

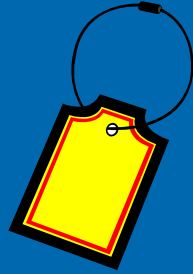
ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ในเขตฝั่งธนบุรี

(RELATIONSHIP OF MOTIVATION FACTORS TOWARD SALE
PEOPLE'S PERFORMANEC IN THONBURI AREA)



ทุนอุดหนุนมหาวิทยาลัยสยาม

2549

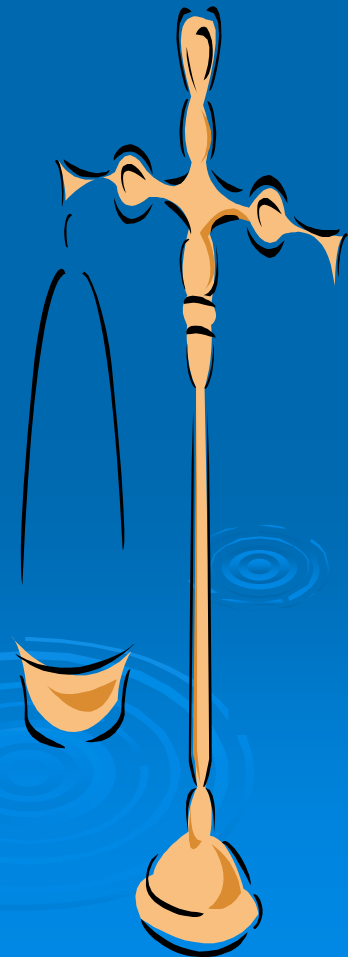


วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพแรงจูงใจของพนักงานขายอุตสาหกรรม
ในเขตฝั่งธนบุรี
2. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของพนักงานขายที่มี
ความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการ
ปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของพนักงานขายมีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



ขอบเขตของการวิจัย

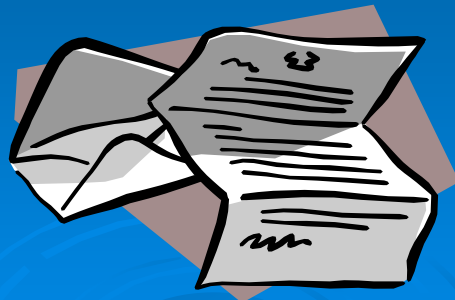


1. การศึกษาลักษณะทั่วไป ได้กำหนดตัวแปรคือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ตั้งแต่เริ่มต้น-ปัจจุบัน เงินเดือน และทัศนคติของพนักงานที่มีต่อองค์กรปัจจุบัน
2. การศึกษาสภาพแรงจูงใจขององค์กรธุรกิจ กำหนดตัวแปรคือ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ โบนัส นายหน้า (คอมมิชชั่น) ค่าน้ำมัน ค่าเสื่อมรถยนต์ ปฏิบัติงาน ค่าเดินทาง ค่าที่พัก และปัจจัยภายใน ได้แก่ การยกย่อง ชมเชย การสร้างความท้าทาย ความมั่นคงในการทำงาน ความภูมิใจกับองค์กรที่มีชื่อเสียง
3. ปัจจัยแรงจูงใจศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีของเฮิร์เบิร์ต (Herzberg



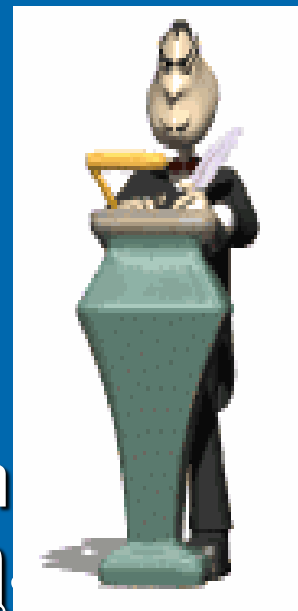
ขอบเขตของการวิจัย (ต่อ)

4. ศึกษาผลการปฏิบัติงาน ตัวแปรที่ศึกษาคือ ผลการปฏิบัติงานหรือผลการทำงานเมื่อเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา
5. การวิจัยครั้งนี้ทำการสำรวจจากพนักงานขายอุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรี โดยมีการกระจาย 15 เขตคือ คลองสาน จอมทอง ตลิ่งชัน ธนบุรี บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางขุนเทียน บางพลัด ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ หนองแขม ทวีวัฒนา บางแค ทุ่งครุ และบางบอน



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการสรรหาคุณสมบัติของพนักงานขาย อุตสาหกรรม
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลการวางนโยบาย การส่งเสริม การกระตุ้นจิตใจต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขายใน การสร้างยอดขายแก่องค์กรธุรกิจ
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางการทำวิจัย เรื่องที่เกี่ยวข้องกับ การจูงใจพนักงานขายหรือการบริหารงานขายต่อไป



ประชากร

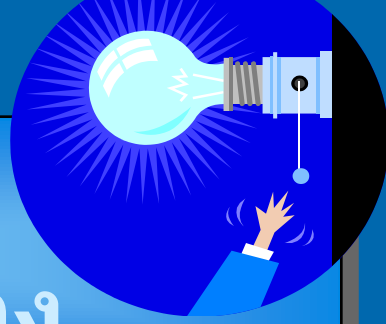
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขาย
อุตสาหกรรมในเขตผังธนบุรี ที่ดำเนินธุรกิจผลิตจาก
บัญชีรายชื่อโรงงานเขตผังธนบุรี 15 เขต มีจำนวน
ประชากรทั้งสิ้น 9,706 ราย

$$n = N / 1 + Ne^2$$

= 384 ราย และได้กำหนดเป็น

จำนวน 400 ราย





กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการศึกษาประชากร โดยผู้วิจัยได้กลุ่มสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากประชากร คือองค์กรธุรกิจที่ประกอบการอุตสาหกรรมในเขตฝั่งธนบุรี มีจำนวน 15 เขตพื้นที่ที่ได้แก่คือ คลองสาน จอมทอง ตลิ่งชัน ธนบุรี บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด ภาษีเจริญ บางขุนเทียน ราษฎร์บูรณะ หนองแขม ทวีวัฒนา บางแค ทุ่งครุ และบางบอน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากบัญชีรายชื่อของโรงงานในเขตฝั่งธนบุรี ปี พ. ศ 2547 (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย



คือ แบบสอบถาม โดย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมา-ปัจจุบัน และเงินเดือน มีลักษณะคำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question) และแบบคำถามเปิด (Open Question)

ส่วนที่2 เป็นคำถามแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในองค์กรธุรกิจ และ ทักษะพนักงานขายองค์กรปัจจุบัน เป็นคำถามเลือกตอบ (Multiple Choice Question)และคำถามระดับความคิดเห็น(Ordinal Scale)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (ต่อ)



ส่วนที่3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย มีลักษณะการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยทฤษฎีแรงจูงใจของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg)

ส่วนที่4 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นแบบคำถามเปิด(Open Question)

การเก็บรวบรวมข้อมูล



ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อที่ได้จากการสุ่มตามจำนวน โดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์ (Interview) โดยตรง โดยอธิบายข้อคำถามและสัมภาษณ์หรือแจกเพื่อให้กรอกแบบสอบถาม โดยมีการติดตามผ่านทางโทรศัพท์ และการกรอกแบบสอบถามผ่านทางโทรสารเพื่อตอบกลับ ในกรณีที่ไม้สะดวกในการเก็บช่วงเวลาการเดินทางไปพบ ทำการรวบรวมจนครบ 400 ชุด ใช้เวลาตั้งแต่ปี 2547-2548 ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล



(1) สถิติที่ใช้ในการพรรณนาข้อมูล (Descriptive Statistics)

สำหรับการวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
ปัจจัยแรงงูงใจของพนักงานขายองค์กรปัจจุบัน ข้อมูลการแสดง
ความคิดเห็นของปัจจัยแรงงูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ
พนักงานขาย ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency)
ร้อยละ(Percentage) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัย
แรงงูงใจในการปฏิบัติงานวิเคราะห์โดยใช้ค่า มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean)

การวิเคราะห์ข้อมูล(ต่อ)

