

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนวิชาภาษาจีนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีการเรียนการสอนภาษาจีน
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด (Marketing Mixes หรือ 4Ps)
- 2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจและความต้องการ
- 2.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีการเรียนการสอนภาษาจีน

การเรียนภาษามีจุดประสงค์หลักเพื่อการสื่อสาร จึงต้องมีหลักการเรียนรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารออกมาได้ดี วิธีเรียนภาษาโดยเฉพาะภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศแตกต่างจากการเรียนภาษาแรก เพราะไม่ได้เกิดขึ้นง่ายกับทุกคน ถึงแม้ว่าจะใช้เวลาเรียนมากกว่าหรือท่ามกลางสภาพแวดล้อมเดียวกัน ผู้เรียนบางคนอาจประสบความสำเร็จในการเรียนภาษาที่สอง ขณะที่บางคนอาจล้มเหลว (อรุณี วิริยะจิตรา, 2532: 45)

ศรีวิไล พลมณี (2528: 195-203) ได้อธิบายถึงการสอนการใช้ภาษาไว้ดังนี้ สัดส่วนของการฟัง การพูด การอ่าน การเขียนในชีวิตประจำวันนั้น เราฟังมากกว่าพูด พูดมากกว่าอ่าน อ่านมากกว่าเขียนดังจะเห็นได้จากการสำรวจในเรื่องการเรียนภาษาของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายแห่งหนึ่ง ในวารสารประชาศึกษาปีที่ 15 ฉบับที่ 12 กรกฎาคม 2507 มีตัวเลขแสดงว่านักเรียนใช้เวลาเพื่อการฟังเป็นสัดส่วนดังนี้ การฟัง 48 % การพูด 23% การอ่าน 16% การเขียน 13% ถึงแม้การใช้ภาษาจะเป็นไปตามสัดส่วนดังนี้ การสอนภาษา ทุกระดับชั้นผู้สอนย่อมจะฝึกทักษะทั้ง 4 ด้าน คือ การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน ให้สัมพันธ์กันไป

##### 1. การสอนฟัง ควรคำนึงถึงจุดหมายการสอน 6 ข้อ

###### 1.1 การฝึกมารยาทในการฟังให้คำแนะนำมารยาทต่างๆ ไป ของการฟังและ

มารยาทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการฟัง ส่งเสริมในด้านการปฏิบัติโดยจัดให้มีประสบการณ์ฟังตามสถานการณ์ต่างๆ

1.2 การฟังเพื่อเก็บใจความสำคัญและฝึกทักษะสัมพันธ์สอนให้รู้จักวิธีเก็บใจความสำคัญ รู้จักที่จะเขียนสรุปสาระสำคัญของสิ่งที่ตนได้ฟัง ฝึกการเก็บใจความสำคัญโดยให้ฟังเรื่องต่างๆ ฝึกให้นักเรียนนำความรู้ที่ได้รับจากการฟัง มาทำกิจกรรมตามความเหมาะสม

1.3 การสอนให้มีวิจารณญาณในการฟังสอนให้รู้จักพิจารณาว่าสิ่งที่ฟังมีลักษณะอย่างไร เป็นคำบอกเล่าเป็นข้อเท็จจริงหรือเป็นความเห็นของผู้พูด ถ้าเป็นความเห็นก็ให้รู้จักพิจารณาว่าเป็นความเห็นที่ชอบด้วยเหตุผลหรือไม่ เชื่อถือได้หรือไม่ มีเจตนาอย่างไร

1.4 การฟังเพื่อให้ได้ความรู้อันเป็นทางส่งเสริมสติปัญญาสอนวิธีจดหัวข้อความรู้ที่ได้จากการฟังชี้ให้เห็นประโยชน์ของการจัดหัวข้อเพื่อประหยัดเวลาและช่วยความจำ

1.5 การสอนให้รู้คุณค่าของสิ่งที่ได้ฟังสอนให้รู้จักสังเกตว่าสิ่งที่ได้ฟังมีคุณค่าที่ตรงไหน เช่น ด้านความเพติดเพตินด้านส่งเสริมศีลธรรมและวัฒนธรรม ด้านความไพเราะงดงาม แง่คิดที่มีประโยชน์

1.6 การส่งเสริมให้มีความเจริญทางจินตนาการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สอนให้เกิดความคิดคำนึงเมื่อได้ฟัง และสามารถแสดงออกซึ่งความคิดนั้น เป็นความรู้สึกรื่นเริงด้วยวาจา หรือด้วยลายลักษณ์อักษร

## 2. การสอนพูด

ด้วยเหตุที่ทักษะการฟังการพูดเป็นทักษะที่มีความสัมพันธ์กันในการติดต่อสื่อสารความหมายในการสอนครูจะแยกสอนแต่ทักษะหนึ่งทักษะใดย่อมทำไม่ได้ เช่น ในขณะที่เด็กฟังครูหรือเพื่อนพูด เด็กก็จะติดตามไปว่าพูดเรื่องอะไร สั่งให้ผู้ฟังทำหรือตอบอะไรใจความสำคัญว่าอย่างไร เมื่อถูกถามก็จะตอบออกมาเป็นคำพูด ดังนั้นครูที่ฝึกให้เด็กพูด จึงมิใช่ฝึกแต่พูดอย่างเดียว ต้องฝึกการฟังและการคิดไปพร้อมกันด้วย

## 3. การสอนอ่าน

การสอนอ่านควรจะสอนทั้งการอ่านออกเสียงและอ่านในใจ ทักษะการอ่านนั้นเป็นสิ่งที่ควรฝึกให้นักเรียนมีอย่างสูงโดยเฉพาะในระดับมัธยมศึกษาการที่นักเรียนจะมีทักษะการอ่านดีขึ้นขึ้นอยู่กับมุมมองเห็นคุณค่า ดังนั้นเมื่อนักเรียนอ่านเป็น เริ่มสนุกกับการอ่าน ควรจะมีหนังสือดีๆ สนองตอบให้ทันการณเด็กจะพัฒนาการอ่านต่อไปยิ่งขึ้น พร้อมทั้งครูผู้สอนต้องสนับสนุนให้นักเรียนได้แสดงออกจากการอ่านอันจะทำให้เห็นประโยชน์ของการอ่าน

#### 4. การสอนเขียน

การเขียนเป็นทักษะขั้นสูงในบรรดาทักษะทั้ง 4 ทางภาษา เป็นทักษะที่จำเป็นต้องอาศัยทักษะอื่นเป็นพื้นฐานมาก่อน จึงจะทำให้สามารถเขียนได้อย่างมีทักษะ ดังนั้นก่อนจะถึงขั้นเขียน ครูควรวางแผนให้นักเรียนได้พัฒนาความรู้ความคิดโดยอาศัยทักษะการฟังการอ่านและจัดประสบการณ์อื่นๆ ที่ให้ความรู้ ความคิด แล้วฝึกให้แสดงออกซึ่งความรู้สึกล่อสิ่งนั้นๆนักเรียนจะมีความเชื่อมั่นและพร้อมที่จะเขียน

นอกจากนี้พัชรินทร์ สิริสุนทร (2554) กล่าวถึง “ทฤษฎีการพัฒนาการเรียนการสอนภาษา” (Social Interaction Approach) ว่าในการศึกษาสังคมควรศึกษาทั้งในแง่ขนาดและลักษณะทางสังคม นักสังคมวิทยามีความเชื่อพื้นฐานว่า ความสัมพันธ์ของคนในสังคมเป็นแรงผลักดันทางสังคม (Social Force) และวัฒนธรรมตลอดจนธรรมชาติของพฤติกรรมมนุษย์ล้วนเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ของมนุษย์ทั้งสิ้นล้วนเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ของมนุษย์ทั้งสิ้น

1. ความสัมพันธ์ของมนุษย์ (Human Interaction) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรวมกันเป็นสังคมของมนุษย์และ การติดต่อกันด้วยสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) สัญญาณ (Sign)
2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุถือว่าเป็นสาระของสังคมวิทยาเช่นกัน เนื่องจากวัตถุเป็น Social Object ที่คนมีปฏิสัมพันธ์ด้วย
3. มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ที่มีวัตถุประสงค์และเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นโดยเจตนา
4. ศึกษาสังคมทั้งสังคมทั้งในส่วนย่อยและส่วนใหญ่ เช่นภาวะโครงสร้างภายในของสังคม (Internal Structure) และศึกษาลักษณะภายในสังคมต่างๆ
5. ศึกษาสถาบัน (Institutions)
6. ศึกษาลักษณะทางสังคมของภาษา (Social Nature of Language) โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์ของมนุษย์ ทั้งโดยภาษาพูด (Verbal) และภาษาท่าทาง (Gestures) ในขณะที่มีสติ (Consciousness)
7. ศึกษากระบวนการของการปฏิสัมพันธ์ (Pattern of Interaction) โดยการศึกษาบทบาทและโครงสร้าง (Role and Structure)
8. ศึกษาบทบาทและความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกัน (Relations)
9. ศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations) จากสถานภาพ (Status) และบทบาท (Role)
10. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Changes)
11. ศึกษาความขัดแย้งทางสังคม (Social Conflict) และการจัดการกับความขัดแย้ง



กลุ่มทฤษฎีสัมพันธสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism Theories) นักทฤษฎีสัมพันธสัญลักษณ์คนสำคัญได้แก่: George Herbert Mead (1863-1931)

