

## ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของรางวัลกับความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหาร ในกรุงเทพมหานคร

### The relationship between types of reward and job satisfaction of restaurant employees in Bangkok

ศิริพัชร อิ่มสุวรรณ<sup>1\*</sup>, พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์<sup>2</sup>

Siraphach Imsuwan<sup>1\*</sup>, Pittawat Ueasangkomsate<sup>2</sup>

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์<sup>1\*,2</sup>

Faculty of Business Administration, Kasetsart University<sup>1\*,2</sup>

siraphach.im@ku.th<sup>1\*</sup>, pittawat.u@ku.th<sup>2</sup>

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding Author)

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประเภทของรางวัลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานระดับปฏิบัติการในร้านอาหารจำนวน 291 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามแบบกระดาษและแบบออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของรางวัลภายนอก ได้แก่ เงินเดือนและสวัสดิการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในงานของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยของรางวัลภายใน ได้แก่ ความเป็นธรรมและโอกาสการพัฒนาตนเอง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในงานของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลของการศึกษานี้ พบว่ารางวัลตอบแทนในด้านความเป็นธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการให้รางวัลในด้านความเป็นธรรม เพื่อพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มความพึงพอใจในงานอย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** รางวัลภายใน, รางวัลภายนอก, ความพึงพอใจในงาน, ร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร

## Abstract

This study aims to investigate the relationship of different types of rewards on the job satisfaction of restaurant employees in Bangkok. The sample group consisted of 291 operational-level employees from various restaurants. The tools used for the study were questionnaires, both in paper-based and online formats. The data was analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The research findings revealed that external rewards, such as salary and benefits, significantly and positively influenced job satisfaction among the sample group at a statistical significance level of 0.05. Similarly, internal rewards, such as fairness and opportunities for self-development, also had a significant and positive relationship on job satisfaction at a statistical significance level of 0.05. Based on the results of this study, it was found that rewards related to fairness have the strongest positive relationship with job satisfaction. Restaurant owners should focus on providing rewards related to fairness to develop effective strategies for improving employee job satisfaction.

**Keywords:** Intrinsic reward, Extrinsic reward, Job satisfaction, Restaurant in Bangkok

## บทนำ

ผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ในปี 2563 ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าลดลงเหลือ 4.0 แสนล้านบาท และในปี 2564 ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าลดลงเหลือ 3.6 แสนล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2562 ในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีมูลค่าสูงถึง 4.3 แสนล้านบาท อันเป็นผลจากการที่รัฐบาลได้ทำการยกระดับมาตรการการควบคุมและป้องกันการระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคภายในประเทศระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น และกำลังซื้อของผู้บริโภคจึงลดลง อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ลดลงเกือบหนึ่งร้อยเปอร์เซ็นต์อันเนื่องมาจากการปิดประเทศในขณะนั้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) ในปี 2565 สถานะการณ์ของเศรษฐกิจเริ่มมีการฟื้นตัว จากปัจจัยของสถานการณ์โควิด-19 มีแนวโน้มเริ่มคลี่คลาย ทำให้รัฐบาลคลายมาตรการการควบคุมและป้องกันการระบาด กิจกรรมต่างๆในประเทศเริ่มกลับเข้าสู่สภาวะปกติ โดยคาดว่าในปี 2565 นั้นธุรกิจร้านอาหารจะเริ่มมีการฟื้นตัวอย่างมากโดยคาดการณ์ว่ามีมูลค่า 4.18 - 4.25 แสนล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมร้านอาหารจะมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวจากปัจจัยด้านดีต่างๆ แต่อัตราการลาออกของพนักงานในอุตสาหกรรมร้านอาหารยังถือว่ามียังจำนวนมาก และยังไม่มีความโน้มที่จะลดลงหลังจากการแพร่ระบาด ข้อมูลแรงงานของสำนักสถิติแรงงานในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าอัตราการลาออกสำหรับอุตสาหกรรมที่พักและบริการอาหารเพิ่มขึ้นจาก 4.8% ในปี 2021 เป็น 6.9% ในปี 2022 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นที่สูงกว่าภาคส่วนอื่นๆ สาเหตุที่การลาออกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเกิดจากเกิดภาวะหมดไฟของพนักงาน จากผลสำรวจโดย Workplace from Meta (2022) พบว่า 70% ของพนักงานระดับปฏิบัติการ เกิดภาวะหมดไฟหรือเสี่ยงที่จะเกิดภาวะหมดไฟจากช่วงปีการระบาดของโควิด-19 ซึ่งผลลัพธ์ตามมาคือ 45% ของบุคลากรในกลุ่มที่เกิดภาวะหมดไฟเหล่านี้กำลังคิดที่จะลาออกจากงาน โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานร้านอาหาร ที่พนักงานได้รับค่าจ้างและค่าตอบแทนที่ต่ำ มีชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน และอยู่ในสภาพการทำงานที่ย่ำแย่จากลักษณะงาน หัวหน้านานและลูกค้า จนทำให้เกิดความไม่พอใจในงานตั้งแต่ก่อนการระบาดของโควิด-19 แต่ความเหลื่อมล้ำเริ่มทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากการระบาด นอกจากนั้นการแพร่ระบาดยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมร้านอาหาร ร้านอาหารหลายแห่งนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ ซึ่งสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพและลดความจำเป็นของพนักงาน ส่งผลให้พนักงานร้านอาหารเหล่านี้เริ่มตระหนักถึงคุณค่าของตนเองมากขึ้น และวางแผนที่จะย้ายออก