(2) สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

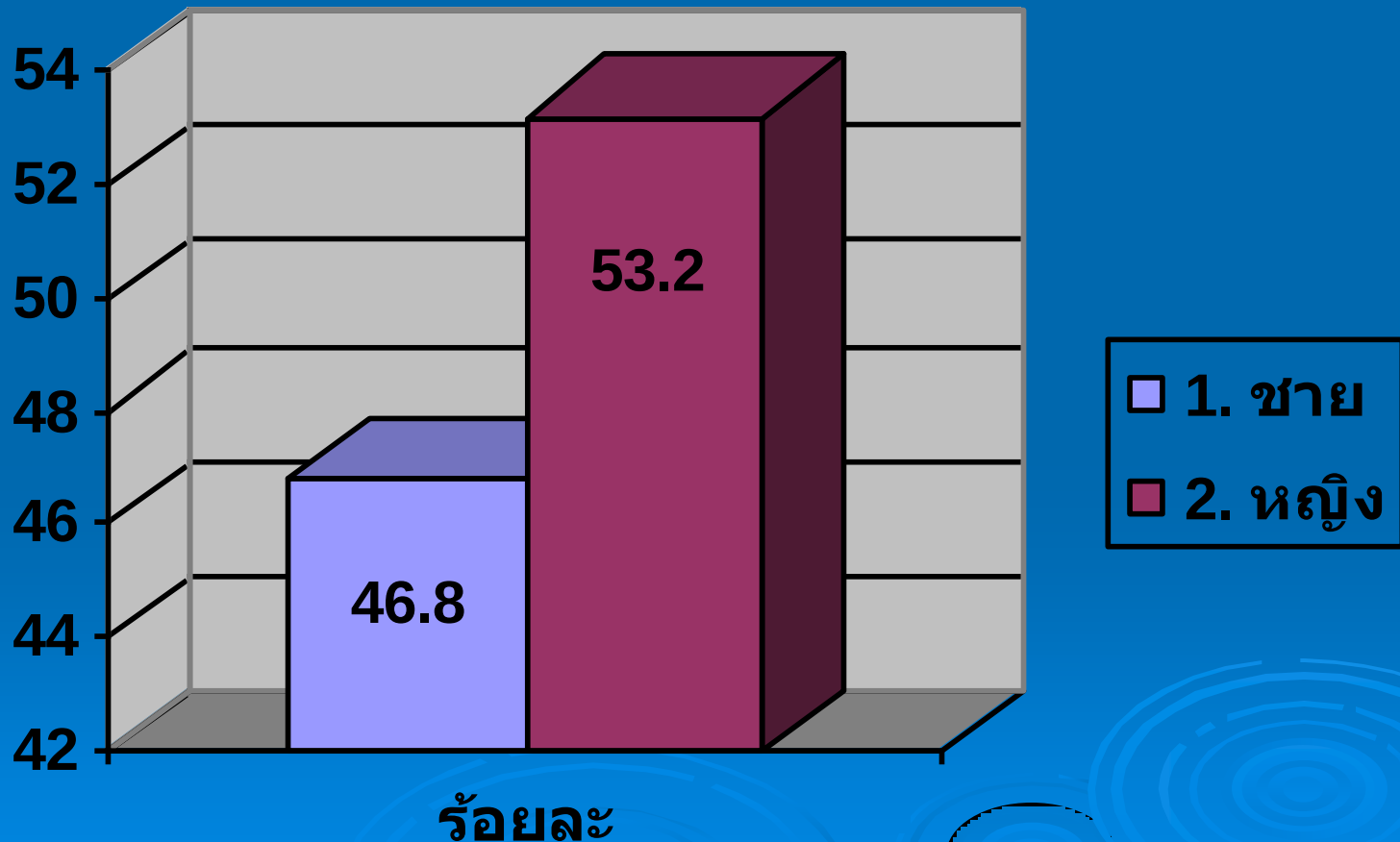


ทดสอบลักษณะทั่วไปของพนักงานขาย และทัศนคติพนักงานขายองค์กรปัจจุบันที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานหรือยอดขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายในการขายปีที่ผ่านมา ใช้สถิติการทดสอบ คือ ค่าไคสแควร์ (chi – Square test) และปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากผลการปฏิบัติงานหรือยอดขายเป็นข้อมูลอัตราภาพชั้น (Interval scales) ถูกปรับเป็นข้อมูลสถิติจากการทดสอบเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ใช้สถิติการทดสอบคือ สเปียร์แมน คอริเลชัน (Speaman Correlation)

อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

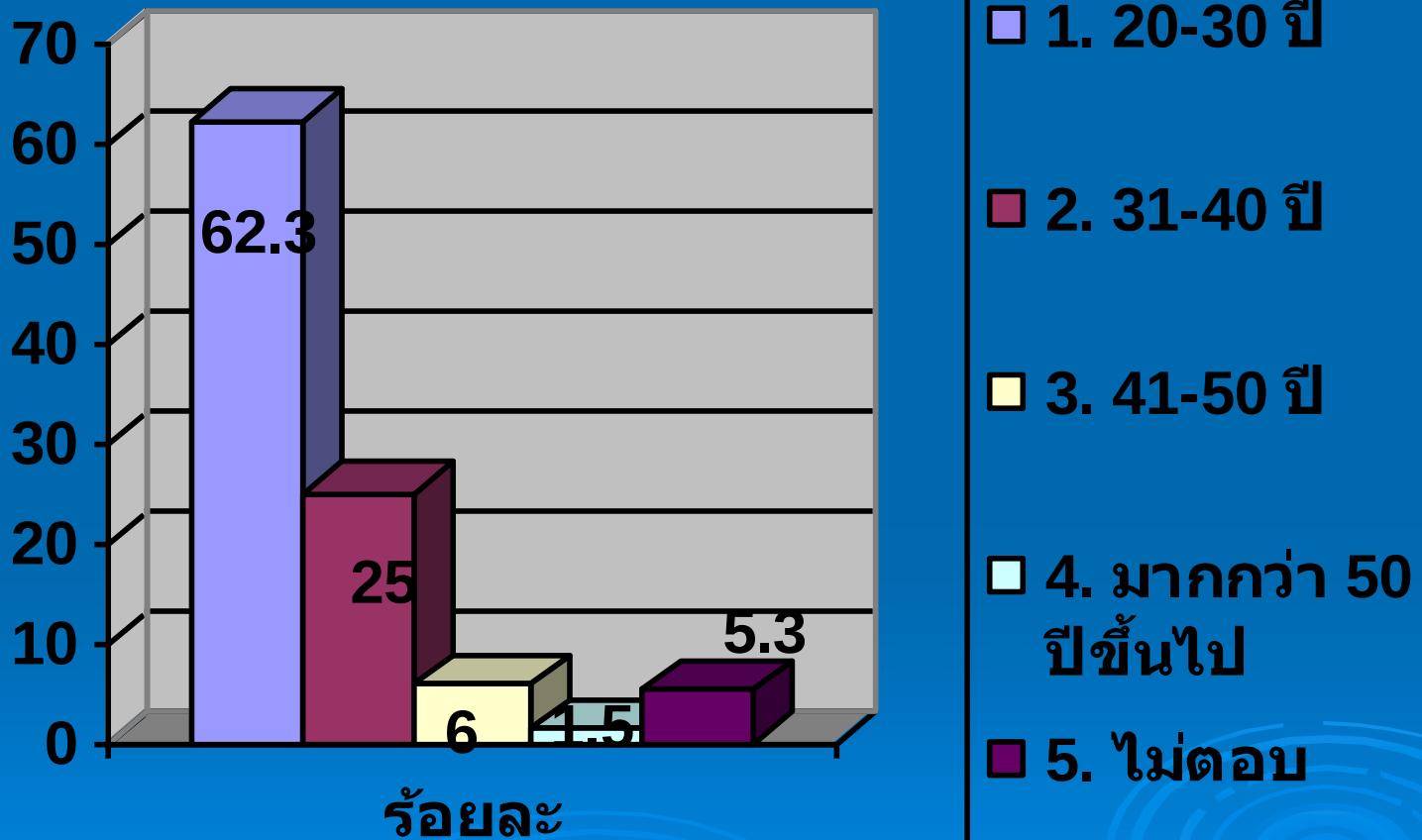


1. จำแนกตามเพศ



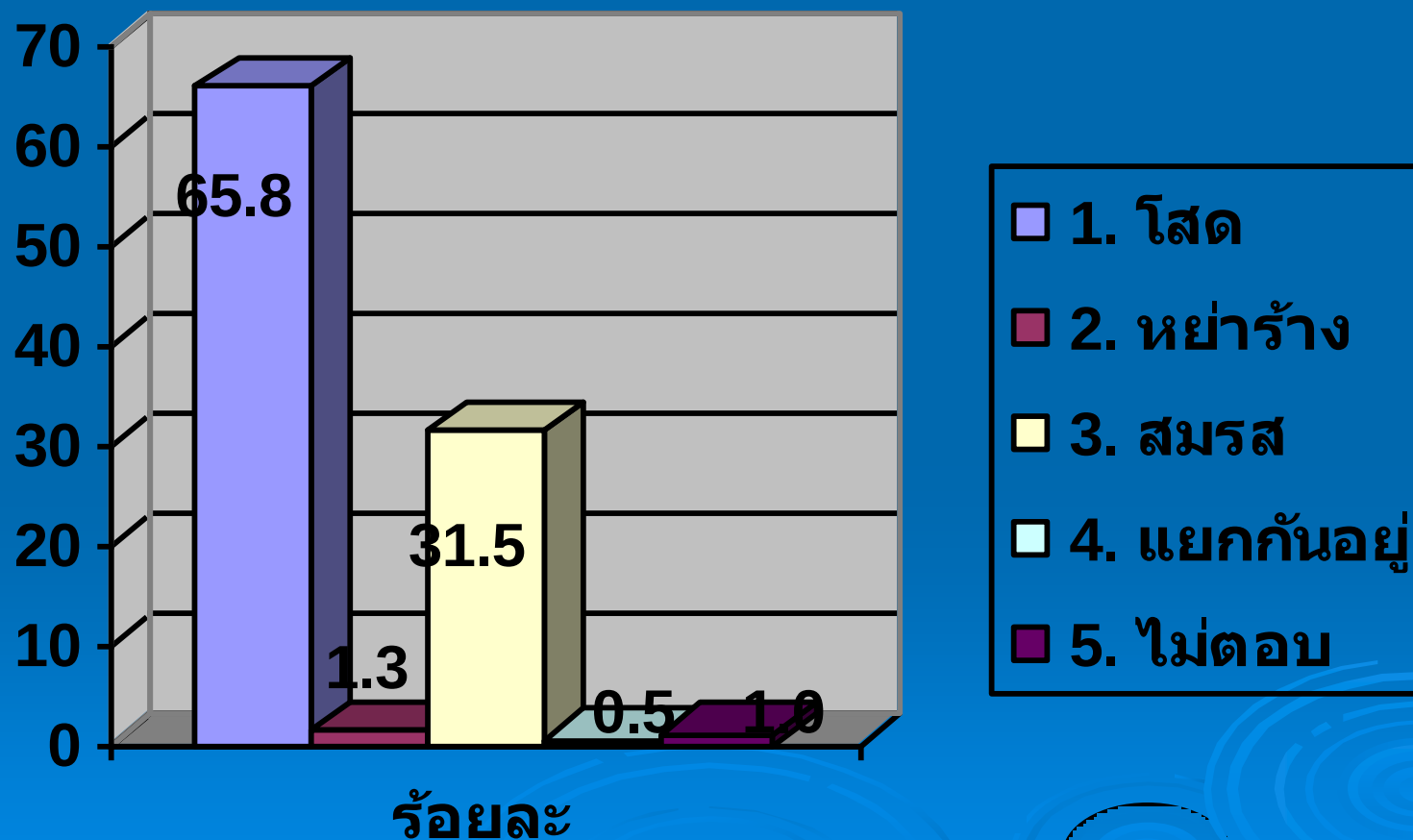
อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2. จำแนกตามอายุ



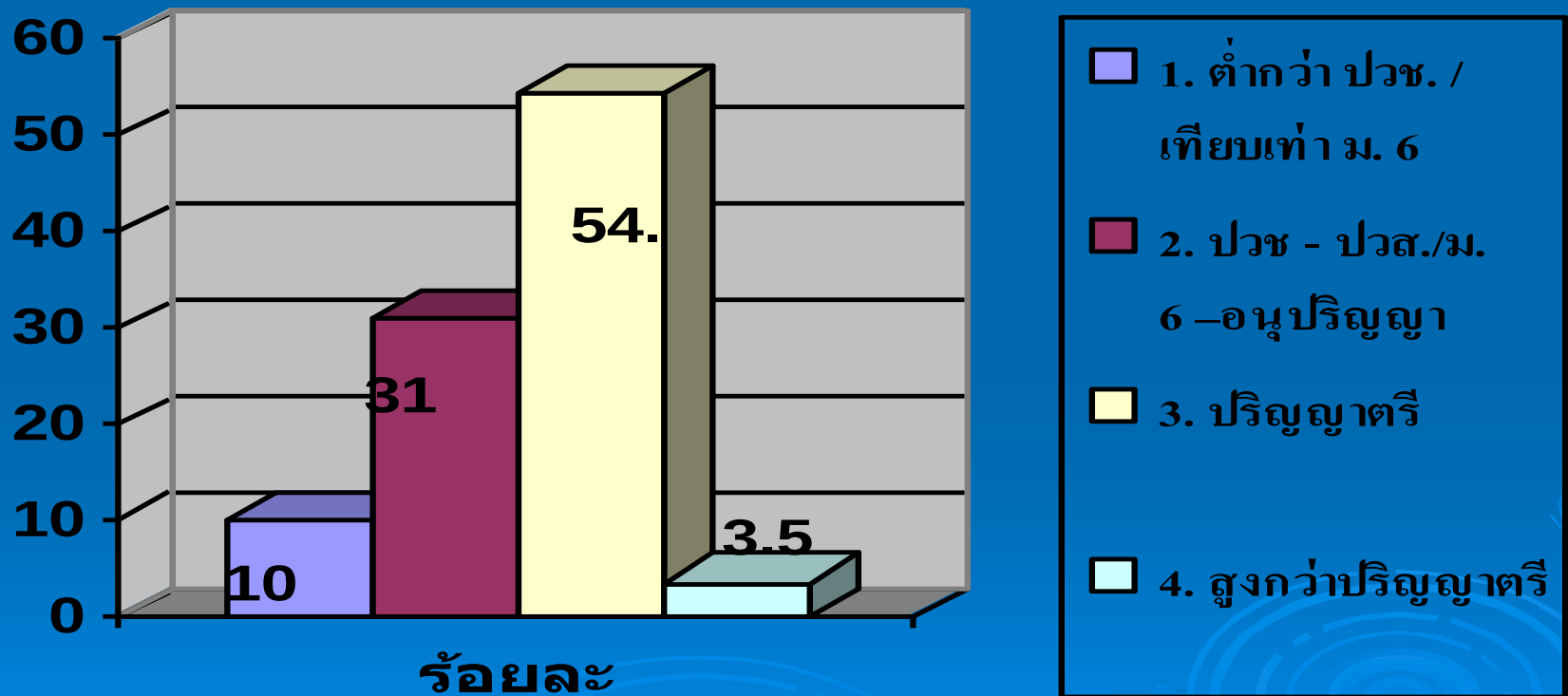
อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