Mead แบ่งขั้นตอนการพัฒนาตัวตนของบุคคลออกเป็น 3 ขั้นตอนได้แก่

1. ขั้นการเตรียมตัว (Preparatory Stage)
2. ขั้นตอนของการเล่น (Play Stage)
3. ขั้นการรู้จักชุมชนหรือสังคม (Game Stage)

Mead เชื่อว่าการกระทำระหว่างกันทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการสร้างตัวตนของบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องแสดงกริยาอาการ (Gestures) ออกมาในระหว่างที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยแบ่งกริยาอาการของบุคคลออกเป็น 2 แบบคือ

1. กริยาที่ไม่มีความหมาย (Non-significant Gestures) หมายถึงกริยาที่เป็นไปตามธรรมชาติหรือเป็นไปโดยอัตโนมัติ เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งเร้า
2. กริยาที่มีความหมาย (Significant Gestures) เกิดจากภาษาหรือสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดค้นขึ้นมาเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายกับบุคคลอื่นในสังคม

Mead ได้แบ่งขั้นตอนของการกระทำระหว่างกันทางสังคมออกเป็นขั้นตอนโดยแต่ละขั้นไม่จำเป็นต้องเสร็จสิ้นในทันที ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนภาษาได้ดังนี้

Social Action (ขั้นตอนในการปฏิบัติการทางสังคมในการเรียนภาษา)

1. Impulse stage / not Ready Stage (ขั้นของแรงกระตุ้น) เกิดขึ้นในขณะที่ร่างกายของบุคคลยังอยู่ในภาวะที่ไม่สมดุล การกระทำที่แสดงออกจึงไม่มีเป้าหมายหรือไม่มีทิศทางในการกระทำ
2. Perception Stage (ขั้นแลเห็นหรือเข้าใจความหมาย) เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มกำหนดสถานการณ์และค้นหาวิธีการที่จะทำให้ตัวเองบรรลุเป้าหมายหรือได้รับความพึงพอใจ
3. Manipulation Stage (ขั้นกระทำหรือจัดแจง) เกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลตัดสินใจและรับรู้หรือเข้าใจในเป้าหมายในขั้นตอนที่สองแล้วและลงมือกระทำพฤติกรรม
4. Consummation Stage / Obtain the Goal (ขั้นสมบูรณ์) เกิดขึ้นเมื่อเป้าหมายของบุคคลได้รับการตอบสนองและบุคคลกลับคืนสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง

Mead แบ่งตัวตนของบุคคลออกเป็น 2 แบบดังนี้

1. “I” หมายถึง การตอบสนองของร่างกายต่อทัศนคติและการกระทำของสมาชิกในสังคม
2. “Me” หมายถึงตัวตนในส่วนที่สังคมคาดหวังว่าบุคคลต้องกระทำ me จึงจัดเป็นตัวตนทางสังคม (Social Self) ของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลได้รับการขัดเกลาทางสังคม



Herbert Blumer มีทัศนะว่า มนุษย์จะมีการกระทำสิ่งต่างๆ โดยอาศัยพื้นฐานของการตีความ ความหมายที่สิ่งต่างๆ เหล่านั้นปรากฏออกมา ผ่านการกระทำระหว่างกันทางสังคมกับบุคคลอื่นๆ และลักษณะของการตีความสิ่งต่างๆ

บุคคลนี้จะขึ้นอยู่กับความหมายที่บุคคลให้กับสิ่งนั้นตามประสบการณ์ที่เขาเคยได้รับมา และการตีความตามสัญลักษณ์ที่บุคคลอื่นแสดงออกมา โดยแบ่งวัตถุหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. วัตถุทางกายภาพ (Physical Object)
2. วัตถุทางสังคม (Social Object)
3. วัตถุทางนามธรรม (Abstract Object)

Blumer เชื่อว่า บุคคลจะเรียนรู้วัตถุหรือสัญลักษณ์เหล่านี้โดยการกระทำระหว่างกันทางสังคมกับบุคคลอื่น หลังจากนั้นจึงเกิดการรับรู้ตัวตน (Self) ในลักษณะต่างๆ ก่อนนำมาตีความเมื่อมีโอกาสเข้าร่วมสังคมกับคนอื่น แล้วจึงแสดงพฤติกรรมตอบโต้ออกไป การเรียนการสอนภาษามิใช่เป็นการเรียนเฉพาะตัวภาษาเท่านั้น แต่เป็นการสอนตัวตน ชีวิตความเป็นอยู่ โดยผ่านภาษานั้นๆ เป็นตัวเชื่อมนั่นเอง

ในส่วนของการเรียนการสอนภาษาจีนนั้น เหยิน จิ่ง เหวิน (2547) อาจารย์ชาวจีน ที่มีประสบการณ์การสอนภาษาจีนในประเทศไทยมานานกว่าสิบปี อธิบายถึงลักษณะของการเรียนภาษาจีนของคนไทยว่า โดยธรรมชาติแล้วคนไทยสามารถเรียนและฝึกฝนภาษาจีนได้ง่ายกว่าภาษาอังกฤษมากโดยเฉพาะทักษะการพูด ซึ่งอาจารย์ ผู้สอนภาษาจีนต่างยอมรับว่า การเรียนภาษาจีนเร็วกว่าชั่วโมง จะทำให้ผู้เรียนสามารถพูดได้มากกว่า เมื่อเทียบกับการเรียนภาษาอังกฤษที่เรียนมาตั้งแต่เด็ก

ผู้คาดหวังจะเรียนภาษาจีนมักจะเข้าใจว่าภาษาจีนยาก เพราะเห็นว่ามีตัวอักษรที่ซับซ้อน ทำให้เขียนอ่านได้ลำบาก แม้กระทั่งผู้เรียนภาษาจีนแล้วก็ตาม หลายคนเกิดความรู้สึกท้อแท้ต่อการเล่าเรียนภาษาจีนในระดับที่สูงขึ้น แท้จริงแล้วเมื่อก้าวถึงภาษา ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงภาษาจีนจะหมายถึง 2 ส่วนที่สำคัญคือ

1. ภาษาที่พูดออกมาเป็นเสียง ระบบคำศัพท์ ระบบไวยากรณ์
2. ภาษาที่เป็นระบบการเขียน หรือระบบอักษร

ในการสอนภาษาจีนจึงเป็นการสอนภาษาที่มีลักษณะเฉพาะกล่าวคือภาษาจีนเป็นภาษาที่มีที่มาจากรูปภาพ คำศัพท์แต่ละตัวมีความหมายในตัวเอง ดังนั้นในการเรียนการสอนภาษาจีนนั้นจึงต้องศึกษาวิธีการสอนภาษาจีน (胡伟希, 1978: 1-51) ได้กล่าวถึงวิธีการสอนภาษาจีนดังนี้



## 1. การสอนออกเสียง (拼音)

- 1.1 ครูพูดออกเสียงให้นักเรียนดูปากและให้นักเรียนพูดตาม
- 1.2 การเปรียบเทียบเสียงโดยครูออกเสียง zh ch sh r แล้วให้นักเรียนฟัง
- 1.3 การใช้มือเป็นสัญลักษณ์ เช่น ใช้มือ แทนการออกเสียงวรรณยุกต์ ที่ 1-4
- 1.4 การใช้กลอน และเสียงสัมผัสในการช่วยจำ เช่น 爸爸妈妈 aaaa

大哥二哥 eeee

## 2. สอนการฟัง

- 2.1 วิธีสอนต้องทำความเข้าใจกับประโยคเสียก่อน
  - 2.1.1 การเลียนแบบหรือการทำตามผู้สอน
  - 2.1.2 การเลือกเน้นเสียงคำ
- 2.2 การเลือกและแบ่งแยกได้ว่าผู้พูดมีน้ำเสียงและอารมณ์อย่างไร
  - 2.2.1 การเปลี่ยนประโยคบอกเล่าเป็นประโยคคำถาม
  - 2.2.2 การฟัง เขียน
  - 2.2.3 การเลือกเติมคำที่หายไปในช่วงว่าง
  - 2.2.4 การเลือกพูดซ้ำคำที่อยู่ท้ายประโยค
  - 2.2.5 เลือกคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกันในประโยคที่ได้ฟัง
  - 2.2.6 เมื่อฟังประโยค แล้ว จับใจความได้และบอกได้ว่าหมายถึงอะไร
  - 2.2.7 เมื่อฟังประโยคแล้ว ใช้คำตอบให้ต่อเนื่องกันกับประโยคแรก
  - 2.2.8 การเลือกความหมายของประโยค
  - 2.2.9 การบอกผิดหรือถูก
  - 2.2.10 ฟังแล้วเลือกรูปภาพที่เกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน
  - 2.2.11 ฟังแล้วจดจำตัวเลขที่ใช้น้อย และมีความเกี่ยวข้องกับตัวเอง

เช่น หมายเลขโทรศัพท์ บ้านเลขที่ เลขทะเบียนรถ ปีขจรเมธ

- 2.2.12 ฟังแล้วตอบคำถาม ว่าผิดหรือถูก
- 2.2.13 ฟังบทสนทนาแล้วเลือกตอบคำถามตามตัวเลือกที่ให้มา
- 2.2.14 ฟังบทสนทนาแล้วถามคำถามเกี่ยวกับเนื้อเรื่องได้
- 2.2.15 ฟังแล้วตอบคำถามเกี่ยวกับเนื้อเรื่องได้
- 2.2.16 ฟังแล้วจำเนื้อหาในบทความ