จากงานเพื่อย้ายไปประกอบอาชีพอื่น ซึ่งปัญหาการย้ายงานนี้เกิดขึ้นอย่างมากโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร อันเนื่องมาจากทางเลือกในอาชีพที่มีจำนวนมาก โดยเฉพาะอาชีพงานพื้นฐาน เสมียนและอาชีพช่างเทคนิค ที่มีความต้องการแรงงานจำนวนมาก ทำให้เกิดการย้ายงานจากอุตสาหกรรมร้านอาหารในกรุงเทพมหานครมากกว่าในจังหวัดอื่น (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน, 2564)

ผู้ประกอบการร้านอาหารกำลังมองหาวิธีปรับปรุงการรักษาพนักงานและลดการลาออก โดยการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงาน (Liu Yang, 2014) วิธีหนึ่งในการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงานคือการเสนอรางวัลประเภทต่างๆ (Armstrong, 2010, Komal Khalid and Adnan Shoaib, 2019, Ansori et al, 2022) ได้แก่ รางวัลภายนอกหรือการสนับสนุนความพึงพอใจโดยตรงผ่านความต้องการเงินรวมถึงสิ่งของ และรางวัลภายในหรือการสร้างและให้บางสิ่งเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจและจะนำไปสู่การเกิดความพึงพอใจของพนักงาน จากผลการวิจัยในอดีตยังไม่สามารถหาข้อสรุปได้ว่า รางวัลประเภทใดมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด งานวิจัย Tezera Misganaw, 2016 พบว่า รางวัลภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด ในขณะที่งานวิจัยของ Thiha Thiha (2019) และ Ansori et al (2022) พบว่ารางวัลภายในมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด

เนื่องจากยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของรางวัลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร เพื่อหาข้อสรุปสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรจะมุ่งเน้นที่รางวัลประเภทใดจึงจะได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด โดยงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงประเภทของรางวัลคือ รางวัลภายนอกและรางวัลภายใน และนำข้อมูลผลสรุปที่ได้เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้บริหาร ผู้ประกอบกิจการและผู้จัดการของร้านอาหารได้นำไปปรับใช้ในองค์กรต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลภายนอกต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลภายในต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงาน

สุปราณี กำแหงหาญ (2562) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ส่งผลต่อจิตใจและอารมณ์ เป็นความรู้สึกด้านบวก จะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นหรือลดน้อยลงขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังและความต้องการของบุคคลนั้นๆ ได้รับการตอบสนองได้ตรงกับความต้องการมากหรือน้อยเพียงใด ความพึงพอใจในงานจึงเป็นความรู้สึกเต็มใจ พอใจ และมีแรงจูงใจจะปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร”

สอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริชเบิร์ก (Herzberg Two-Factor Theory, 1959) อ้างถึง (สุวัลลี แยม ศาสตร์, 2561) ที่นำเสนอต่อมุมมองของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน 2 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจให้ชอบงาน รักงาน และกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจในงาน ถือเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในตัวของบุคคล 2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่จะค้ำจุนให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล หากไม่ได้รับการตอบสนอง จะนำไปสู่ความไม่พอใจในงาน เป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับของรางวัล

Armstrong (2010) ได้ให้ความหมายของรางวัลว่า “รางวัลคือทุกสิ่งทีพนักงานเห็นว่ามีความสำคัญ องค์กรจึงต้องการให้รางวัลแก่พนักงานเพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานรับรู้ถึงการได้รับการสนับสนุนและการให้กำลังใจจากองค์กร” ในมุมมองของพนักงานในองค์กร เมื่อสิ่งตอบแทนสำหรับการทำงานคือค่าจ้าง ดังนั้นรางวัลจึงเปรียบเสมือน ผลกำไรที่มาจากการทำงาน องค์กรจึงถือว่ารางวัลเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการชักจูงพฤติกรรมและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน Armstrong (2010)

เนื่องจากรางวัลนั้นแบ่งได้หลากหลายประเภท ตามแนวคิดของ Packianathan Chelladurai (2006) อ้างถึงในชลธิชา ทิพย์ประทุม (2560) รางวัลนั้นสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ 2 ประเภท ได้แก่ รางวัลภายในและรางวัลภายนอก

1. รางวัลภายนอก (Extrinsic Reward) หมายถึงรางวัลที่เป็นผลประโยชน์ทางกายภาพ และผลประโยชน์ในสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่องค์กรเสนอให้พนักงาน (Komal Khalid and Adnan Shoaib, 2019) เป็นรางวัลที่มีมูลค่าโดยแท้จริง ตัวอย่างเช่น การเพิ่มเงินเดือน การให้โบนัส การให้ตำแหน่ง การให้สวัสดิการ