3. จำแนกตามสถานภาพ



อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

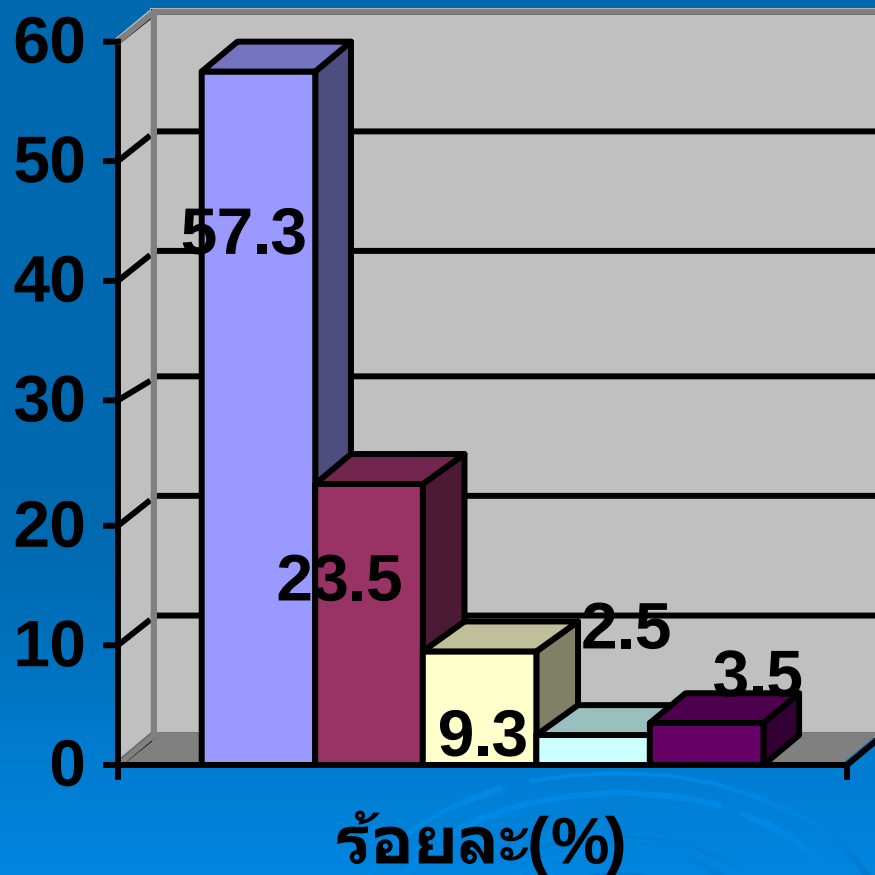
4. จำแนกตามระดับการศึกษา



อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง



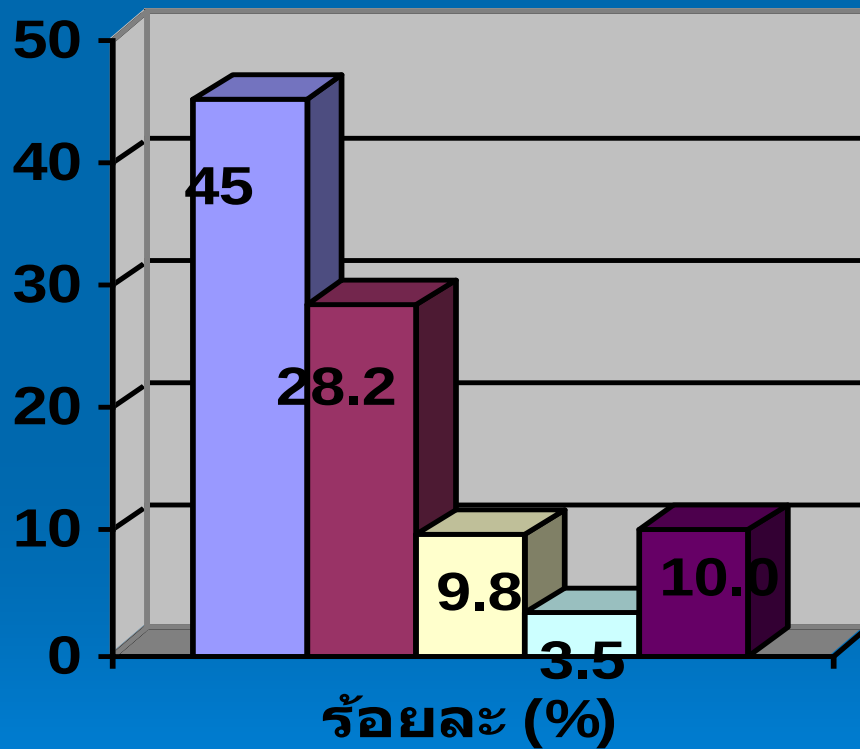
4. จำแนกตามประสบการณ์ทำงานขายตั้งแต่เริ่มต้น – ปัจจุบัน