### 2.3 การฟังแล้วทำความเข้าใจในบทความสั้น ๆ

2.3.1 การบอกแล้วปฏิบัติตามคำสั่ง

2.3.2 ดูรูปแผนผัง เพื่อหาสถานที่ การหาหนทาง แล้วพูดเป็นบทความสั้น ๆ

2.3.3 การเลือกตอบคำถามเกี่ยวกับเนื้อเรื่อง

2.3.4 การกรอกแบบฟอร์ม

2.3.5 เมื่อฟังแล้วมีข้อมูล จำ ๆ กันให้จัดเป็นหมวดหมู่

2.3.6 ฟังแล้วเดาจากเรื่องที่ได้ฟังว่าหมายถึงอะไร

2.3.7 ให้ดูรูปภาพแล้วพูดถึงสิ่งที่อยู่ในรูปนั้น

2.3.8 การแสดง

### 2.4 การใช้เหตุการณ์จริงพูดสนทนากัน

2.4.1 ฟังแล้วสนทนากัน

2.4.2 ฟังแล้วตอบคำถาม

2.4.5 ฟังแล้วเลือกคำตอบเกี่ยวกับเนื้อเรื่อง

2.4.6 ฟังแล้วจำข้อคิดที่ได้จากเนื้อเรื่อง หรือนิทาน

## 3. การเขียน

3.1 เขียน pinyin ให้ถูกต้อง เช่น ต้องเขียนส่วนที่สำคัญที่อยู่ตรงกลางบรรทัดให้เขียนเต็มบรรทัด

3.2 เขียนตัวอักษรจีนให้ถูกต้องตามลำดับขีด

## 4. การพูด

4.1 สอนพูดคำศัพท์ ประโยค ให้ชัดเจนถูกต้อง การแสดงอารมณ์ดีใจ เสียใจ

4.2 ดูภาพแล้วพูด เล่านิทาน พูดสนทนากัน ๆ

4.3 ทักษะศึกษา พานักเรียนไปทัศนศึกษาแล้วฝึกพูดถึงสิ่งที่ได้พบเห็น

4.4 ใช้วิธีตามขั้นตอนในบทเรียน

4.4.1 ให้นักเรียนรู้จักคำศัพท์ในบทเรียน

4.4.2 เนื้อหาในบทเรียนต้องน่าสนใจ

4.4.3 มีแบบฝึกหัดในบทเรียนนั้น

4.5 สอนฝึกสนทนาเบื้องต้น

4.5.1 ครูและนักเรียน ฝึกถามตอบ

4.5.2 การตั้งหัวข้อเพื่อสนทนาหรือตอบคำถาม

4.5.3 ฝึกพูดเกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ



#### 4.5.4 ตอบคำถามเกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ

#### 4.6 การฝึกพูดเดี่ยว

##### 4.6.1 คุรูปแล้วพูด

##### 4.6.2 ฝึกพูดหลังจากที่ฟังหรืออ่านแล้ว

##### 4.6.3 ฝึกพูดตามสถานการณ์รอบตัว

#### 4.7 การฝึกพูดระดับสูง

##### 4.7.1 ฝึกพูดรายงานข่าว

##### 4.7.2 การประกาศข้อมูลต่าง ๆ

##### 4.7.3 อภิปราย

#### 4.8 พูดสุนทรพจน์

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด (Marketing Mixes หรือ 4Ps)

ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) คือเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550: 35-36) ประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการหรือ 4P's คือ

### 4 P's (มุมมองของผู้ผลิต)

### 4 C's (มุมมองของผู้บริโภค)

|                                                          |                        |
|----------------------------------------------------------|------------------------|
| สินค้าคือสิ่งที่ตอบสนองความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภค | → Customer Need/Want   |
| ราคาคือค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ลูกค้าต้องจ่าย        | → Customer Cost        |
| สถานที่จำหน่ายคือความสะดวกสบายของลูกค้าในการซื้อสินค้า   | → Customer Convenience |
| การส่งเสริมการขายคือการสื่อสารกับลูกค้า                  | → Communication        |

**1. ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ คราสินค้าบริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อ สื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No Person Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

## 2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจและความต้องการ

### ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นคำที่ใช้กันมากแต่บางครั้งก็ใช้กันไม่ค่อยถูกต้อง ความจริงแล้วแรงจูงใจใช้เพื่ออธิบายว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมแปลกๆและแตกต่างกัน แล้วทำไมจึงเกิดการกระทำอย่างนั้นและมันส่งผลทำให้เกิดอะไรขึ้นบ้าง คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere” (Kidd, 1973:101) ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “To Move” อันมีความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักจูงนำบุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To Move A Person To A Course of Action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุกวงการ

สำหรับ Lovell (1980:109) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้



บรรลุผลสำเร็จ”และ Domjan (1996:199) อธิบายว่าการจงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

สรุปได้ว่าการจงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือคิดรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้พฤติกรรมที่เกิดจากการจงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา ยกตัวอย่างลักษณะของการตอบสนองสิ่งเร้าปกติคือ การขานรับเมื่อได้ยินเสียงเรียก แต่การตอบสนองสิ่งเร้าจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการจงใจเช่น พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อหวังความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ

#### แรงจูงใจต่อพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละสถานการณ์

แรงจูงใจจะทำให้แต่ละบุคคลเลือกพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมที่เลือกแสดงนี้ เป็นผลจากลักษณะในตัวบุคคลสภาพแวดล้อมดังนี้

ถ้าบุคคลมีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกแสดงพฤติกรรม และมีความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้นๆ รวมทั้งพยายามทำให้เกิดผลเร็วที่สุดความต้องการจะเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นค่านิยมที่เป็นคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ เช่น ค่านิยมทางเศรษฐกิจ สังคม ความงาม จริยธรรม วิชาการ เหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดแรงขับของพฤติกรรมตามค่านิยมนั้นทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีผลต่อพฤติกรรมนั้น เช่น ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน ก็จะทำงานด้วยความทุ่มเทความมุ่งมั่นที่ต่างระดับกัน ก็เกิดแรงกระตุ้นที่ต่างระดับกันด้วย คนที่ตั้งระดับความมุ่งมั่นไว้สูงจะพยายามมากกว่าผู้ที่ตั้งระดับความมุ่งมั่นไว้ต่ำการแสดงออกของความต้องการในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไป ตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมของตน ยิ่งไปกว่านั้นคนในสังคมเดียวกัน ยังมีพฤติกรรมในการแสดงความต้องการที่ต่างกันอีกด้วยเพราะสิ่งเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้ของคนความต้องการอย่างเดียวกัน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้แรงจูงใจที่แตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมที่เหมือนกันได้พฤติกรรมอาจสนองความต้องการได้หลายๆทางและมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่นตั้งใจทำงาน เพื่อไว้เงินเงินเดือนและได้ชื่อเสียงเกียรติยศ ความขกข่องและยอมรับจากผู้อื่น



## ลักษณะของแรงจูงใจ

### แรงจูงใจมี 2 ลักษณะดังนี้

#### 1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการฯลฯ สิ่งต่างๆดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก่อนข้างถาวรเช่นคนงานที่เห็นองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ และองค์การบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานก็ร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและช่วยกันทำงานอย่างเต็มที่

#### 2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม หรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

**ความต้องการ (Need)** เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุลทำให้เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น เมื่อรู้สึกหิวหรือเหนื่อยก็จะนอนหรือนั่งพัก ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อบรรลุจุดหมายที่ต้องการ นักจิตวิทยาแต่ละท่านอธิบายเรื่องความต้องการในรูปแบบต่างๆกันซึ่งสามารถแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภททำให้เกิดแรงจูงใจ

#### 1. แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivation)

เป็นความต้องการเกี่ยวกับอาหาร น้ำ การพักผ่อน การได้รับความคุ้มครอง ความปลอดภัย การได้รับความเพลิดเพลิน การลดความเคร่งเครียด แรงจูงใจนี้จะมีสูงมากในวัยเด็กตอนต้นและวัยผู้ใหญ่ตอนปลายเนื่องจากเกิดความเสื่อมของร่างกาย

#### 2. แรงจูงใจทางด้านสังคม (Social Motivation)

แรงจูงใจด้านนี้สลับซับซ้อนมากเป็นความต้องการที่มีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว เพื่อนฝูงในโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมซึ่งในบางวัฒนธรรมหรือบางสังคมจะมีอิทธิพลที่เข้มแข็งและเหนียวแน่นมาก ความแตกต่างของแรงจูงใจด้านสังคมและแรงจูงใจด้านร่างกาย คือแรงจูงใจด้านสังคม เกิดจากพฤติกรรมที่เขาแสดงออกด้วยความต้องการของตนเองมากกว่า ผลตอบแทนจากวัตถุและสิ่งของ

**แรงขับ (Drives)** เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกายและสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการ และแรงขับมักเกิดควบคู่กัน เมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นไปผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่าเป็นแรงขับ เช่น ในการประชุมหนึ่งผู้เข้าประชุมทั้งหิว ทั้งเหนื่อย แทนที่การประชุมจะราบรื่นก็อาจจะเกิดการขัดแย้งหรือเพราะว่าทุกคนหิวก็รีบสรุปการประชุมซึ่งอาจจะทำให้ขาดการไตร่ตรองที่ดีก็ได้