2. รางวัลภายใน (Intrinsic reward) หมายถึงรางวัลที่ช่วยเพิ่มความภาคภูมิใจในตนเองและความรู้สึกสำเร็จของพนักงาน ถือเป็นผลประโยชน์ที่มอบให้เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจในแต่ละบุคคล (Komal Khalid and Adnan Shoaib, 2019) เป็นสิ่งที่องค์กรให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจและความพึงพอใจภายใน ตัวอย่างเช่น การได้รับการชื่นชม การได้รับมอบหมายงานที่สำคัญ การได้รับการยอมรับ การทำให้พนักงานตระหนักถึงโอกาสในการเรียนรู้

### ความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลและความพึงพอใจในงาน

จากทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเซนเบิร์ก ที่เสนอว่าพนักงานจะได้รับอิทธิพลต่อองค์กรจากปัจจัยสองด้านคือปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน โดยกระบวนการให้ของรางวัลนั้นเกี่ยวข้องกับปัจจัยทั้งสองด้านนี้ ดังนั้นองค์กรสามารถใช้รางวัลตั้งเป้าความสำเร็จในการทำงาน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มุ่งหวังรางวัลที่มีคุณค่า และเมื่อองค์กรตอบแทนผลงานและความพยายามด้วยรางวัลตามที่พนักงานต้องการ พนักงานก็มีแนวโน้มที่จะเกิดความพึงพอใจในงาน (Komal Khalid and Adnan Shoaib, 2019) อีกทั้งการให้รางวัลยังทำให้พนักงานรับรู้ถึงการได้รับคุณค่าและได้รับความสำคัญจากองค์กร (Armstrong, 2010)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tezera Misganaw, (2016) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของรางวัลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัทประกันในประเทศเอธิโอเปีย พบว่าของรางวัลภายนอก ได้แก่ สวัสดิการ และรางวัลภายใน ได้แก่ โอกาสในการพัฒนาตนเอง มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Ansori et al (2022) ศึกษาถึงผลของรางวัลทั้งภายในและภายนอกต่อความพึงพอใจในงานของครูที่โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่ารางวัลภายใน ได้แก่ การได้รับการยอมรับ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า โอกาสในการพัฒนาตนเอง และปัจจัยรางวัลภายนอกได้ เงินเดือน สวัสดิการ โบนัส การเลื่อนตำแหน่ง โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน

จากข้อสรุปข้างต้น สามารถแบ่งของรางวัลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ รางวัลภายนอกและรางวัลภายใน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า

H1: รางวัลภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H1.1: รางวัลด้านเงินเดือนมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H1.2: รางวัลด้านโบนัสมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H1.3: รางวัลด้านการเลื่อนตำแหน่งมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H1.4: รางวัลด้านสวัสดิการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H2: รางวัลภายในมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

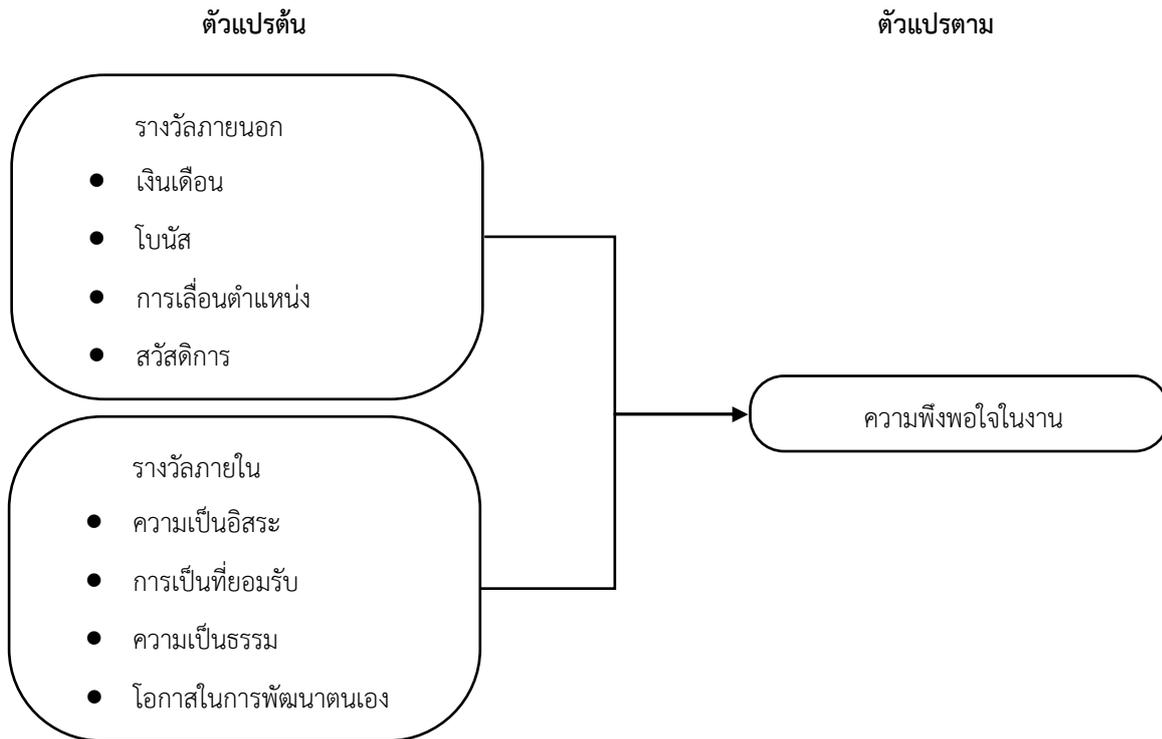
H2.1: รางวัลด้านความเป็นอิสระมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H2.2: รางวัลด้านการเป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H2.3: รางวัลด้านความเป็นธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

H2.4: รางวัลด้านโอกาสในการพัฒนาตนเองมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงสามารถพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยสำหรับการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานระดับปฏิบัติการ ที่ทำงานทั้งทำงานประจำและพนักงานชั่วคราว ที่ทำงานร้านอาหารรูปแบบให้บริการในกรุงเทพมหานคร

จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย อ้างอิงจากจำนวนประชากรจากการสำรวจจำนวนบุคลากรลูกจ้างที่ทำงานในธุรกิจที่พักรวม การบริการอาหาร ในจังหวัดกรุงเทพมหานครในปี 2563 พบว่ามีจำนวนบุคลากรทั้งหมด 280,300 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สถาบันสถิติแห่งชาติ, 2563) จึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (NonProbability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้การคำถามคัดกรองคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม (ท่านเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการในร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครใช่หรือไม่)

ใช้การเก็บแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เพื่อเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย จึงแบ่งเป็นแบบสอบถามแบบกระดาษจำนวน 250 คน และแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่าน Google forms จำนวน 150 คน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและ

ทบทวนวรรณกรรม รวมไปถึงการศึกษางานวิจัยในอดีตเพื่อพัฒนาแบบสอบถามที่จะเพื่อได้ตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์ที่เหมาะสม โดยการเก็บข้อมูลและ ผ่านการแบ่งชุดคำถามออกเป็นทั้งหมด 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากร โดยใช้คำถามจำนวน 6 ข้อที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของผู้ตอบคำถามคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้ส่วนบุคคลและประเภทของร้านอาหาร

ส่วนที่ 2 รางวัลภายนอก ใช้แบบสอบถามอ้างอิงจากงานวิจัยของ Norhaslinda Mohamad Amin (2016) และทำการปรับเปลี่ยนคำถามเพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อของงานวิจัยมากขึ้น โดยใช้คำถามจำนวน 12 ข้อ แบ่งออกเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ เงินเดือน 3 ข้อ โบนัส 3 ข้อ การเลื่อนตำแหน่ง 3 ข้อ และสวัสดิการ 3 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “ท่านจะมีแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้นเมื่อได้รับโบนัส” และ “ท่านจะมีแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้นเมื่อท่านมีโอกาสการเลื่อนตำแหน่ง”

ส่วนที่ 3 รางวัลภายใน ใช้แบบสอบถามอ้างอิงจากงานวิจัยของ Thiha Thiha (2019) จากนั้นทำการปรับเปลี่ยนคำถามเพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อของงานวิจัยมากขึ้น โดยใช้คำถามจำนวน 12 ข้อ แบ่งออกเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ความเป็นอิสระ 3 ข้อ การเป็นที่ยอมรับ 3 ข้อ ความเป็นธรรม 3 ข้อ และโอกาสในการพัฒนาตนเอง 3 ข้อ ตัวอย่างคำถาม “ท่านได้รับการยอมรับจากหัวหน้างานในความพยายามของท่าน” และ “งานของท่านช่วยให้ท่านมีโอกาสในการพัฒนาตนเอง”

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจในการทำงาน ใช้ชุดคำถามจาก The Job Satisfaction Survey หรือ JSS จำนวน 27 ข้อที่ถูกพัฒนาโดย Paul E. Spector (1994) อ้างถึง (Siti Nur Aishah Mohd Noor, 2018) ตัวอย่างคำถาม “ท่านรู้สึกว่างานที่ท่านทำนั้นมีคุณค่า” และ “ท่านรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กร”

โดยคำถามในส่วนที่ 2 – 4 มีลักษณะของคำถามเป็นแบบการให้ผู้ตอบแสดงลำดับความเห็นด้วยมากน้อย โดยใช้มาตราส่วน Likert scale แบบ 5 จุด โดยแบ่งเป็น ระดับ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง ระดับ 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และใช้เกณฑ์การแปลผลคือ น้อยที่สุด (1.00 – 1.80) น้อย (1.81 – 2.60) ปานกลาง (2.61 – 3.40) มาก (3.41 – 4.20) และมากที่สุด (4.21 – 5.00) และมีเกณฑ์การแปลผลของข้อมูล ผู้วิจัยคำนวณค่าอัตราภาคขั้นเท่ากับ 0.8 ทำให้มีเกณฑ์การแปลผลในการศึกษานี้ ได้แก่

ค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 5.00 – 4.21	แปลผลว่า	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.20 – 3.41	แปลผลว่า	มีระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.40 – 2.61	แปลผลว่า	มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 2.60 – 1.81	แปลผลว่า	มีระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 1.80 – 1.00	แปลผลว่า	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในส่วนที่ 2 -4 โดยการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรง(Content Validity) และความเชื่อมั่น(Reliability) ของแบบสอบถาม จากข้อคำถามของงานวิจัยที่ใช้อ้างอิง ทุกข้อคำถามผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence : IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.50 – 1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.5 และผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha-Coefficient) พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคในช่วง 0.964 – 0.983 ถือว่ามีค่ามากกว่าค่ามาตรฐานของความน่าเชื่อถือคือ 0.7 ดังนั้นจึงถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่สามารถนำไปใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อช่วยสรุปลักษณะที่สำคัญของข้อมูลด้วยการทดสอบสถิติเบื้องต้น ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของ

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติ ความถี่และค่าร้อยละ ในขณะที่ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรางวัลและความพึงพอใจในงาน ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95%

## ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ราย งานวิจัยนี้คัดกรองกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์คำถามคือ ท่านเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการในร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือไม่ จากการคัดกรองด้วยข้อคำถามและการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จึงได้กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยจำนวน 291 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 72.5

## ข้อมูลทางสถิติของกลุ่มตัวอย่าง

### ตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

	ความถี่	ร้อยละ		ความถี่	ร้อยละ
<b>เพศ</b>			<b>ระยะเวลาการปฏิบัติงาน (ที่ทำงานปัจจุบัน)</b>		
ชาย	120	41	ต่ำกว่า 1 ปี	122	42
หญิง	167	58	1 – 2 ปี	80	28
อื่นๆ	4	1	3 - 5 ปี	51	18
<b>ทั้งหมด</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	6 - 10 ปี	28	10
<b>อายุ</b>			มากกว่า 10 ปี	10	2
18 – 25 ปี	180	62	<b>ทั้งหมด</b>	<b>291</b>	<b>100</b>
26 – 35 ปี	73	25			
36 – 45 ปี	34	12			
46 – 55 ปี	4	1			
<b>ทั้งหมด</b>	<b>291</b>	<b>100</b>			
<b>รายได้ส่วนบุคคล (เฉลี่ยต่อเดือน)</b>			<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	117	40	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) หรือต่ำกว่า	5	2
10,000 – 20,000 บาท	123	42	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6/ปวช.)	62	21
20,001 – 30,000 บาท	37	13	อนุปริญญา/ปวส.	56	19
30,001 – 40,000 บาท	9	3	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	168	58
<b>ทั้งหมด</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>ทั้งหมด</b>	<b>291</b>	<b>100</b>

ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนมากมีอายุระหว่าง 18 -25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 1 ปี และประสบการณ์ทำงาน 1 – 2 ปี เป็นส่วนมาก มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,000 - 20,000 บาท และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนมาก โดยประเภทของร้านอาหารทำงานเป็นรูปแบบ Semi service หรือร้านอาหารที่มีทั้งส่วนลูกค้าบริการตนเองและส่วนที่มีพนักงานให้บริการ

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

## ข้อมูลทางสถิติของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตารางที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อของรางวัลภายนอก รางวัลภายในและความพึงพอใจในงาน

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
<b>รางวัลภายนอก</b>			
เงินเดือน	3.23	0.82	ปานกลาง
โบนัส	3.23	0.89	ปานกลาง
การเลื่อนตำแหน่ง	3.38	0.88	ปานกลาง
สวัสดิการ	3.19	0.81	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวมของรางวัลภายนอก</b>	<b>3.26</b>	<b>0.85</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>รางวัลภายใน</b>			
ความเป็นอิสระ	3.59	0.88	มาก
การเป็นที่ยอมรับ	3.58	0.83	มาก
ความเป็นธรรม	3.64	0.96	มาก
โอกาสการพัฒนาตนเอง	3.52	0.88	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมของรางวัลภายใน</b>	<b>3.59</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>
<b>ความพึงพอใจในงาน</b>	<b>3.23</b>	<b>0.83</b>	<b>ปานกลาง</b>

ปัจจัยรางวัลภายนอก จากตาราง 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าความคิดเห็นต่อรางวัลภายนอก โดยค่าเฉลี่ยรวมแปลผลได้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 เมื่อพิจารณาปัจจัยในแต่ละด้านพบว่าทุกด้านแปลผลได้ในระดับปานกลาง โดยในด้านเงินเดือน โบนัส การเลื่อนตำแหน่งและสวัสดิการ แต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 3.23 3.38 และ 3.19 ตามลำดับ โดยแต่ละด้านมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 0.89 0.88 และ 0.81 ตามลำดับ

ปัจจัยรางวัลภายใน จากตาราง 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าความคิดเห็นต่อรางวัลภายใน โดยค่าเฉลี่ยรวมแปลผลได้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87 เมื่อพิจารณาปัจจัยในแต่ละด้านพบว่าทุกด้านแปลผลได้ระดับมาก โดยในด้านความเป็นอิสระ ความเป็นธรรม โอกาสในการพัฒนาตนเองและการเป็นที่ยอมรับในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 3.58 3.64 และ 3.52 ตามลำดับ โดยแต่ละด้านมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 0.83 0.88 และ 0.88 ตามลำดับ