- 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี
- 2. 6-10 ปี
- 3. 11-15 ปี
- 4. 16-20 ปี
- 5. มากกว่า 20 ปี ขึ้นไป

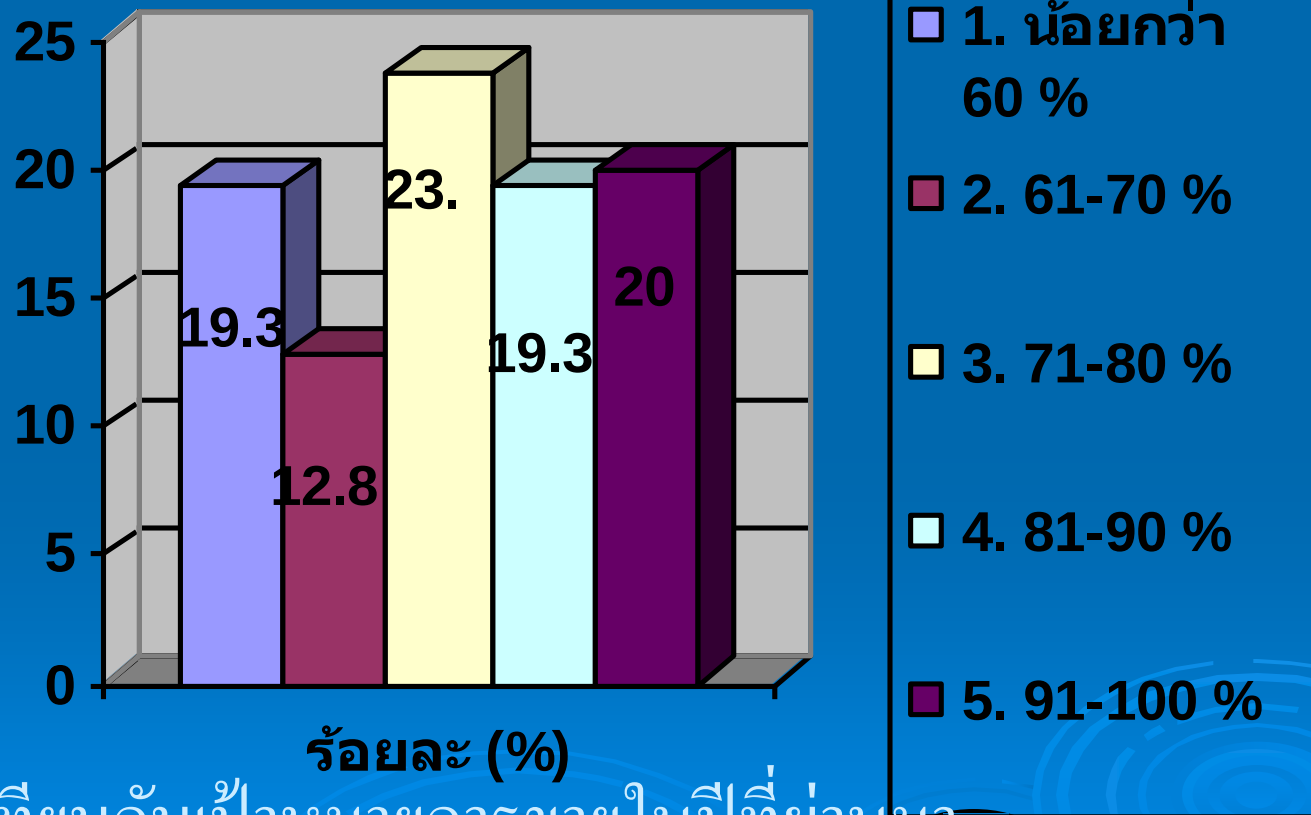
อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

5. ระดับเงินเดือน/เฉลี่ยต่อเดือน



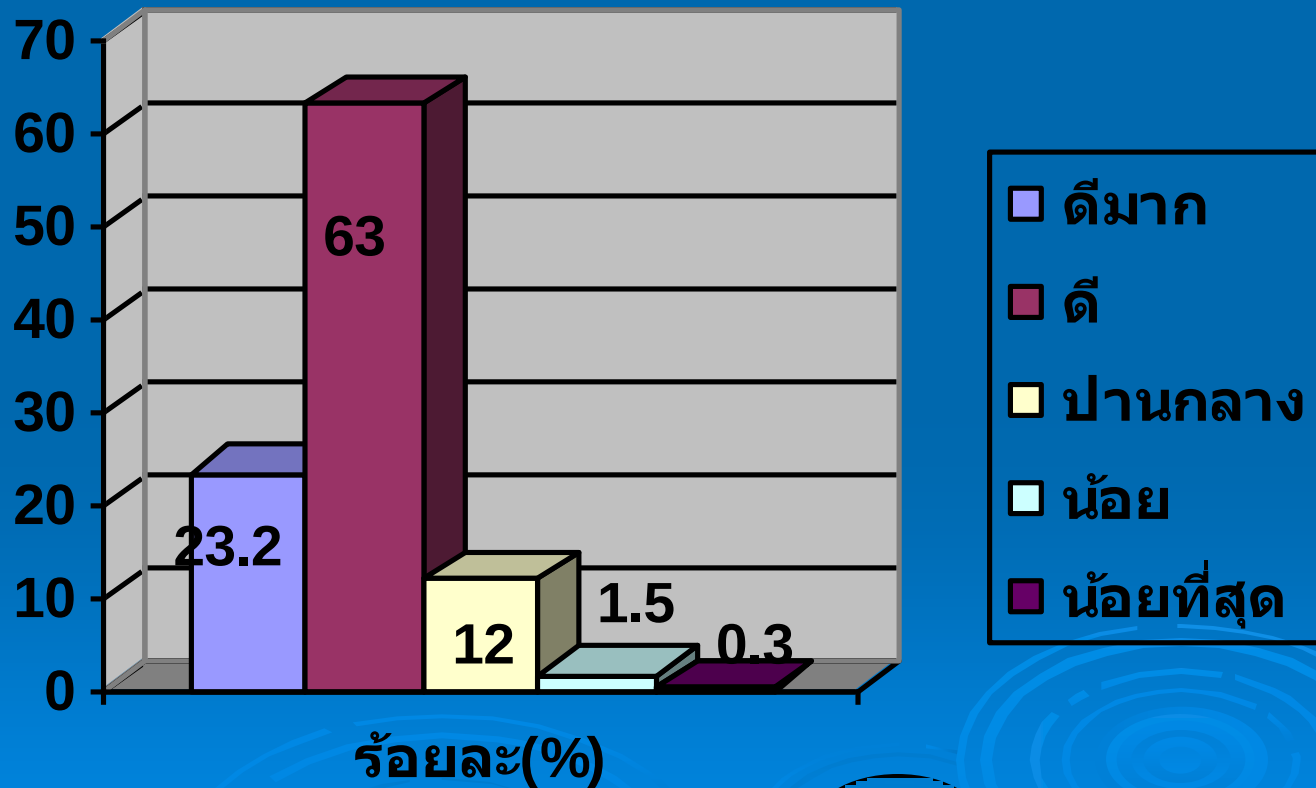
- 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2. 10,001-15,000 บาท
- 3. 15,001-20,000 บาท
- 4. 20,001 – 25,000 บาท
- 5. มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป

ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



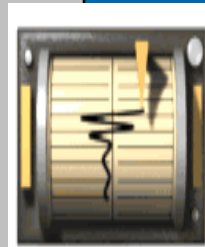
ยอดขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายการขายในปีที่ผ่านมา

ทัศนคติของพนักงานขายต่อองค์กรปัจจุบัน



ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทั่วไปและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ กับผลการปฏิบัติงาน	จำนวนผู้ตอบ		sig
เพศ	380	95.00%	0.728
อายุ	359	89.80%	.000***
สถานภาพ	376	94.00%	0.121
การศึกษา	375	93.80%	.018*
ประสบการณ์ตั้งแต่เริ่มต้น-ปัจจุบัน	366	91.50%	.000***
เงินเดือน	368	92.00%	.000***
ทัศนคติพนักงานขายองค์กรปัจจุบัน	380	95.00%	.000***



ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



1. ปัจจัยความสำเร็จ พบว่า ด้านการปฏิบัติงานที่สำเร็จตามเป้าหมาย ความรวดเร็วและผิดพลาดน้อย และการปฏิบัติงานในงานที่รับผิดชอบซึ่งประสบความสำเร็จอยู่เสมอ มี ความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



2.ปัจจัยการยอมรับนับถือ พบว่า พนักงานขายที่ได้รับการ
ความยอมรับผลงานจากผู้บังคับบัญชา และการ
ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานในความสามารถ
การได้รับเลือกให้เป็นผู้ปฏิบัติงานที่ยากซับซ้อน มี
ความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



3. ปัจจัยลักษณะงาน พบว่า การให้ความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับความสามารถของพนักงานขาย การได้ให้พนักงานขายได้รับเป้าหมายที่ท้าทายความสามารถ การให้พนักงาน ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



4. ปัจจัยความรับผิดชอบ พบว่า การให้โอกาส
ในหน้าที่รับผิดชอบอย่างเหมาะสมการให้
อำนาจที่เพียงพอกับงานที่รับผิดชอบอยู่ปัจจุบัน
ความพอใจกับการ ได้รับผิดชอบงานที่ เพิ่มขึ้น
มี ความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



5. ปัจจัยความก้าวหน้า พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์
กับผลการปฏิบัติงาน

6. ปัจจัยโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน
พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย



7. ปัจจัยนโยบายและการบริหารงาน พบว่า การให้พนักงานขายได้เข้าใจหลักการและเป้าหมายในงานกับบริษัท ระบบการทำงานมีการปฏิบัติงานที่ท่านรับผิดชอบชัดเจนพอควร ความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

- 8. ปัจจัยการควบคุมบังคับบัญชา พบว่า การที่ผู้บังคับบัญชาปกครองด้วยเหตุผลและความยุติธรรม การให้คำปรึกษาและได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชาเสมอ การให้หลักการแนวปฏิบัติในงานใหญ่ ๆ แล้วปล่อยให้พนักงานขายปฏิบัติโดยไม่ควบคุม ทำให้รู้สึกเป็นเป็นอิสระ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน
- 9. ปัจจัยสภาพการทำงาน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน



ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

- 10. ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า การที่พนักงานขายมีความสัมพันธ์อันดีในหน่วยงานและให้ความร่วมมือประสานงานกัน การที่พนักงานขายมีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน



ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

- 11. ปัจจัยเงินเดือนและรายได้ พบว่า ความพอใจในเงินเดือน ผลตอบแทนปัจจุบัน เงินเดือนที่ได้รับเหมาะสมกับปริมาณงานและหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน



ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

12. ปัจจัยสถานภาพ พบว่าความภูมิใจหรือพอใจกับตำแหน่งปัจจุบันที่ดำรงอยู่ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน

13. ปัจจัยความมั่นคง พบว่า งานปัจจุบันที่มีความมั่นคงมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน



ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการวิจัยดังนี้

ลักษณะของพนักงานขายพบว่า การสรรหาหรือคัดเลือก ควรคำนึงถึงลักษณะส่วนบุคคลด้าน อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ตั้งแต่เริ่มต้น-ปัจจุบันด้านการขาย รวมถึงทัศนคติของพนักงานขายที่มีต่อองค์กรในครั้งแรกที่เข้ามาเพื่อสัมภาษณ์รับเข้าปฏิบัติงานในสายงานขาย รวมถึงฐานเงินเดือนในเบื้องต้นที่จะพอใจหรือได้รับการยอมรับในระดับหนึ่งของพนักงานขาย

นอกจากคุณลักษณะภายนอกและทัศนคติของพนักงานขาย และความสำเร็จตามคุณลักษณะเฉพาะตน เช่น การมีความอดทน มีใจรักในงานขาย ซึ่งจะนำไปสู่การเอาใจใส่และติดตามงาน

ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ(Motivating Factors) ที่มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการขายที่ได้ มอบหมายให้หรือผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย พบว่าความสำเร็จในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ผู้บริหารงานขายควรระมัดระวังและใส่ใจในการปฏิบัติรวมทั้งด้านการวางนโยบายดังกล่าวไว้อย่างรอบคอบเพื่อกระตุ้นให้เกิดการจูงใจในตัวเอง และการปฏิบัติงาน

ส่วนปัจจัยค้ำจุน (Hygiene หรือ Maintenance Factors) นั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับเรื่องหลักใหญ่ในการจัดการ ผลตอบแทนและความสัมพันธ์ โดยเฉพาะความเข้าใจในเป้าหมายงานและระบบงานที่ชัดเจนขององค์กร ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน เงินเดือนและรายได้รวม ที่สอดคล้องกับปริมาณงานและความรับผิดชอบ

ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ (ต่อ)

ปัจจัยแรงจูงใจ(Motivating Factors)ในเรื่องความก้าวหน้า และโอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน สภาพการทำงาน ความเป็นส่วนตัวหรือความเป็นอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ในการประยุกต์ใช้ผู้บริหารงานขายยังควรคำนึงถึงในประเด็นดังกล่าว เนื่องจากลักษณะกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รวมทั้งเป็นวัยที่เน้นการหาประสบการณ์มากกว่าความก้าวหน้าจากธรรมชาติในงานขายต้องใช้ระยะเวลาในการเติบโตจากประสบการณ์ ผลที่ได้ในงานวิจัยนี้จึงเน้นการจูงใจในเนื้องานและการที่ผู้บังคับบัญชาให้คำปรึกษาคำแนะนำ รวมทั้งพนักงานขายเปิดโอกาสตนเองในการพัฒนาทักษะความรู้ประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ (ต่อ)

- ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานที่ได้รับความสำเร็จ จากการเสนอแนะด้านความคิดเห็นของพนักงานขายพบว่า ผลการปฏิบัติงานขึ้นกับปัจจัยอื่น ๆ ประกอบกันเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดผลสำเร็จในงานขาย เช่น การมีนโยบายด้านการดูแลลูกค้าขององค์กร การบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องขององค์กร และสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ฯลฯ ผู้บริหารงานขายจึงควรให้ความสำคัญในประเด็นดังกล่าวประกอบการวางแผนและนโยบายด้านการขายเพื่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ดี

ข้อเสนอแนะจากผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ (ต่อ)

- การนำไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดนโยบายแรงจูงใจพนักงานขาย และเกิดผลสำเร็จแก่องค์กรควรคำนึงถึง ความแตกต่างขององค์กรที่จะนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ และควรคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ เนื่องจากการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบุคคลเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ภายใต้อาณัติต่างกันการนำปัจจัยใด จึงต้องคำนึงถึงเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ต้องให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในดำเนินการของผู้บริหาร และไม่ควรลืมนโยบายที่จะกระทำอย่างเสมอภาคยุติธรรม มีเหตุมีผล รวมทั้งต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมภายในองค์กร เพื่อพิจารณารูปแบบการจูงใจที่มีประสิทธิภาพสามารถจูงใจให้พนักงานขายปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายการขาย

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

- การเก็บข้อมูลเนื่องจากการเก็บโดยภาพรวมครั้งแรก พบอุปสรรคพอสมควร การทำวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรเก็บข้อมูลในลักษณะการประชุมใหญ่พนักงานขาย หรือการประชุมพนักงานขายในรูปแบบสมาคมเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการรวบรวม
- เพื่อให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งจึงควรเลือกศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรม
- ตัวแปรที่ได้ทำการศึกษาเป็นการศึกษาตามแนวคิดของเฮอรัซเบิร์ก(Herzberg) ดังนั้น การทดสอบครั้งต่อไปอาจปรับปรุงตัวแปรอื่น ๆ ที่ค้นพบได้ เช่น ด้านการสร้าง ความภูมิใจภายในของพนักงาน หรือมุ่งแรงจูงใจภายใน เนื่องจากการจูงใจโดยไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณ และแรงจูงใจควรมีความสอดคล้องกับแนวคิดของพนักงานขายในปัจจุบันเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจูงใจในสถานการณ์ปัจจุบัน สอดคล้องกับทิศทางการวางนโยบายตามเป้าหมายองค์กรทำให้เกิดผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ต่อไป



ขอบพระคุณสำหรับผู้ให้การสนับสนุน ผู้บริหาร
มหาวิทยาลัยสยาม ผู้อำนวยการสำนักวิจัย และที่ปรึกษางานวิจัย
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ หัวหน้าภาควิชาการตลาด ตลอดจน
ผู้ช่วยวิจัย ผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน
และทุกท่านในการให้เกียรติรับฟังในครั้งนี้

END