**สิ่งล่อใจ (Incentives)** เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น ต้องการให้พนักงานมาทำงานสม่ำเสมอก็ใช้วิธียกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงานโดยจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานที่ไม่ขาดงานหรือมอบโล่ให้แก่ฝ่ายที่ทำงานดีประจำปี สิ่งล่อใจอาจเป็นวัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

**การตื่นตัว (Arousal)** เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมจะเคลื่อนไหว นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา องค์การที่มีบุคลากรที่มีความตื่นตัวก็ย่อมส่งผลให้ทำงานดี การศึกษาธรรมชาติพฤติกรรมของมนุษย์มีความตื่นตัว 3 ระดับคือ

1. การตื่นตัวระดับสูงจะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจหรือตื่นเต้นเกินไปขาดสมาธิ

2. การตื่นตัวระดับกลางคือระดับตื่นตัวที่ดีที่สุด

3. การตื่นตัวระดับต่ำมักจะทำให้ทำงานเฉื่อยชา งานเสร็จช้า

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัวมีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและภายใน ได้แก่ ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคนที่มีต่างกันทั้งบุคลิกภาพ นิสัยและระบบสรีระของผู้นั้น

**การคาดหวัง (Expectancy)** เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น พนักงานคาดหวังว่าเขาจะได้โบนัสประมาณ 4-5 เท่าของเงินเดือนในปีนี้ การคาดหวังทำให้พนักงานมีชีวิตชีวาซึ่งบางคนอาจสมหวัง บางคนอาจผิดหวังก็ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่ตรงกันเสมอไป ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมากก็อาจจะทำให้พนักงานคับข้องใจในการทำงาน การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรม ถ้าองค์กรกระตุ้นให้พนักงานยกระดับผลงานตนเองได้และพิจารณาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่พนักงานคาดหวังว่าควรจะได้ก็จะเป็นประโยชน์ทั้งองค์กรและพนักงาน



**การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)** เป็นการกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคลจัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลผู้นั้นในการทำงาน ธุรกิจที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพควรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานเพราะจะส่งผลให้การทำงานมีแผนในการดำเนินการเหมือนเรือที่มีหางเสือ เพราะมีเป้าหมายชัดเจน

ที่กล่าวถึงที่มาของแรงจูงใจจะเห็นว่าค่อนข้างยากที่จะอธิบายแต่ละเรื่องแยกจากกัน เพราะทุกเรื่องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันทุกข้อ

### **ทฤษฎีของการจูงใจ (Theories of Motivation)**

มีทฤษฎีและการศึกษาเรื่องจูงใจจำนวนมากในที่นี้จะกล่าวโดยสังเขปเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในองค์การซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ทฤษฎีเนื้อหาของการจูงใจ (Content theories of Motivation)
2. ทฤษฎีกระบวนการ (Process Theories)
3. ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)
4. ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical Conditioning Theory)
5. ทฤษฎีการวางเงื่อนไขของผลกรรมต่อพฤติกรรมของบุคคล (Operant Conditioning Theory) หรือ (Instrumental Conditional Theory)

#### **1. ทฤษฎีเนื้อหาของการจูงใจ (Content theories of Motivation)**

ทฤษฎีนี้อธิบายถึงความต้องการหรือปรารถนาภายในของบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม หรือเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงกลไกความต้องการของพนักงาน ซึ่งได้แก่ สาเหตุที่พนักงานมีความต้องการที่แตกต่างกันในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน (Mcshane and Von Glinow : 597)

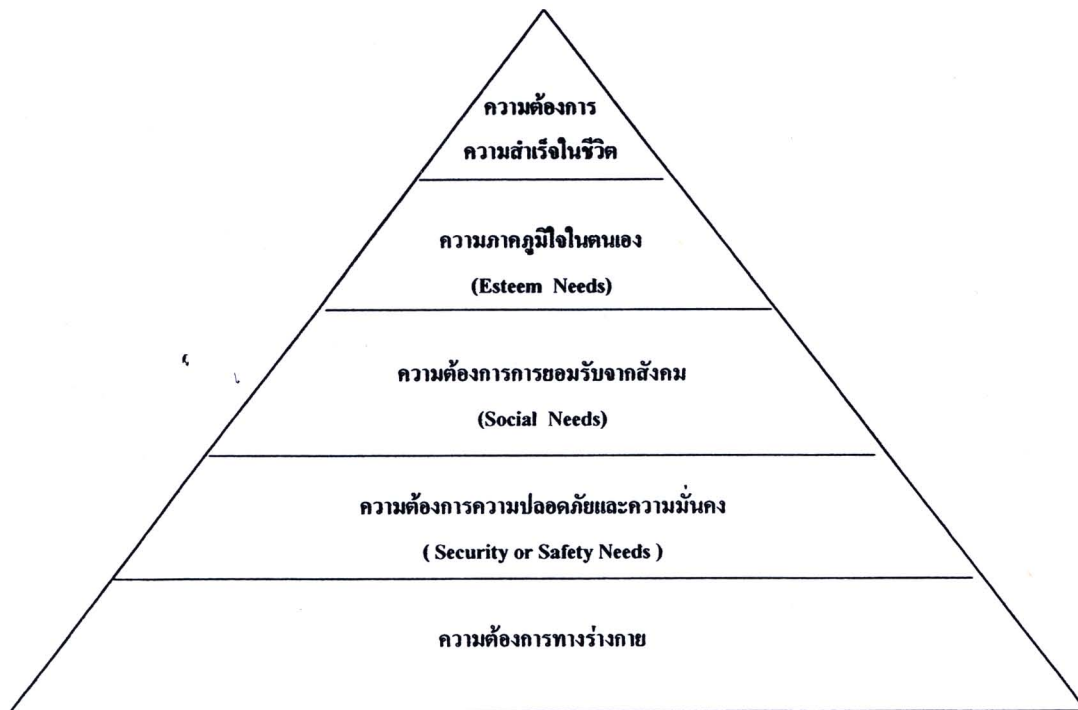
**ทฤษฎีเนื้อหาเป็นที่รู้จักและยอมรับมี 4 ทฤษฎี คือ**

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer
3. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์(McClelland)
4. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริชเบอร์ก

**1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)** เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งกำหนดโดยนักจิตวิทยาชื่อ มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีการกล่าวขวัญอย่างแพร่หลาย มาสโลว์มองว่าความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อความ



ต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ดังภาพที่ 2.1



ภาพ 2.1 ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

**1.1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)** เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น

**1.2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or Safety Needs)** เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน

**1.3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) (Affiliation or Acceptance Needs)** เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับ ต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น



**1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง** เป็นความต้องการการได้รับการยกย่อง นับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

**1.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization)** เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

จากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ สามารถแบ่งความต้องการออกได้เป็น 2 ระดับ คือความต้องการในระดับต่ำ (Lower Order Needs) ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกาย, ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง และความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับความต้องการในระดับสูง (Higher Order Needs) ประกอบด้วย ความต้องการการยกย่องและความต้องการความสำเร็จในชีวิต

## 2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่า ความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลายๆอย่างอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG จะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

**2.1 ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence Needs (E))** เป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรมสูงสุด ประกอบด้วยความต้องการทางร่างกายบวกด้วยความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารสามารถตอบสนองความต้องการในด้านนี้ได้ด้วยการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม มีสวัสดิการที่ดี มีเงินโบนัส รวมถึงทำให้ผู้ได้บังคับบัญชารู้สึกมั่นคงปลอดภัยจากการทำงาน ได้รับความยุติธรรม มีการทำสัญญาว่าจ้างการทำงาน เป็นต้น

**2.2 ความต้องการมีสัมพันธภาพ (Relatedness Needs (R))** เป็นความต้องการ ที่จะให้และได้รับไมตรีจิตจากบุคคลที่แวดล้อม เป็นความต้องการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลภายนอกด้วย เช่น การจัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นต้น



2.3 ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs (G)) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดของบุคคลซึ่งมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุดประกอบด้วยความต้องการการยกย่องบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามทฤษฎีของมาสโลว์ ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองให้เจริญ ก้าวหน้าด้วยการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานกว้างขึ้น โดยมีหน้าที่การงานสูงขึ้น อันเป็นโอกาสที่พนักงานจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

### 3. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์ McClelland

ทฤษฎีนี้เน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จมิได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขาซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดในและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อคนทำอะไรสำเร็จได้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์การใดที่มีพนักงานที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็ว

ในช่วงปี ค.ศ. 1998s นักจิตวิทยาชื่อ David I. McClelland ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (Thematic Apperception Test (TAT)) เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบ TAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคคลีแลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบTAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

3.1 ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement (nAch)) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการวิจัยของMcClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (nAch) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

3.2 ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation (nAff)) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลอื่นบุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3.3 ความต้องการอำนาจ (Need for Power (nPower)) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือ



บุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักต้องการจะทำงานในลักษณะ 3 ประการดังนี้

