป

บรรณานุกรม

- แขนภา สีนะทิพย์. 2552. แรงจูงใจในการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต2. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จุมพฏ กาญจนกำจร. 2555. คุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขาย. เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2557 เข้าถึงได้จาก http://www.hrcenter.co.th/column_detail.php?column_id=1031&page=1
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. 2538. ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม. โครงการบัณฑิตศึกษา. พัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิราวรรณ ห่วงกระโทก. 2548. ปัจจัยแรงจูงใจและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการตลาดแบบเครือข่าย กรณีศึกษา บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ, เนรมิตการพิมพ์.
- ณลญาดา อิ่มเพชร. 2545. คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาเซ็น (เวสต์เทรคเซ็นเตอร์). สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, หลักสูตรพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2546. พฤติกรรมบุคคลในองค์กร. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์เจริญพัฒนา.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2542. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. คณะครุศาสตร์, สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด. <http://www.centralretail.com> เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2557
- วิชิต อุ๋น. 2553. การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วาสนา พัฒนานันท์ชัย. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วัฒนชัย ชัยวงศ์. 2556. ทัศนะของผู้สมัครงานต่อตำแหน่งพนักงานขาย. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิรัช สงวนวงศ์วาน. 2546. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ, โอเดียนสโตร์.
- สุทธิดา เกาวิเศษ. 2546. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัท ชัยนันท์อัครวิเมนท์ จำกัด. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. 2549. พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมสิทธิ์ สองประสม. 2550. การศึกษาทัศนคติของพนักงานต่อระบบประกันคุณภาพของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมยศ นาวิการ. 2540. การบริหารและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ, ผู้จัดการ.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. 2541. พฤติกรรมองค์กร : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิรินาถย์ กฤษณาธาร. 2552. ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด : วางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ, ดวงกมลสมัย.
- สุวิณณา เอกวัฒน์. 2546. คุณภาพชีวิตของลูกจ้างพนักงานในธุรกิจค้าปลีกห้างสรรพสินค้า วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว ปี 2556. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนเมษายน ปี 2556. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- อัจฉรา หอมจรรยา. 2546. ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของบัณฑิตใหม่ ระดับปริญญาตรี ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Alderfer, Clayton P. 1969. Alderfer's Existence relatedness Growth Theory. เข้าถึงเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2557 เข้าถึงได้จาก www.krirk.ac.th/education/article10.htm
- Maslow, A. H. 1970. Motivation and Personality, 2nd. Ed., New York, Harper & Row.
- Kotler, Philip. 1997. Marketing Management : Analysis, Planning, Implement, and Control. 9th ed., Prentice-Hall, Inc.

หมายเลขแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ทักษะคิดของผู้สมัครงานที่มีต่ออาชีพพนักงานขายของกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี :
กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการทำวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท การจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคิดและแรงจูงใจของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีที่มีต่ออาชีพพนักงานขาย

แบบสอบถามนี้เป็นข้อคำถาม ประกอบด้วย 3 ตอน จำนวน 7 หน้า

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับทักษะคิดของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย

ตอนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มธุรกิจ
ห้างสรรพสินค้า

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงด้วยตัวของท่านเอง การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 20 ปี 21 - 22 ปี
 23 - 24 ปี 25 - 26 ปี
 26 ปีขึ้นไป

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 - 11,000 บาท
 11,001 - 12,000 บาท 12,001 - 13,000 บาท
 มากกว่า 13,000 บาท

4. คณะที่จบ

- นิเทศศาสตร์ รัฐศาสตร์
 ศิลปศาสตร์ นิติศาสตร์
 บริหารธุรกิจ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. สถานะการทำงานปัจจุบันของท่าน

- มีงานทำ โปรดระบุ.....
ว่างงาน
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ประสบการณ์ในการทำงาน

- เคยทำงาน โปรดระบุระยะเวลาปีเดือน
 ไม่เคยทำงาน

7. ตำแหน่งงานล่าสุดที่เคยทำ

- พนักงานขาย แคชเชียร์
 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เจ้าหน้าที่ธุรการ
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้สมัครงานระดับปริญญาตรีต่ออาชีพพนักงานขาย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

พนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1)
ด้านรายได้					
1. เป็นตำแหน่งที่มีเงินเดือนสูง					
2. ได้รับค่าคอมมิชชั่นมาก					
3. ยิ่งขยันรายได้ยิ่งสูง					
ด้านความมั่นคง					
1. สามารถตั้งตัวและสร้างฐานะได้					
2. เป็นอาชีพที่มีสวัสดิการดี					
3. หากบริการดี ลูกค้าก็จะให้การสนับสนุน เมื่อห้างฯอยู่ได้ พนักงานก็อยู่ได้					
4. สามารถทำงานได้นานเท่าที่ต้องการ					
5. มีความมั่นคงเพราะได้ทำงานกับบริษัทใหญ่ที่เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง					
ด้านความก้าวหน้า					
1. ตั้งใจทำงานก็มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง					
2. มีโอกาสเลื่อนตำแหน่งเป็นหัวหน้างาน					
3. มีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง					

พนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1)
ด้านการยอมรับ					
1. เป็นอาชีพที่มีเกียรติ					
2. เป็นตำแหน่งที่จำเป็นสำหรับ ห้างสรรพสินค้า					
3. เป็นอาชีพที่ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อถือ					
4. เป็นผู้สร้างรายได้ให้แก่ ห้างสรรพสินค้า					
5. มีส่วนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ					
ด้านคุณภาพชีวิต					
1. สถานที่ทำงานสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศสบายน่าทำงาน					
2. มีสิทธิซื้อสินค้าในราคาพิเศษ					
3. เดินทางสะดวกเพราะ ห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ในแหล่งรวมการ คมนาคมขนส่ง					
4. เป็นอาชีพที่ไม่ต้องเคร่งเครียดกับการ ทำงานมากนัก					
5. สภาพการทำงานไม่มีผลกระทบต่อ สุขภาพ					

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการสมัครงานตำแหน่งพนักงานขาย กลุ่มห้างสรรพสินค้า

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

แรงจูงใจในการสมัครงาน ตำแหน่งพนักงานขาย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1)
ความต้องการด้านร่างกาย					
1. สวัสดิการต่างๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การตรวจสุขภาพประจำปี มีความเหมาะสม					
2. ระยะทางในการเดินทางไปทำงานไม่ ไกลจนเกินไป					
3. มีร้านอาหารสวัสดิการ ราคาประหยัด สำหรับพนักงาน					
4. มีการให้เครื่องแบบพนักงาน					
5. มีพยาบาลดูแลภายในที่ทำงาน					
ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง					
1. ห้างสรรพสินค้ามีความปลอดภัยเพียงพอ ในการปฏิบัติงาน					
2. สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เช่น แสง สว่าง เสียง อุณหภูมิ ความสะอาด มีความ เหมาะสมในการปฏิบัติงาน					
3. ห้างสรรพสินค้าเป็นองค์กรที่มีความ มั่นคงในการทำงาน					
4. ห้างสรรพสินค้ามีการเตรียมความพร้อม และมีมาตรการในการจัดสภาพการทำงาน เพื่อป้องกันอุบัติเหตุหรือวินาศภัยต่างๆ					
5. บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง					

แรงจูงใจในการสมัครงาน ตำแหน่งพนักงานขาย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1)
ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม)					
1. ผลงานของท่านได้รับการยอมรับจาก บุคลากรภายในองค์กร					
2. ผู้บังคับบัญชากล่าวชมเชยผลการ ปฏิบัติงานของท่าน					
3. ท่านได้รับการแสดงความยินดีจากเพื่อน ร่วมงาน เมื่อท่านปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ					
4. ผู้บังคับบัญชาขอรับฟังความคิดเห็นที่ ท่านเสนอ					
5. ท่านมีโอกาสแสดงความสามารถในการ ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่					
ความต้องการการยกย่อง					
1. ท่านมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งตาม ความรู้ ความสามารถ					
2. ท่านได้รับการสนับสนุนจากองค์กรใน การพัฒนาความรู้ ความสามารถ เช่น การศึกษาต่อ ฝึกอบรม เป็นต้น					
3. ท่านได้รับคำชมจากเพื่อนร่วมงานและ หัวหน้างาน					
4. หัวหน้างานให้เกียรติท่านในการแสดง ความคิดเห็น					
5. ลูกค้าที่รับบริการจากท่านกล่าวชมการ ให้บริการในการขายของท่าน					

แรงจูงใจในการสมัครงาน ตำแหน่งพนักงานขาย	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย ปาน กลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อย ที่สุด (1)
ความต้องการความสำเร็จในชีวิต					
1. ท่านมีความภูมิใจในความสำเร็จของงาน ที่ท่านปฏิบัติ					
2. ท่านมีโอกาสก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นใน หน้าที่ โดยได้รับมอบหมายงาน ได้ปฏิบัติ หน้าที่ที่มีความสำคัญกับองค์กร					
3. ท่านดีใจ เมื่อผู้บังคับบัญชาแสดงความ ชื่นชมต่อความสำเร็จในงานของท่าน					
4. ผลสำเร็จในการปฏิบัติงานทำให้เกิด กำลังใจที่จะพัฒนางานให้ดีขึ้น					
5. การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ทำให้เกิดผล สำเร็จในการปฏิบัติงาน					

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม