

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต  
บริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร  
FACTORS INFLUENCING THE PERFORMANCE MOTIVATION OF  
PRODUCTION EMPLOYEES COSMETICS MANUFACTURING  
COMPANY IN LAT PHRAO, BANGKOK

ชนิดา อินอ่ำ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ พนักงานฝ่ายผลิตของบริษัทผลิต เครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 382 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ซึ่งได้ จากการคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงร้อยละ 51.50 มีอายุไม่เกิน 30ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มี สถานภาพโสด รายได้อยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขต ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อ แรงจูงใจ ด้านความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการได้รับการเลื่อน ตำแหน่ง ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านความ รับผิดชอบในการทำงาน ด้านสภาพในการทำงาน และ ด้านความสำเร็จในการทำงาน

**คำสำคัญ :** ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยตัวกระตุ้นในการทำงาน, แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

## ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the conducted on the motivation of the employees of cosmetic manufacturing companies in Lat Phrao, Bangkok. (2) Compare the motivation of the manufacturing staff of cosmetics companies in in Lat Phrao, Bangkok, classified by personal factors.in the manufacturing department of cosmetics companies in Lat Phrao, Bangkok. The research methodology was quantitative research. The population were 382 people in cosmetics manufacturing staff in Lat Phrao, Bangkok. The sample group of 200, calculated from Taro Yamane's formula, used questionnaires as tools to collect data. Statistics used in the analysis include frequency, percentage, average, standard deviation and multiple regression analysis. The research findings were found that: (1) the majority of the respondents were 51.50 percent of the respondents, under 30 years of age. Most of them had lower education than bachelor's degree and income was 15,000-20,000 baht. (2) Compare the motivation of cosmetic manufacturing staff in Lat Phrao, Bangkok. classified by personal factors, with a statistically significant difference of 0.05 Individual factors were found to have the greatest impact on motivation for work progress, followed by promotion, recognition, responsibility for work, working conditions and job success.

**Keyword :** Personal Factors, Motivators At Work,

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตขององค์การมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต้องอาศัยทรัพยากรพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์การ อาทิ เงินทุน เครื่องจักร บุคลากร เครื่องมืออุปกรณ์ วิธีการและการดำเนินการ เป็นต้น และหากพูดถึงทรัพยากรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในองค์การ คือ ทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้องค์การนั้นประสบผลสำเร็จ องค์การที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่นั้นมีความใส่ใจในเรื่องของการทุ่มเททรัพยากรมนุษย์ทางด้านงบประมาณ สนับสนุนแนวทางการคัดเลือกดูแลรักษารวมไปถึงการพัฒนาอย่างเต็มที่ (อุษา ศิริสาคร,2562) ย่อมส่งผลต่อการดำเนินงานหรือดำเนินธุรกิจที่เป็นรูปธรรม พนักงานที่อยู่ในองค์การไม่ว่าจะเป็นสายการผลิตหรือสายสนับสนุนล้วนมีความสำคัญต่อองค์การเป็นอย่างมาก ที่ทำงานอย่างทุ่มเท ด้วยร่างกายแข็งแรง ความรัก ความผูกพัน

และความพึงพอใจ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริหารควรใส่ใจ และต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเสียบุคลากรเหล่านั้นที่มีความสำคัญต่อองค์กร ทางองค์กรจึงมีความเป็นที่จะสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อรักษาบุคลากรทุกฝ่ายให้อยู่คู่กับองค์กรได้อย่างยั่งยืนเนื่องจากแรงจูงใจเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้ผลิงานออกมาได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งบุคลากรที่ได้รับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานย่อมมีขวัญและกำลังใจที่จะปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืน และคงทน