1. งานที่เปิดโอกาสให้เขารับผิดชอบเฉพาะส่วนของเขา และเขามีอิสระที่จะตัดสินใจและแก้ปัญหาด้วยตนเอง
2. ต้องการงานที่มีระดับยากง่ายพอดี ไม่ง่ายหรือยากจนเกินไปกว่าความสามารถของเขา
3. ต้องการงานที่มีความแน่นอนและต่อเนื่องซึ่งสร้างผลงานได้และทำให้เขามีความก้าวหน้าในงานเพื่อจะพิสูจน์ตนเองถึงความสามารถของเขาได้

นอกจากงานในลักษณะดังกล่าวแล้วแมคคลีแลนด์ได้พบว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพคือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับงานที่เขาทำด้วย

#### 4. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริชเบอร์ก

ทฤษฎีนี้ได้รับความสนใจ และเป็นทฤษฎีที่วิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน ซึ่งเฟรดरिक เฮอริชเบอร์ก และคณะได้ร่วมกันทำการวิจัย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์วิศวกรและสมุหบัญชี จำนวน 200 คน จากบริษัทฯ ต่างๆ 9 แห่ง ในเมืองพิทสเบิร์ก มลรัฐเพนซิลวาเนีย เพื่อหาคำตอบว่า “คนชอบงานหรือไม่ งานนั้นมีสาเหตุมาจากอะไร” ประสพการณ์จากการทำงานแบบใดที่ทำให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี และความรู้สึกที่มีต่อประสพการณ์แต่ละแบบนั้นเป็นไปในทางบวกหรือลบ จากผลการศึกษาดังกล่าว เฮอริชเบอร์ก ได้ตั้งทฤษฎีปัจจัยสองประการขึ้น ปัจจัยสองประการตามทฤษฎีนี้กล่าวถึงปัจจัยกระตุ้น (Motivators Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพอใจในการทำงาน และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในการทำงาน

ปัจจัยกระตุ้น (Motivators Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นปัจจัยที่จูงใจให้คนชอบ และรักงาน เป็นตัวการสร้างความพึงพอใจให้บุคคลในองค์การปฏิบัติงาน มี 5 ประการ คือ

1. ความสำเร็จของงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จอย่างดี ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นครั้งเมื่อผลงานสำเร็จเกิดความรู้สึกพึงพอใจในผลสำเร็จของงานนั้น

2. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การที่ได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนับถือนี้อาจอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ

3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (Work Itself) หมายถึง งานนั้นเป็นงานที่น่าสนใจต้องอาศัยความคิดริเริ่มทำให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบได้โดยลำพังแต่ผู้เดียว

4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในงานใหม่ ๆ และมีอำนาจรับผิดชอบอย่างเต็มที่ในงานนั้น ๆ โดยไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

5. ความก้าวหน้า (Advancement and Growth in Capacity) หมายถึง ได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลในองค์การการมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม

ปัจจัยจำจุน (Hygiene Factors) ปัจจัยจำจุนเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของงานที่คนงานต้องเกี่ยวข้องอยู่เสมอ หากคนงานไม่ได้รับการตอบสนองในปัจจัยเหล่านี้อย่างเพียงพอแล้ว จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ ปัจจัยจำจุนมีอยู่ 9 ประการ คือ

1. เงินเดือน หมายถึง เงินเดือน และการเลื่อนขั้นเงินเดือนอย่างเป็นธรรมในหน่วยงาน
2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต หมายถึง โอกาสที่จะได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่ง และได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ

3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจอันดีและมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน

4. ฐานะอาชีพ หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับของสังคม มีเกียรติ มีศักดิ์ศรี
5. เทคนิคการนิเทศ หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงาน หรือการยึดหลักความยุติธรรมในการบริหาร

6. นโยบายและการบริหารงาน หมายถึง การจัดการ การบริหารงานขององค์การและการติดต่อสื่อสารในองค์การ

7. สภาพการปฏิบัติงาน ได้แก่ สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง สี เสียง อากาศ ชั่วโมง



8. ความเป็นอยู่ส่วนตัว หมายถึง ความรู้สึกดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานของเขา

9. ความมั่นคงในงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการปฏิบัติงาน และยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

Herzberg ยังเสนอให้หน่วยงานกระตุ้นให้พนักงานพึงพอใจในงานเพราะจะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ โดยที่ไม่ละเลยการให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านอื่น เพราะถ้าปัจจัยด้านอื่นอ่อนแอจะสร้างความไม่พอใจให้แก่พนักงานมาก และจะเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานไม่พอใจงานที่ทำ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลเสียแก่หน่วยงาน ดังนั้นถ้าความสามารถลดความไม่พึงพอใจของพนักงาน หรือป้องกันความไม่พึงพอใจของพนักงานไม่ให้เกิดขึ้นก็จะเป็นผลในการลดความคับข้องใจ และความรู้สึกในปัญหาต่าง ๆ ของหน่วยงานจะลดลง หลังจากนั้นค่อยเริ่มกระตุ้นด้วยปัจจัยเชิงใจจะเป็นการง่ายและได้ผลดีกว่า

## 2. ทฤษฎีกระบวนการ (Process Theories)

โดยทั่วไปทฤษฎีเนื้อหาจะเน้นที่ลักษณะของสิ่งจูงใจ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะค้นหาวิธีการปรับปรุงการจูงใจโดยเกี่ยวข้องกับการกระตุ้นความต้องการ แต่ไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการด้านความคิด (Thought Processes) ซึ่งบุคคลเลือกปฏิบัติต่อบุคคลอื่นในที่ทำงาน ทฤษฎีกระบวนการ (Process Theories) จะมุ่งที่กระบวนการด้านความคิด ซึ่งมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับทางเลือกในการปฏิบัติงานของบุคคล ซึ่งมีหลายทฤษฎี ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะทฤษฎีความเสมอภาคหรือทฤษฎีความเท่าเทียมกัน (Equity Theory) และทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

### 2.1 ทฤษฎีความเสมอภาคหรือทฤษฎีความเท่าเทียมกันของ Adams

ทฤษฎีนี้ กล่าวว่า บุคคลจะมีการเปรียบเทียบอัตราส่วนระหว่างปัจจัยนำเข้าของตนเอง (เช่น ความพยายาม ประสิทธิภาพ การศึกษา และความสามารถ) และผลลัพธ์ของตนเอง (เช่น ระดับเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง การยกย่อง และปัจจัยอื่นกับบุคคลอื่น) J. Stacy Adams กล่าวว่า บุคคลจะประเมินผลลัพธ์ที่เขาได้รับจากการทำงานของตนกับบุคคลอื่น ความรู้สึกถึงความไม่เสมอภาคจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลรู้สึกว่ารางวัลที่เขาได้รับจากการทำงานไม่เหมาะสมโดยเปรียบเทียบกับรางวัลที่บุคคลอื่นได้รับจากการทำงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลในเชิงลบ โดยอาจทำให้บุคคลท้อแท้กับการทำงานน้อยลงหรือตัดสินใจลาออกก็ได้ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้เสนอแนะว่า บุคคลควรได้รับรู้ถึงรางวัล (ผลลัพธ์จากการทำงาน) ที่เหมาะสมและเท่าเทียมกัน ลักษณะสำคัญของทฤษฎีความเสมอภาคภาคแสดง ดังสมการ



$$\frac{\text{ผลลัพธ์ (Output) ของบุคคลหนึ่ง}}{\text{ปัจจัยนำเข้า (Input) ของบุคคลหนึ่ง}} = \frac{\text{ผลลัพธ์ (Output) ของอีกบุคคลหนึ่ง}}{\text{ปัจจัยนำเข้า (Input) ของอีกบุคคลหนึ่ง}}$$

1. ความรู้สึกถึงความไม่เสมอภาคเชิงลบ (Felt Negative Inequity) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกว่าเขาได้รับความยุติธรรมน้อยกว่าบุคคลอื่น

2. ความรู้สึกถึงความไม่เสมอภาคเชิงบวก (Felt Positive Inequity) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกว่าเขาได้รับความยุติธรรมมากกว่าบุคคลอื่น

3. ความไม่เสมอภาคจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อที่จะสร้างความเท่าเทียมกันซึ่งบุคคลอาจจะแสดงพฤติกรรมออกมาในรูปแบบต่างๆดังนี้

4. เปลี่ยนแรงพยายามที่ใส่ลงไปเช่นลดความพยายามในการทำงาน, มาสาย, ขาดงาน
5. ปรับหรือเปลี่ยนรางวัลที่เขาได้รับเช่นขอขึ้นเงินเดือนหรือขอเลื่อนตำแหน่ง
6. ล้มเลิกการเปรียบเทียบ โดยลาออกจากงาน
7. เปลี่ยนจุดเปรียบเทียบ โดยเปรียบเทียบตัวเองกับผู้ร่วมงานคนอื่น

ขั้นตอนในการบริหารกระบวนการความเสมอภาค (Steps for Managing the Equity Process) มีดังนี้

1. ยอมรับว่าการเปรียบเทียบความเสมอภาค (Equity Comparisons) เป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในที่ทำงาน

2. คาดว่าความรู้สึกถึงความไม่เสมอภาคเชิงลบ (Felt Negative Inequities) จะเกิดขึ้นเมื่อมีการให้รางวัล

3. สื่อสารถึงการประเมินที่ชัดเจนของการให้รางวัล
4. สื่อสารถึงการประเมินผลการทำงานซึ่งมีเกณฑ์การให้รางวัล
5. สื่อสารถึงความเหมาะสมของประเด็นที่เปรียบเทียบในสถานการณ์นั้น
6. การเปรียบเทียบความเสมอภาคกับการจัดสรรรางวัลมีผลกระทบต่อผู้ถูกงูใจ