ปัจจัยความพึงพอใจในงาน จากตาราง 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในงาน โดยแปลผลได้อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83

**การทดสอบสมมติฐาน**

การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์ความพึงพอใจในงาน จากปัจจัยของรางวัลประเภทรางวัลภายนอกและรางวัลภายในของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในงานกับประเภทของรางวัล และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ใช้วิธีการเลือกตัวแปรเข้าสู่สมการโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.670	0.152		4.400	0.000
เงินเดือน	0.213	0.054	0.244	3.955	0.000*
โบนัส	-0.079	0.068	-0.089	-1.155	0.249
การเลื่อนตำแหน่ง	-0.034	0.053	-0.040	-0.638	0.524
สวัสดิการ	0.232	0.064	0.247	3.604	0.000*
ความเป็นอิสระ	-0.030	0.060	-0.037	-0.510	0.610
การเป็นที่ยอมรับ	0.047	0.065	0.054	0.718	0.473
ความเป็นธรรม	0.264	0.065	0.321	4.076	0.000*
โอกาสในการพัฒนา	0.138	0.064	0.170	2.176	0.030*

Adjust R Square = 0.532, \* $p < 0.05$

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณข้างต้น ตามตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยตัวแปรเงินเดือน สวัสดิการ ความเป็นธรรมและโอกาสในการพัฒนาตนเอง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงถือว่าปัจจัยทั้ง 4 มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1.1, H1.4, H2.3 และ H2.4 โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์ได้ดังนี้ ของความเป็นธรรม ( $B=0.264$ ,  $p < 0.05$ ) รองลงมาคือ สวัสดิการ ( $B=0.232$ ,  $p < 0.05$ ) โอกาสในการพัฒนาตนเอง ( $B=0.213$ ,  $p < 0.05$ ) และเงินเดือน ( $B=0.138$ ,  $p < 0.05$ ) ตามลำดับ โดยเป็นปัจจัยร่วมกันที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 53.2 ในส่วนที่เหลือที่ร้อยละ 46.8 เกิดจากปัจจัยอื่นๆ

ตารางที่ 4 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
<b>H1: รางวัลตอบแทนภายในมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน</b>	<b>สอดคล้องกับสมมติฐาน</b>
H1.1: รางวัลด้านเงินเดือนมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
H1.2: รางวัลด้านโบนัสมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
H1.3: รางวัลด้านการเลื่อนตำแหน่งมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
H1.4: รางวัลด้านสวัสดิการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
<b>H2: รางวัลตอบแทนภายในมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจงาน</b>	<b>สอดคล้องกับสมมติฐาน</b>
H2.1: รางวัลด้านความเป็นอิสระมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
H2.2: รางวัลด้านการเป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
H2.3: รางวัลด้านความเป็นธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
H2.4: รางวัลด้านโอกาสในการพัฒนามีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของประเภทของรางวัลต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร พบว่ารางวัลทั้งสองประเภทนำไปสู่ความพึงพอใจในงานของพนักงาน ผลการวิจัยได้รับการสนับสนุนจากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ทำให้สามารถยอมรับในสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ จึงสรุปได้ว่าของรางวัลทั้ง 2 ประเภท มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลของงานวิจัยเป็นไปตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเซนเบิร์ก สามารถอธิบายได้ว่า การเพิ่มสิ่งที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตส่วนตัว (ปัจจัยจูงใจ) เช่น การประเมินผลงานอย่างยุติธรรมและการให้โอกาสการพัฒนาตนเอง (รางวัลภายใน) จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงาน และการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน (ปัจจัยค่าจูง) จะช่วยลดความไม่พึงพอใจในงาน เช่น การให้เงินเดือนและสวัสดิการที่เหมาะสม (รางวัลภายนอก)

ผลของงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Norhaslinda Mohamad Amin (2016) ที่ศึกษาถึงของรางวัลภายนอกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานของพนักงานจากกรมสำรวจและที่ดิน ประเทศมาเลเซีย พบว่า เงินเดือนและสวัสดิการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานเช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thiha Thiha (2019) ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของระบบการจัดการรางวัลต่อความพึงพอใจของพนักงานในโรงแรมแบงค็อก ประเทศเมียนมาร์ พบว่า ความเป็นธรรมและโอกาสในการพัฒนาตนเองมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานเช่นกัน

ปัจจัยด้านความเป็นธรรม มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการปฏิบัติที่เป็นธรรมจากหัวหน้างานและจากองค์กรมากที่สุด อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมและความเท่าเทียม ดังนั้นเมื่อพนักงานรับรู้ว่าสิ่งที่พนักงานทุ่มเทไปนั้นจะได้รับผลตอบแทนกลับมาย่างเที่ยงธรรม พนักงานจะมีความพึงพอใจในงานมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hasan Ali Al-Zu'bi (2010) ที่พบว่าความเป็นธรรมมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัทอุตสาหกรรมไฟฟ้าในประเทศจอร์แดน