ในการดำเนินการเสริมสร้างให้บุคคลนั้นทำงานได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ นอกจากเพื่อให้เกิดพฤติกรรมในการทำงานที่ดี ยังเน้นบรรยากาศในการทำงานซึ่งทำให้ผู้ปฏิบัติได้ทำงานอย่างมีความสุข ความสบายใจและความเต็มใจ เพื่อให้ผลบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ (ทัศนีย์ เอี่ยมสะอาด, 2561) โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรฝ่ายผลิตที่ต้องใช้แรงงานในการดำเนินงานเป็นหลัก แรงจูงใจจึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาในเชิงบวก เช่น มีความสุขในการปฏิบัติงาน การประสานงานร่วมมือเป็นทีม การ ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตรงตามเป้าหมาย ในขณะที่หากบุคลากรไม่มีแรงจูงใจและความพึงพอใจจะทำให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาในเชิงลบ ในการบริหารงานผู้บริหารต้องทำการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานในการทำงาน เพื่อสร้างความคิดเห็นที่ดีในการทำงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ในขณะที่เดียวกันก็ต้องตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงานด้วย จึงจะก่อให้เกิดการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และก่อให้เกิดความคิดเห็นที่ดีแก่องค์กร (กัมพล นรพัลลภ, 2563) หรือการพัฒนาองค์กรให้ได้รับความสำเร็จสูงสุด ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักขององค์กรทุกองค์กร

การมองในอีกมุมหนึ่ง คือ เป็นมุมมองของพนักงานที่รักและต้องการทำงานกับองค์กรต่อไปเรื่อยๆ หรือที่เรียกว่าพนักงานมีความมุ่งมั่นหรือการมีส่วนร่วมต่อองค์กรสูง (Engagement) และปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้พนักงานยังคงทำงานอยู่กับองค์กรต่อไป ซึ่งจะประกอบด้วย ค่าตอบแทนเงินเดือน เพื่อนร่วมงานหัวหน้างาน ลักษณะงานที่ทำ โอกาสความก้าวหน้าทางสายอาชีพรวมถึงโอกาสการเรียนรู้และการฝึกอบรม (ประคัลภ์ ปันตพลังกูร, 2565) และอาจจะสงสัยว่าอะไรที่เป็นแรงกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มความสามารถความสามารถและมีประสิทธิภาพและทำงานอยู่กับองค์กรนั้นไปนานนานสิ่งสิ่งนั้นจะใช่ผลตอบแทน และสวัสดิการหรือการถูกชมเชยหรืองานที่มีคุณค่าและมีความสำคัญ งานบางอย่างเชื่อว่าจะเป็นงานที่น่าสนใจเสมอไปและไม่สามารถคาดหวังให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นกับงานอยู่ตลอดเวลาได้ สิ่งที่น่ากังวล คือ ยังมีอีกหลายบริษัทที่ยังไม่เข้าใจถึงความสำคัญของแรงจูงใจของพนักงาน สามารถยกตัวอย่างได้เช่น ถ้าพนักงานที่มีแรงจูงใจในการทำงานเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีแรงจูงใจเลยคนเหล่านั้นจะมีความเฉื่อยชา เชื่องช้า หลีกเลียงงาน และหันไปสนใจกับสิ่งอื่นที่ดึงดูดความสนใจไปได้ง่ายกว่า (Workplace.com. 2023)

การขาดความสนใจในการทำงานดังกล่าวข้างต้น อาจส่งผลเสียต่อทั้งบริษัทที่ไม่สามารถสร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพหรือทำให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ และยังสามารถส่งผลต่อผู้อื่นในที่ทำงานใน

แห่งของขวัญและกำลังใจที่ทดถอยได้ แต่ในทางกลับกันหากพนักงานมีแรงจูงใจและมีความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นและตั้งใจ มีความภาคภูมิใจในผลงานของตนเอง พนักงานเหล่านี้จะมีแนวโน้มจะออกจากงานน้อยลงเมื่อเทียบกับพนักงานที่ไม่มีความสุข พนักงานเหล่านี้จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความคิดและทัศนคติเชิงบวก และอยากให้งานที่ทำออกมาดีรวมถึงเพื่อความพึงพอใจของตนเองและของบริษัท การที่มีพนักงานที่มีแรงจูงใจเป็นจำนวนมากในบริษัทส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้นด้วย จะมีการขาดงานลดลง พนักงานที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากภาพลักษณ์ของผู้บริหาร (Schwaiger และ Zehrer, 2022) ไม่ว่าจะเป็นในด้านของลักษณะงานที่ โอกาสในการทำงาน บรรยากาศในการทำงาน ความสะดวกสบายในชีวิตการทำงานหรือแม้กระทั่งรายได้หรือผลตอบแทน ซึ่งมีส่วนสำคัญอีกอย่างที่มีผลต่อความมุ่งมั่นและความผูกพันในองค์กรทำให้บุคลากรมีความเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรและอยู่กับองค์กรอย่างเต็มใจและมีความมุ่งมั่นที่จะพยายามปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร

จากข้อมูลที่ได้ศึกษามาดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอางในกรุงเทพมหานครโดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการปรับปรุงระบบการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทได้ เพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อเป็นการรักษาพนักงานที่ดีมีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำพูน
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

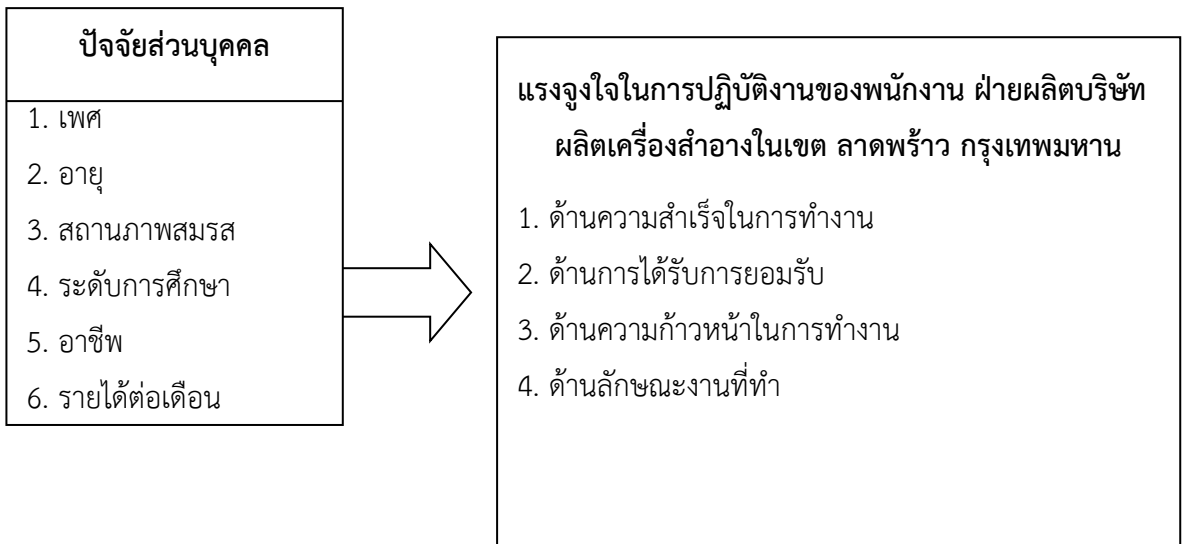
### สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ดังนี้

**ตัวแปรอิสระ**  
(Independent variables)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย**

**1. ประชากร (Population)**

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานฝ่ายผลิตของบริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขต ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 382 คน (ข้อมูลจากฝ่ายแผนบุคคล ภายในบริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 2566)

**2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample)**

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานฝ่ายผลิตของบริษัทผลิต เครื่องสำอางในกรุงเทพมหานครจำนวน 200 คน

**สรุปผลการวิจัย**

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต กรณีศึกษาบริษัทผลิตเครื่องสำอางในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานฝ่ายผลิตภายใน บริษัทผลิตเครื่องสำอางในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

## 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ส่วนใหญ่มี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีรายได้อยู่ที่ 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.00 ตามลำดับจากมากไปน้อย

1.2. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยจิตใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน พบว่า ผู้เข้าร่วม แบบสอบถามมีปัจจัยในเป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน ด้านความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.46$  , S.D. = 0.54) รองลงมาได้แก่ ด้านการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง ( $\bar{X} = 4.44$  , S.D. = 0.54) ด้านการได้รับการยอมรับ ( $\bar{X} = 4.41$  , S.D. = 0.55) ด้านความรับผิดชอบในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.29$  , S.D. = 0.55) ด้านสภาพในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.24$  , S.D. = 1.10) และด้านความสำเร็จในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.17$  , S.D. = 1.12) ตามลำดับจากมากไปน้อย

1.3. สรุปผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ผู้เข้าร่วมแบบสอบถามมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยในการทำงานมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$  , S.D. = 0.45) รองลงมาได้แก่ ด้านความมั่นคงในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.54$  , S.D. = 0.44) และด้านค่าจ้างเงินเดือน และสวัสดิการ ( $\bar{X} = 4.47$  , S.D. = 0.50) ตามลำดับจากมากไปน้อย

## 2. ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทผลิตเครื่องสำอางในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

2.1. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยตัวกระตุ้นที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเมื่อ จำแนก ตามเพศ ก่อนการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ผู้วิจัยมีความจำเป็นที่ จะต้องทดสอบความแปรปรวน (Variance) ของ 2 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศหญิง และ เพศชาย ว่า เท่ากันหรือไม่ด้วย สถิติ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

2.2. สถานภาพของพนักงานมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ที่ระดับ นัยสำคัญ 0.001 จากนั้น เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ช่วงสถานภาพที่มีผลต่อแรงจูงใจใน การปฏิบัติงานแตกต่างกันจำนวน 2 คู่

2.3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากนั้น เปรียบเทียบรายคู่ (Multiple comparison) ด้วยวิธี LSD พบว่า รายได้ เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ 4. พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัจจัยตัวกระตุ้นที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่ แตกต่างกันและ

พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันปัจจัยตัวกระตุ้นที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน

### 3. ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอาง ในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.658 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.001 กล่าวคือ มีสหสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงมาก ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทผลิตเครื่องสำอางในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ได้ ดังนี้ เมื่อพูดถึงเรื่องความมั่นคงของงาน กล่าวกันว่าพนักงานฝ่ายการผลิตมีแรงจูงใจด้านความมั่นคง ในการทำงานโดยรวมในระดับสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของช่อผกา หะราคุณโน( 2563) นักวิจัย เรื่องแรงจูงใจของพนักงาน บริษัท ยูซีซี เคทู จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยองค์การที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนและผลประโยชน์ นโยบายของบริษัท ความสัมพันธ์ภายใน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน มีส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ยูซีซี เคทู จำกัด ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงานมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ยูซีซี เค2 จำกัด มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพิชชาด้วย ศุศรีเทพประทาน( 2560) ผู้วิจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เอปซี จำกัด ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยของโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและความมั่นคงในการทำงานโดยทั่วไปมีแรงจูงใจในระดับสูงสุด และการพิจารณาแต่ละปัจจัยแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจในระดับสูง กล่าวอีกนัยหนึ่งพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน สำหรับแรงจูงใจในระดับปานกลาง เช่น การได้รับมอบหมายงานที่มีความต้องการสูง พนักงานจะรู้สึกว่ามีบริษัทตระหนักถึงงานของพนักงาน และสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีสองปัจจัยของ Hershberg( ทฤษฎีสองปัจจัย)( Frederick Herbere, 1959) การกล่าวถึงปัจจัยด้านสุขอนามัยจากมุมมองของความปลอดภัยของแรงงานเป็นแรงจูงใจให้พนักงานมีความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน ความมั่นคงในการทำงานช่วยให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจที่ดีขึ้น ขวัญกำลังใจเป็นสิ่งสำคัญทำให้ผลลัพธ์ที่ได้รับจากพนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และงานที่ฉันทัดคืองานที่นำมาซึ่งความมั่นคงทางอาชีพและการเงิน ซึ่งรวมถึงนโยบายการจัดการของหน่วยงานเพื่อช่วยให้คุณรู้สึกปลอดภัยในการทำงาน และในด้านค่าจ้าง เงินเดือน และสวัสดิการพบว่า โดยทั่วไปพนักงานฝ่ายผลิตมีแรงจูงใจด้านค่าจ้าง เงินเดือน และสวัสดิการอยู่ในระดับสูงสุด ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวภัทร ศรีสว่าง( 2562) ผู้วิจัยเรื่องสวัสดิการและค่าตอบแทนแรงงาน สำหรับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัย พบว่าสวัสดิการและค่าตอบแทน ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดปทุมธานี. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพันธุ์ จันธัญญาคาม( 2560) ด้วยที่ทำการวิจัยเรื่อง การวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความมุ่งมั่นขององค์กรของพนักงาน บริษัท ไอออน เมาน์เทน ประเทศไทย จำกัด ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความมุ่งมั่นของพนักงานต่อองค์กร ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน ความเป็นผู้นำ ค่าตอบแทน และผลประโยชน์เชื่อมโยงกับระดับสูงสุดของความมุ่งมั่นโดยรวมขององค์กร และสอดคล้องกับมุมมองของทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg( 1966) เชื่อกันว่าปัจจัยด้านสุขอนามัยเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้คนมีแรงจูงใจในการทำงาน ทำงานตลอดเวลาและองค์กรไม่สามารถขาดองค์ประกอบสนับสนุนได้ เพราะหากขาดองค์ประกอบเหล่านี้พนักงานก็อาจจะมีแนวโน้มไม่พอใจกับความรับผิดชอบในงานหรือองค์กรแต่การเพิ่มองค์ประกอบนี้ไม่ได้หมายความว่าพนักงานจะรู้สึกพอใจกับงานของตนเองมากขึ้น ความรับผิดชอบของคุณและไม่ได้ช่วยให้พนักงานมีแรงจูงใจในการส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานของตนเองมากขึ้น ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การเมืองและการบริหาร ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน วิธีการจัดการและควบคุมความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความปลอดภัยในสถานที่ทำงานและการรักษาความปลอดภัย สภาพการทำงานและค่าจ้าง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

อายุที่มีความแตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ทำให้พนักงานมี แรงหรือกำลังในการทำงาน และความอ่อนล้าในการทำงานที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควร กำหนดเวลาในการทำงานของพนักงานอย่างชัดเจนเพื่อให้พนักงานได้มีเวลาพักผ่อน คลายเหนื่อยจากการปฏิบัติงาน รวมไปถึง ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการควรมีวิธีการดูแลพนักงานเพื่อส่งเสริมแรงจูงใจที่จะปฏิบัติงานต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น ดูแลพนักงานทุกแผนก รวมทั้งดูแลพนักงานที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน อย่างเท่าเทียม

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ผู้วิจัยควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศอื่นๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ที่เป็น LGBTQ+ ค่อนข้างสูงจึงจะทำให้ทราบถึงปัจจัยตัวกระตุ้นที่มี ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตมากยิ่งขึ้น



2) ควรพิจารณาหาวิธีการวิจัยในลักษณะอื่นนอกเหนือจากการวิจัยแบบสำรวจ เพื่อให้ได้ ข้อมูลหลากหลาย ซึ่งอาจมีคำอธิบายแตกต่างไปจากวิธีการสำรวจ อาทิเช่น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือ วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method)

#### บรรณานุกรม

- กมลพร กัลยาณมิตร .(2559). **แรงจูงใจ 2 ปัจจัย พลังสู่ความสำเร็จ: ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ เฮอรัลด์ เฮิเบอร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory)** ที่มา : <http://acad.vru.ac.th/>
- นฤมล วิชัยประสิทธิ์ (2552). **ทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี.
- เขมจิรา ทองอร่าม .(2560). **แรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการ ทำงานของพนักงาน ฝ่าย ปฏิบัติการอุตสาหกรรม ฉีดขึ้นรูปพลาสติก ใน เขตประกอบการอุตสาหกรรมแพคตอรี แลนด์วังน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา**. สืบค้นจาก <http://grad.vru.ac.th>
- ชญัญญา อธิรศิลป์. 2551. **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานชาย บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)**. ภาคนิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- ฐนิตา ปัตตานี. 2546. **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. .
- ณัฐวัตร สนมหอม. 2550. **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน)**. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พวงเพชร วัชรอยู่. (2549). **แรงจูงใจในการทำงาน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ช่อผกา ทหาระคุณโน .(2561). **แรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูซีซี เคทู จำกัด**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS>
- CHRISTABELLA P. BUSHIRI .(2018). **the impact of working environment on employees' performance: the case of institute of finance management in dar es salaam region**. สืบค้นจาก <https://core.ac.uk>
- Chi-Manh Tran & Paul Idodo .(2022). **Employee work performance during the COVID-19 pandemic**. สืบค้นจาก <https://www.diva-portal.org>