ผู้บริหารจะต้องหาวิธีการให้ผู้ถูกงูใจเกิดการรับรู้ว่ารางวัลนั้นพิจารณาจากผลลัพธ์ที่แท้จริง โดยผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพมีแนวความคิดการจัดการกับการเปรียบเทียบความเสมอภาค 5 ประการดังกล่าวข้างต้นและจากการวิจัยพบว่า

1. ถ้าบุคคลรู้สึกว่าเขาได้รับรางวัลที่ไม่เท่าเทียมกัน เขาจะไม่พอใจ และจะลดปริมาณหรือคุณภาพของผลผลิต

2. ถ้าบุคคลได้รับรางวัลที่เท่าเทียมกัน เขาจะทำงานเพื่อให้ได้ผลผลิตในระดับเดิมต่อไป

3. ถ้าบุคคลคิดว่ารางวัลสูงกว่าสิ่งที่ไม่เหมาะสม เขาจะทำงานมากขึ้น ดังนั้นจึงอาจจะลดรางวัลลง ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ บุคคลจะคาดคะเนผลประโยชน์ของตนหรือคาดหวังรางวัลที่ได้รับเกินจริง ทำให้พนักงานอาจรู้สึกถึงความไม่เหมาะสมในบางครั้ง อย่างไรก็ตามความรู้สึกถึงความไม่เหมาะสมนี้จะมีผลต่อปฏิกิริยาบางประการ ตัวอย่างเช่น พนักงานอาจจะโกรธหรือตัดสินใจทำงาน เพราะเกิดความรู้สึกว่ารางวัลที่ได้รับไม่ยุติธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับรางวัลของบุคคลอื่น

## 2.2 ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom

ทฤษฎีความคาดหวังถูกนำเสนอโดย Victor Vroom (1964) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน โดย Vroom มีความเห็นว่าการที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อน โดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติเขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่างในกรณีของการทำงาน พนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการกระทำนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขาพึงพอใจ เช่น เมื่อทำงานหนักขึ้นผลการปฏิบัติงานของเขายู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นทำให้เขาได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งและได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้น ค่าจ้างกับตำแหน่งเป็นผลของการทำงานหนักและเป็นรางวัลที่เขาต้องการเพราะทำให้เขารู้สึกว่าได้รับการยกย่องจากผู้อื่นมากขึ้น แต่ถ้าเขาคิดว่าแม้เขาจะทำงานหนักขึ้นเท่าไรก็ตามหัวหน้าของเขาก็ไม่เคยสนใจดูแลยกย่องเขาจึงเป็นไปได้ที่เขาจะไม่ได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งเขาก็ไม่เห็นความจำเป็นของการทำงานเพิ่มขึ้นความรุนแรงของพฤติกรรมที่จะทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่จะกระทำตามความคาดหวังนั้นรวมถึงความดึงดูดใจของผลลัพธ์ที่จะได้รับซึ่งจะมีเรื่องของการดึงดูดใจ การเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน และการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายามโดยทฤษฎีนี้จะเน้นเรื่องของการจ่ายและการให้รางวัลตอบแทนเน้นในเรื่องพฤติกรรมที่คาดหวังไว้คือเรื่องผลงาน ผลรางวัลและผลลัพธ์ของความพึงพอใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามของพนักงาน

Vroom ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานเรียกว่า VIE Theory ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน

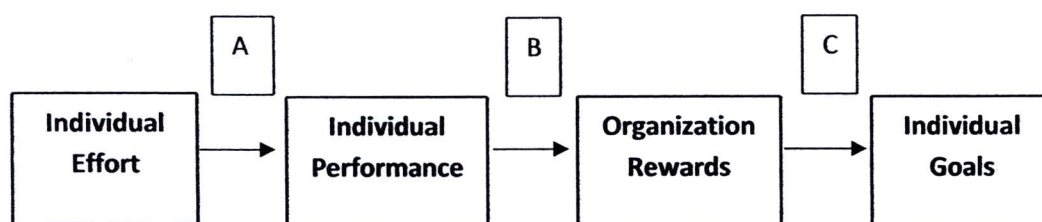
$V = \text{Valance}$  หมายถึงระดับความรุนแรงของความต้องการของบุคคลในเป้าหมายรางวัล คือคุณค่าหรือความสำคัญของรางวัลที่บุคคลให้กับรางวัลนั้น



I = Instrumentality หมายถึงความเป็นเครื่องมือของผลลัพธ์ (Outcomes) หรือรางวัลระดับที่ 1 ที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ 2 หรือรางวัลอีกอย่างหนึ่ง คือเป็นการรับรู้ในความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ที่ได้ (เชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน)

E= Expectancy ได้แก่ ความคาดหวังถึงความเป็นไปได้ของการได้ซึ่งผลลัพธ์หรือรางวัลที่ต้องการเมื่อแสดงพฤติกรรมบางอย่าง (การเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม)

ตามหลักทฤษฎีความคาดหวังจะแย้งว่า ผู้บริหารจะต้องพยายามเข้าไปแทรกแซงในสถานการณ์การทำงาน เพื่อให้บุคคลเกิดความคาดหวังในการทำงาน, คุณลักษณะที่ใช้เป็นเครื่องมือและคุณค่าจากผลลัพธ์สูงสุด ซึ่งจะสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์ขององค์การด้วย โดย สร้างความคาดหวังโดยมีแรงดึงดูด ซึ่งผู้บริหารจะต้องคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถ ให้การอบรมพวกเขา ให้การสนับสนุนพวกเขาด้วยทรัพยากรที่จำเป็นและระบุเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจนให้เกิดความเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน โดยผู้บริหารควรกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานกับรางวัลให้ชัดเจน และเน้นย้ำในความสัมพันธ์เหล่านี้โดยการให้รางวัลเมื่อบุคคลสามารถบรรลุผลสำเร็จในการปฏิบัติงานให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายามซึ่งเป็นคุณค่าจากผลลัพธ์ที่เขาได้รับ ผู้บริหารควรทราบถึงความต้องการของแต่ละบุคคล และพยายามปรับการให้รางวัลเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานเพื่อเขาจะได้รู้สึกถึงคุณค่าของผลลัพธ์ที่เขาได้รับจากความพยายามของเขา



A= Effort performance Linkage, B= Performance reward Linkage, C= Attractiveness

ภาพ 2.2 ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom

มีการแบ่งรางวัลออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. รางวัลภายนอก (Extrinsic Rewards) เป็นรางวัลที่นอกเหนือจากการทำงาน เช่น การเพิ่มค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง หรือผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ (Schermerhorn, Hunt and Osborn, 2003: 118) หรือเป็นผลลัพธ์ของการทำงานซึ่งมีคุณค่าเชิงบวกที่ให้กับบุคคลในการทำงาน

**2. รางวัลภายใน (Intrinsic Rewards)** เป็นรางวัลซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงาน ประกอบด้วยความรับผิดชอบ ความท้าทาย หรือเป็นผลลัพธ์ของการทำงานที่มีคุณค่าเชิงบวกซึ่งบุคคลได้รับโดยตรงจากผลลัพธ์ของการทำงาน ตัวอย่างเช่น ความรู้สึกของความสำเร็จในการปฏิบัติงานที่ความท้าทาย

**แนวทางในการจัดสรรรางวัลภายนอก มีดังนี้**

1. ระบุถึงพฤติกรรมที่พึงพอใจให้ชัดเจน
2. ศึกษารักษาการให้รางวัลที่มีศักยภาพที่จะช่วยให้เกิดการเสริมแรงเชิงบวก
3. คิดเสมอว่าบุคคลจะมีความแตกต่างกัน จึงต้องให้รางวัลที่มีคุณค่าเชิงบวกสำหรับแต่ละบุคคล
4. ให้แต่ละบุคคลรู้อย่างชัดเจนถึงสิ่งที่เขาจะต้องปฏิบัติเพื่อให้ได้รับรางวัลที่ต้องการ กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนและให้ข้อมูลป้อนกลับในการปฏิบัติงาน
5. การจัดสรรรางวัลให้อย่างทันทีทันใดเมื่อเกิดพฤติกรรมที่พึงพอใจ
6. จัดสรรรางวัลให้ตามตารางที่กำหนดเพื่อให้เกิดการเสริมแรงเชิงบวก

### 3. ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

สกินเนอร์ (1938) นักจิตวิทยาชาวอเมริกันเชื่อว่าเราจะเข้าใจและสามารถควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ได้ดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่า เราเข้าใจเงื่อนไขของการเสริมแรง (Reinforcement Contingency) เพียงใด และบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเช่นใดขึ้นอยู่กับว่าเขาได้รับผลเช่นไรในอดีต เช่น พนักงานที่ได้รับการเลื่อนตำแหน่งเพราะไม่ขาด ไม่สาย ไม่ลาออกไปพนักงานผู้นั้นก็จะมีพฤติกรรมที่ไม่ขาด ไม่ลา ไม่สายเสมอ ดังนั้นถ้าเราเข้าใจเงื่อนไขของการเสริมแรงของบุคคลเหล่านี้ได้ ก็สามารถจะจงใจได้

ความเชื่อของสกินเนอร์สรุปได้ว่าผลกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดังนี้