สวัสดิการและเงินเดือน เป็นปัจจัยลำดับรองลงมาที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน อธิบายได้ว่าสวัสดิการถือเป็นสิ่งที่ยังคงมอบให้แก่พนักงานเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย การที่พนักงานได้รับสวัสดิการเพิ่มขึ้น จะช่วยให้ใช้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น จึงเกิดความพึงพอใจในงาน ในขณะที่เงินเดือนนั้น ถือเป็นผลตอบแทนที่เห็นได้ชัดเจน และเป็นผลตอบแทนพื้นฐานจากการทำงาน ดังนั้นการที่พนักงานได้รับเงินเดือนที่เพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในงาน ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Norhaslinda Mohamad Amin (2016) และ Ansori et al (2022)

โอกาสในการพัฒนาตนเอง เป็นปัจจัยลำดับสุดท้ายที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของตัวเองมากขึ้น เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความใส่ใจที่ได้รับจากการสนับสนุนขององค์กร จะนำไปสู่การเพิ่มความพึงพอใจในงาน ผลการวิจัยได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของ Safia Tabassum (2021) องค์กรที่ให้การฝึกอบรมและสนับสนุนโอกาสการพัฒนาตนเองของพนักงาน จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานเจเนอเรชั่น Z ในองค์กรประเทศเวียดนาม

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ในการเพิ่มความพึงพอใจให้แก่พนักงานในร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารควรจะมุ่งเน้นการให้ความสำคัญเป็นธรรม เป็นลำดับแรก ผู้ประกอบการจึงควรที่จะพัฒนาความเป็นธรรมในทุกส่วนขององค์กร เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านโครงสร้าง เช่น การปรับปรุงระบบการประเมินให้เป็นธรรมและมีมาตรฐาน และด้าน

สังคม เช่น การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม การปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นธรรมในองค์กร ผ่านการฝึกอบรมและสื่อสารเรื่องคุณค่าของความเป็นธรรมให้แก่ทั้งหัวหน้างานและพนักงาน เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมในการทำงานที่เป็นธรรมในองค์กร

2. เงินเดือนและสวัสดิการ การให้รางวัลประเภทนี้ควรจะต้องพิจารณาอย่างเหมาะสม มีการจัดสรรอย่างรอบคอบ ในเงินเดือนนั้นควรคำนึงถึงประสิทธิภาพและผลงานของพนักงาน รวมถึงการเปรียบเทียบกับตลาดแรงงาน และส่วนสวัสดิการจำเป็นต้องให้อย่างครอบคลุมแก่พนักงาน พร้อมทั้งมีการให้สวัสดิการพิเศษเพิ่มเติม เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่พนักงาน

3. ผู้ประกอบการควรให้การสนับสนุนพนักงานในด้านโอกาสการพัฒนาตนเอง โดยการกำหนดแผนการพัฒนาทักษะของพนักงาน การส่งเสริมการเรียนรู้โดยการให้พนักงานเข้าฝึกอบรมเพื่อเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ และมอบโอกาสการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ให้พนักงานได้สร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

4. การศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อของรางวัลในกลุ่มตัวอย่างนั้น โอกาสในการพัฒนาในรางวัลภายนอก และสวัสดิการในรางวัลภายใน เป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับปัจจัยย่อยอื่นๆ โดยทั้งสองปัจจัยย่อยนั้นมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว โดยผู้ประกอบการควรปรึกษาและรับฟังความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปัญหาความไม่พอใจในโอกาสการพัฒนาตนเองและในสวัสดิการ และเพื่อเพิ่มความพึงพอใจดังกล่าว ผู้ประกอบการควรเพิ่มเติมสวัสดิการที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อพนักงานได้ เช่น การให้พนักงานเข้าร่วมโครงการหรือสัมมนา เพื่อให้มีโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ แก่พนักงาน

#### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมผลเฉพาะร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น และกลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 18 -25 ปี เป็นส่วนมาก อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในการเข้าถึงประชากร ซึ่งผลการศึกษาอาจเกิดการเบี่ยงเบนจากอายุ วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง จึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้ทำการวิจัยครั้งต่อไปศึกษาเพิ่มเติมถึงสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมขององค์กร และศึกษาครอบคลุมในทุกช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงศึกษาในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ผู้วิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาพัฒนาขอบเขตของปัจจัยย่อยของรางวัลอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงาน โดยอาศัยการสัมภาษณ์ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของรางวัลประเภทอื่นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์การให้ของรางวัลในครั้งต่อไป

3. ผู้วิจัยครั้งถัดไปควรทำการทดสอบ Autocorrelation ในงานวิจัย เพื่อทดสอบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างค่าของตัวแปรเดียวกันนั้นปราศจากอิทธิพลต่อขนาดและช่วงเวลา เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของผลของการศึกษา และให้ผลของงานวิจัยมีสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

#### เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. *สถาบันสถิติแห่งชาติ. (2563). การสำรวจที่พักแรม พ.ศ. 2563*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2566, จาก <https://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/economics/Tourism%20and%20Sports/2020/fullreport.pdf>.

กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน. (2564). *วารสารสถานการณ์ตลาดแรงงานภาคกลาง 2564*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2566, จาก [https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia\\_th/ad05adcf09882a92c09eba133d6ed961.pdf](https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia_th/ad05adcf09882a92c09eba133d6ed961.pdf)

ชลธิชา ทิพย์ประทุม, จิราวรรณ คงคล้าย, และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, (2560). บทบาทของรางวัลในการบริหารทรัพยากรมนุษย์, *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 11(1): 190-210.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). ธุรกิจร้านอาหารปี 2564 ยังมีความเสี่ยงและความท้าทายสูง การเติบโตบนความเปราะบาง การลงทุนในธุรกิจยังคงต้องระมัดระวัง. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566, จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3175-restuarant-2021.aspx>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). รายได้ร้านอาหาร ปี 65-66 โต แม้ต้นทุนและการรักษาเก้าอี้...ยังท้าทายอยู่. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2566, จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Restaurant-FB-07-11-2022.aspx>
- สุปราณี กำแหงหาญ. (2562). ทฤษฎี 2 ปัจจัยและความพึงพอใจในงาน กรณีศึกษา กรมบัญชีกลางส่วนกลาง. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงประเทศไทย.
- สุวัลลี แยมศาสตร์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความพึงพอใจในงาน และพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร: กรณีศึกษา บริษัทโลจิสติกส์แห่งหนึ่ง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Al-Zu'bi, H. A. (2010). A Study of Relationship between Organizational Justice and Job Satisfaction. *International Journal of Business Performance Management*. 5(12): 102-109.
- Amin, N. M. (2016). *The Dimensions of Extrinsic Rewards as a Contributor to Employees Motivation in Land and Survey Department, Kota Samarahan, Sarawak, Malaysia*. Retrieved March 16, 2023, from <https://www.academia.edu/35372758>
- Ansori, Iwan, A., Muhammad Y., Kholid A. and Marzani. (2022). The Influence of Intrinsic and Extrinsic Rewards on Middle School Teachers' Job Satisfaction. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*. 14(4): 6335-6346.
- Armstrong, M. (2010). *Armstrong's Handbook of handbook of employee reward management and practice Improving performance through reward 3rd edition*. Retrieved March 9, 2023, from <https://www.academia.edu/42856034>
- Komal, K. and Adnan, S. (2019). Rewards, Satisfaction and Economic Trends under Nonlinear Assumption. *Journal of Asian Finance Economics and Business*. 6(2): 287-298.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 607-610.
- Liu, Y. (2014). *A Study on Employee Turnover in Shanghai's Fine Dining Restaurants*. Retrieved Feb 3, 2023, from <http://dx.doi.org/10.34917/8349611>
- Noor, S.N.A.M., and Zainordin, N. (2018). The impact of rewards as motivation on job satisfaction in a quantity surveying consult firm. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*. 1(4): 1-14.
- Safia, T. (2021). Impact of Training and Development on Job Satisfaction Among University Staff Pakistan. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*. 18(4): 4008-4034.
- Tezera, M. (2016). *The Relationship of Reward Management Practices to Employees Job Satisfaction in Ethiopian Insurance Corporation*. Retrieved March 18, 2023, from <http://etd.aau.edu.et/handle/123456789/9798>

- Thiha, T. (2019). *The Impact of Reward Management System on Employee Motivation in Pacific Hotel in Yangon, MYANMAR*. Retrieved March 20, 2023, from <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4330/1/THIHA.pdf>
- Workplace from Meta. (2022). *Why you need to put frontline workers first*. Retrieved February 6, 2023, from <https://www.workplace.com/putting-frontline-workers-first>

### Translated Thai References

- Department of Employment (2021). *The labor market situation in the Central Region in the year 2023*. Form [https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia\\_th/f4773e901deebcf86769ea4ae390ae94.pdf](https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia_th/f4773e901deebcf86769ea4ae390ae94.pdf). (in Thai)
- Kamhaenghan, S. (2019). *Two Factors Theory and Job Satisfaction Case Study: Comptroller General's Department Central*. Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University. (in Thai)
- Kasikorn Research Center (2021). *Restaurants 2021: High risks and challenges remain amid fragile growth; investors advised to maintain caution*. Retrieved January 26, 2023, from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3175-restuarant-2021.aspx> (in Thai)
- Kasikorn Research Center (2022). *Revenue of restaurant business is expected to show growth in 2022-2023 despite the challenge of operating costs and maintaining profitability*. Retrieved January 26, 2023, from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Restaurant-FB-07-11-2022.aspx> (in Thai)
- Office Ministry of Digital Economy and Society. National Statistical (2020). *The 2020 Accommodation Survey*. Retrieved January 12, 2023, from <https://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/economics/Tourism%20and%20Sports/2020/fullreport.pdf>. (in Thai)
- Tippratum, C., Kongklay, J. and Kittisaknawin, C. (2017). The Role of Rewards in Human Resource Management. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat Uniiversity*. 11(1): 190-210. (in Thai)
- Yamsart, S. (2018). *The Relationship Between Self-Efficacy Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior: A Case Study of Employees in a Logistics Company*. Faculty of Liberal Arts, Thammasat University. (in Thai)