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ .(2560). **ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg** สืบค้นจาก <http://www.me-abstract.ru.ac.th>
- พระพงษ์ศักดิ์ สนมโน (เกชวงค์รอด) .(2561). **องค์ประกอบเกี่ยวกับแรงจูงใจ** สืบค้นจาก <https://e-thesis.mcu.ac.th>
- วัชรศ เจริญกุล .(2563). **ประเภทของแรงจูงใจ** สืบค้นจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th>.
- พวงเพชร วัชรอยู่. **แรงจูงใจกับการทำงาน**. กรุงเทพฯ, ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ม.ป.ป., 2537.
- วนิดา เสนิเศรษฐ และ ชอบ อินทรประเสริฐกุล (2530). **มนุษย์สัมพันธ์ในองค์การ**. สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์ กรุงเทพฯ
- อรพินทร์ ชูชม. **แรงจูงใจในการทำงาน : ทฤษฎีและการประยุกต์** วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปีที่ 2, ฉบับที่ 2, หน้า : 52-61, 2555.
- ธัญทิพย์ ภิญโญชัยอนันต์. **แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์การและระดับความผูกพันต่อ องค์การ : กรณีศึกษาบริษัทสกลนคร โอเอ แอนด์คอมพิวเตอร์ จำกัด**. สารนิพนธ์หลักสูตร พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.
- รัศมี เอกณรงค์. **แรงจูงใจในการทำงานและคามพึงพอใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อ องค์การของพนักงาน (ระดับปฏิบัติการ) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2556.
- Ahn, T., Ryu, S., & Han, I. (2007). The impact of Web quality and playfulness on user acceptance of online retailing. *INF Manage*, 44(3): 263–275 .
- Anderson, E. W., Fomell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, market share, and profitability. *Journal of Marketing Research*, 58: 53-66.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (1998). *Contemporary marketing wired* (9<sup>th</sup> ed.). Orlando, FL: The Dryden.
- Boulding, K. E. (1975). *The Image: Knowledge in life and Society*. Michigan. The University of Michigan.
- Chernatony, L. (2009). Experts' views about defining services brands and the principles of services branding. *Journal of Business Research*, 46(2): 181-192
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2): 193 - 218.

- Crosby. (1988). *The eternally successful organization*. New York: McGraw-Hill.
- Ehrenberg, A. (1972). *Repeat buying*. London: Charles Griffin
- De Wulf, K., Odekerken-Schröder, G., & Iacobucci, D. (2001). Investments in consumer relationships: A cross-country and cross-industry exploration. *Journal of Marketing*, 65(4): 33–50.
- Ehrenberg, A. S. C. (1972). *Repeat-buying; Theory and application*. London Business School and Stern School NYU.
- Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service quality: Concepts and models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11(9): 144-150.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Stathakopoulos, V. (2010). An examination of effects of service quality and satisfaction on customer' s behavioral intention in eshopping. *Journal of service marketing*, 24(2): 142-156.
- Gronroos, C. (1982). *Strategic management and marketing in the public sector*. Finland: Swedish School of Economics and Business Management.
- \_\_\_\_\_. (1988). *Service quality: The six criteria of good service quality*. New York: St. John's University.
- Han & Ryu. (2006). *Recent Trends in Social and Behavior Science*. New York: Tayler & Francis Group.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37: 1762-1800.
- Jefkins, F. (1982). PR and the Marketing Mix. *Public Relations for Marketing Management*, 9(5): 29-63.
- Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Han, J., & Kim, J. (2012). Factor influencing internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Application*, 11(4): 374-387.
- Kim, H. J., Park, J., Kim, M. J., & Ryu, K. (2013). Does perceived restaurant food healthiness matter? Its influence on value, satisfaction and revisit intentions in restaurant operations in South Korea. *International Journal of Hospitality Management*, 33: 397-405.