A= Activator คือตัวกระตุ้นหรือสัญญาณที่มาก่อนพฤติกรรม

B= Behavior คือพฤติกรรม

C= Consequence คือผลกรรมสนองตอบต่อพฤติกรรมที่ทำได้ ถ้าเป็นผลกรรมที่พึงประสงค์ก็เรียกว่า C+ หากไม่พึงประสงค์ก็เรียกว่า C-

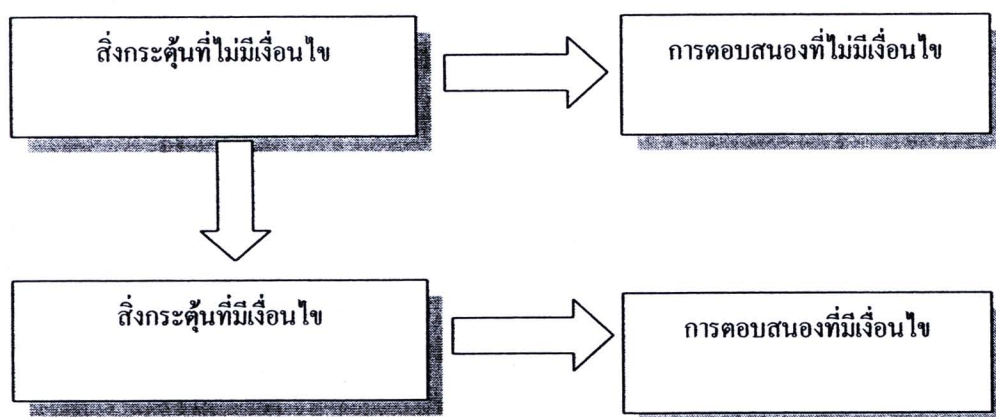
แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ผสมผสานแนวคิดด้านกระบวนการเรียนรู้พื้นฐาน 2 อย่าง นั่นคือ ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกโดยพาฟลอฟ นักจิตวิทยาชาวรัสเซีย และทฤษฎีที่เน้นเงื่อนไขผลกรรมที่มีต่อพฤติกรรมบุคคล





#### 4. ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical Conditioning Theory)

โดยนักจิตวิทยาชาวรัสเซียชื่อพาฟลอฟได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ Reflex or Respondent Behavior เป็นพฤติกรรมที่ตอบสนองโดยอัตโนมัติ ทฤษฎีนี้เป็นการเรียนรู้ถึงกระบวนการต่อเนื่องที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง นักทฤษฎีวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก คำนึงว่าสิ่งมีชีวิต (สัตว์และมนุษย์) เป็นผู้ตอบสนอง ซึ่งสามารถสอนให้เกิดพฤติกรรมเฉพาะอย่าง โดยอาศัยการกระทำซ้ำหรือการวางเงื่อนไข คำว่าการวางเงื่อนไข หมายถึง ความเป็นอัตโนมัติในการตอบสนองต่อสถานการณ์ซึ่งสร้างขึ้นซ้ำๆ ตัวอย่างที่มีชื่อเสียงที่สุดคือพาฟลอฟ สังเกตว่า สุนัขจะน้ำลายไหลเมื่อเห็นชิ้นเนื้อ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นชิ้นเนื้อกับการเกิดน้ำลายไหลของสุนัขเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเองทำให้เกิดกระบวนการต่อเนื่องแบบมีเงื่อนไข โดยชิ้นเนื้อเป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่มีเงื่อนไข [Unconditioned Stimulus (US)] และการเกิดน้ำลายไหลเป็นการตอบสนองที่ไม่มีเงื่อนไข [Unconditioned Response (UR)] พาฟลอฟได้ทำการทดลองโดยใช้การสั่นกระดิ่งคู่ไปกับการให้ชิ้นเนื้อแก่สุนัข หลังจากการทดลองหลายครั้ง สุนัขเริ่มเกิดการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อเสียงกระดิ่ง นั่นคือ สุนัขได้ยินเสียงกระดิ่งก็จะเกิดอาการน้ำลายไหล แม้ว่าจะไม่เห็นชิ้นเนื้อก็ตาม ดังนั้นเสียงกระดิ่งจึงเป็นสิ่งกระตุ้นที่มีเงื่อนไข [Conditioned Stimulus (CS)] ซึ่งทำให้เกิดการตอบสนองที่มีเงื่อนไข [Conditioned Response (CR)] หรือปฏิกิริยาที่ไม่มีเงื่อนไข [Unconditioned Reaction (UR)] ดังภาพ 2



ภาพ 2.3 ความสัมพันธ์เกิดจากความต่อเนื่องและการกระทำซ้ำ

ปัจจัยสองประการที่สำคัญต่อการเรียนรู้ที่ผ่านกระบวนการต่อเนื่อง ประกอบด้วย ความต่อเนื่องกัน หมายความว่า สิ่งกระตุ้นที่มีเงื่อนไขและไม่มีเงื่อนไขจะเกิดขึ้นต่อเนื่องใน ช่วงเวลาและจังหวะที่ใกล้เคียงกัน ในการทดลองของพาฟลอฟนั้น สุนัขได้เกิดการเรียนรู้ ความสัมพันธ์ระหว่างเสียงกระดิ่งกับชิ้นเนื้อซึ่งเนื่องมาจากการเสนอสิ่งกระตุ้นสองสิ่งต่อเนื่องกัน

การกระทำซ้ำหรือความถี่ของความต่อเนื่องกันซึ่งสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลให้เกิดการตอบสนองและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในทางเดียวกับสิ่งกระตุ้นแรก (Initial Stimulus) เรียกว่า กระตุ้นที่มีเงื่อนไข [Conditioned Stimulus (CS)] จากรูป รอยยิ้มของเจ้านายเป็นสิ่งกระตุ้นที่มีเงื่อนไข เพราะนำไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์ (คำหนิถุนอง)

### 5. ทฤษฎีการวางเงื่อนไขของผลกรรมต่อพฤติกรรมของบุคคล (Operant Conditioning Theory) หรือ (Instrumental Conditional Theory)

ทฤษฎีการวางเงื่อนไขของผลกรรมต่อพฤติกรรมของบุคคล (Operant Conditioning Theory) หรือ (Instrumental Conditional Theory) ต่างจากทฤษฎี Classical Conditioning ตรงที่เราสนใจ Consequence คือผลที่ตามมาซึ่งเป็น 2 เงื่อนไขคือการให้แรงเสริม (Reinforcement) กับ การลงโทษ (Punishment) โดยแต่ละแบบมีลักษณะดังนี้

เงื่อนไขการเสริมแรงคือสิ่งที่ให้หลังจากเกิดพฤติกรรมทำให้บุคคลชอบที่ได้รับสิ่งนั้น และทำให้เกิดพฤติกรรมเช่นนั้นตลอดโดยแบ่งเป็น

1. แรงเสริมทางบวก (Positive Reinforce) คือการให้แล้วทำให้บุคคลพอใจ
2. แรงเสริมทางลบ (Negative Reinforce) คือการยกเลิกหรือถอนสถานการณ์ที่ผู้แสดงพฤติกรรมไม่ชอบ เมื่อเลิกแล้วทำให้บุคคลนั้นชอบสภาพเช่นนั้น เช่น การเข็มงวดเกินไป การดูค่า หากสามที่กลับบ้านเร็วแล้วภรรยาหยุดบ่นก็จะกลับบ้านเร็วขึ้นตลอดไป เงื่อนไขการลงโทษ คือสิ่งที่ให้หลังจากเกิดพฤติกรรมทำให้บุคคลไม่ชอบสิ่งที่ได้รับ ทำให้พฤติกรรมนั้นหยุดชะงักลงโดยแบ่งเป็น

1. การลงโทษทางบวก (Positive Punishment) คือการให้สิ่งเขาไม่ชอบเช่น ถูกตี การขั้บรดฝ่าไฟแดงถูกปรับ 1,000 บาท บุคคลก็จะหยุดขั้บรดฝ่าไฟแดง

2. การลงโทษทางลบ (Negative Punishment) คือการถอนสิ่งที่เขาชอบ เช่น เด็กชอบดูบอลแล้วชอบทะเลาะกับพี่ตนเองทำให้แม่ปิดทีวี วันหลังเด็กคนนี้ก็เลิกทะเลาะเพราะกลัวอดดูทีวี

### 2.4 ทฤษฎีการตัดสินใจ

#### ความหมายของการตัดสินใจ

เมธี ปิณฑานนท์ (2526: 168) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกพฤติกรรมจากทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ โดยผู้ตัดสินใจมีเหตุผลในการเลือกของตน



นัทธิ แสงทองศรีกมล (2527: 20) ได้กล่าวว่าการตัดสินใจคือ การคิดพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อเลือกทางที่ดีที่สุด จากทางเลือกหลายๆ ทางเลือก เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

รชนา อัคระกิจ (2539: 82) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจเป็นพฤติกรรมขณะเมื่อบุคคลต้องเผชิญหน้ากับทางเลือกที่กำลังรอคอยการตัดสินใจ ตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไปและจำเป็นต้องเลือกหนึ่งสิ่งจากหลายสิ่งในบางกรณีถ้ามีทางเลือกที่มีประโยชน์มากกว่าหนึ่งสิ่ง ก็อาจจะเลือกสองสามสิ่งจากหลายๆ สิ่งก็ได้ เนื่องจากการตัดสินใจเป็นขั้นตอนหนึ่งที่แทรกอยู่ในทุกการกระทำ

Barnard (1938: 185) สรุปว่าการตัดสินใจคือ การกระทำของบุคคลสามารถแยกแยะออกเป็นหลักการต่างๆ ได้ซึ่งโดยทั่วไปเบื้องต้นของการมีพฤติกรรมต่างๆ ย่อมจะต้องมีการตัดสินใจเป็นการกระทำเบื้องต้นก่อนทั้งสิ้นหลายๆ ทางโดยการตัดออก ถัดออก หรือเลือกเอาเฉพาะที่ดีกว่าหรือชอบมากกว่าเท่านั้น

Patterson (1980: 107) กล่าวถึง การตัดสินใจไว้ว่า การที่บุคคลเข้าไปสู่การเสี่ยง โดยมีการรวบรวมและประเมินข้อมูล มีทางเลือกหลายทางและมีสิ่งประกอบอื่นๆ ที่สำคัญอันนำไปสู่การตัดสินใจเลือก

#### แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจนั้น แทนเน็นบอม (Tannenbaum.1950:2324) มีความเห็นว่าการตัดสินใจที่เป็นระบบนั้นคือการตัดสินใจที่เป็นไปตามทฤษฎีระบบ (System Approach) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การรับรู้และการกำหนดปัญหา (Recognition and Defining the Problem) การรับรู้ปัญหามีความสำคัญต่อการตัดสินใจ การรับรู้ปัญหาไม่เพียงแต่รอให้ปัญหาเกิดขึ้นเสียก่อนแต่ต้องพยายามคาดการณ์ล่วงหน้าว่า น่าจะเกิดปัญหาอะไรบ้าง

2. การระบุปัญหา (Identifying the Problem) เมื่อรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น หรือคาดการณ์ได้ว่าจะมีปัญหอะไรเกิดขึ้นแล้ว ยังต้องสามารถระบุให้ชัดเจนไปว่าปัญหาที่เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นนั้นอยู่ตรงไหน ประกอบด้วยปัญหาย่อยๆ อะไรบ้าง และจะต้องแก้ไขจุดไหนก่อนหรือหลัง ปัญหาที่เกิดขึ้นแต่ละสถานการณ์นั้นอาจมีมากกว่าหนึ่งปัญหา และการจะแก้ปัญหามากมาย ปัญหาไปพร้อมๆ กัน นั้นบางครั้งอาจมีข้อจำกัดหลายๆ อย่าง ที่ไม่อาจทำได้ จำเป็นต้องเลือกปัญหาที่สำคัญและเร่งด่วนมาแก้ไขก่อน ดังนั้นการระบุปัญหาต่างๆ ให้ชัดเจนจะช่วยให้ทราบว่า ควรจะนำปัญหาใดมาแก้ไขก่อน

3. การสร้างทางเลือกในการแก้ปัญหา (Generalization of Alternatives) เนื่องจากปัญหาต่างๆ ทุกปัญหาย่อมมีหนทาง ที่จะแก้ไขได้หลายๆ ทาง ดังนั้นการกำหนดทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ไว้หลายๆ ทางจะช่วยให้การเปรียบเทียบผลดีผลเสียแต่ละทางได้ชัดเจน และทำให้ได้ทางเลือกที่ดีที่เหมาะสมมากขึ้น นอกจากนั้นการสร้างทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหามักมีข้อจำกัดในเรื่องความรู้และประสบการณ์ดังนั้นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายๆ คน จากหลายๆ ฝ่ายมีส่วนในการสร้างทางเลือก ก็จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ได้ทางเลือกมาก ๆ

4. การเลือกทางแก้ปัญหา (Selection of the Alternative) เมื่อได้ทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้แล้วขั้นต่อไปก็คือ จำเป็นต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งมาดำเนินการแก้ไขปัญหา ในทางบริหารบางครั้ง ไม่อาจเลือกทางที่ให้ผลสูงสุดได้เสมอไป เนื่องจากมีข้อจำกัดอย่างอื่นที่เป็นเงื่อนไขอยู่ เช่น เวลา งบประมาณ ฯลฯ จึงจำเป็นต้องให้ผลทางกลางๆ แต่ลดเงื่อนไขข้อจำกัดต่างๆ ลงได้มาก

5. การดำเนินการและการประเมินผล (Implementation and Evaluation) เมื่อได้ตัดสินใจเลือกทางเลือกใดแก้ปัญหาแล้ว พร้อมทั้งติดตามประเมินผลดำเนินการแก้ไขสิ่งบกพร่องต่างๆ อันอาจเกิดขึ้น การดำเนินการแก้ปัญหาและการประเมินผลนั้นว่ามีความสำคัญมากในกระบวนการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกทางเลือกจะดีมีเหตุผลเพียงใดก็ตามหากการปฏิบัติตามทางเลือกไม่ดำเนินการไปอย่างรัดกุมแล้ว การแก้ปัญหาก็ไม่อาจบรรลุผลตามเป้าหมายได้

#### ขั้นตอนการตัดสินใจ

สำหรับขั้นตอนการตัดสินใจนั้น วิชัย ดันศิริ (2515: 34) เสนอกระบวนการตัดสินใจไว้ 3 ขั้นตอนด้วยกัน ได้แก่

1. มีเป้าหมายแล้วต้องคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น
2. คาดคะเนผลลัพธ์ของแต่ละวิธี
3. พิจารณาเปรียบเทียบผลลัพธ์เหล่านั้นว่า กลุ่มผลลัพธ์ไหนจะทำให้เราถึงเป้าหมายได้เร็วที่สุดและสิ้นเปลืองน้อยที่สุด

จางค์ สมประสงค์ (2518: 221) ได้จำแนกกระบวนการตัดสินใจแบบวิทยาศาสตร์ไว้ 5 ขั้นตอนดังนี้

1. จำกัดขอบเขตปัญหาให้ชัดเจน (Defining the Problem)
2. ต้องดำเนินการวิเคราะห์ปัญหา (Analyzing the Problem)
3. จัดหาวิธีการที่จะให้แก้ปัญหาไว้ให้มีโอกาสเลือกใช้ได้หลายๆ วิธี (Developing Alternate Solutions)
4. ทำการตัดสินใจเลือกใช้วิธีแก้ปัญหาที่เห็นว่าดีที่สุดมาวิธีหนึ่ง (Deciding Upon the



Best Solutions)

5. นำเอาวิธีแก้ปัญหาลูกเลือกแล้วไปใช้ดำเนินการให้บังเกิดประสิทธิภาพต่อไป

(Converting the Decision into Effective Action) มั่นใจ แน่ใจ และรู้ดีกว่ามีปัญหาเกิดขึ้นมาแล้ว

วุฒิชัย จานงค์ (2523: 4-7) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจเป็น 6 ขั้นตอนคือ

1. การแยกแยะปัญหา หรือการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงในตัวปัญหาออกมาเพื่อสร้างความ
2. การหาข่าวสารเกี่ยวกับปัญหานั้น
3. การประเมินค่าข่าวสาร
4. การกำหนดทางเลือก
5. การเลือกทางเลือก
6. การปฏิบัติตามการตัดสินใจ

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิพวรรณ นันตระกูล (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่อง ระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่จบมาจากสถานศึกษาของรัฐบาล และมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูง มีความตั้งใจและมีความรักในอาชีพครู โดยมีความคาดหวังจากการเรียนว่าจะสามารถพัฒนาทักษะและบุคลิกภาพได้อย่างถูกต้องเหมาะสม จะได้รับความรู้ในวิชาที่เรียนมา และสามารถเรียนต่อในระดับที่สูงได้ หลังจากจบการศึกษาแล้วจะมีความมั่นใจในการประกอบอาชีพและสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้ อีกทั้งเป็นการศึกษาที่ได้รับการยอมรับจากสังคมที่นักศึกษาจะตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อด้วยตนเอง

พิชาญ เสมสุขกรี (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาจีนกลาง ของกลุ่มผู้เรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของอายุพบว่า คนที่ไปเรียนภาษาจีนกลาง มีหลากหลายช่วงอายุ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการไปเรียนอย่างชัดเจน ดังนั้น อายุ จึงไม่เป็นอุปสรรคสำหรับการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาจีนกลาง

ละอียด ศรีหาเหง้า (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนระดับอาชีวศึกษาของเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 ของโรงเรียนระดับอาชีวศึกษา ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในโรงเรียนอาชีวศึกษาเกิดจากความชอบส่วนตัวมากที่สุด

และเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อใน โรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน เพราะนักศึกษาสามารถ ผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้สาเหตุที่เลือกหลักสูตรพาณิชยกรรมคือเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถนำ ความรู้ไปประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจหรือเป็นผู้ประกอบการ มีความได้เปรียบในการสมัคร งาน และจากการทดสอบไคสแคว์ พบว่าสาขาที่เลือกศึกษาในปัจจุบันมีความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติกับอาชีพที่คาดว่าจะทำในอนาคต สำหรับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยภายนอกคือ สภาพเศรษฐกิจ ความเจริญก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี การรับนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและระดับมหาวิทยาลัยมากขึ้น คำนึงในการส่งลูก เข้าเรียนใน โรงเรียนเอกชนที่มีชื่อเสียงและระดับราคาสินค้าที่สูงขึ้น