



## ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 Job Satisfaction employee of Advertising Media Business during COVID-19

ปาลทิวา โรหิตะสุน<sup>1</sup> ชุติมาวดี ทองจีน<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาในเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบความตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.982 หลังจากนั้นได้แจกแบบสอบถามออนไลน์โดยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณา จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ แรงจูงใจ ความคาดหวังในการทำงาน ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงานไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, การปฏิบัติงาน, ธุรกิจสื่อโฆษณา, โควิด-19

### Abstract

The objectives of this research were to study Job Satisfaction employee of Advertising Media Business by using questionnaire as an instrument to collect data and examined the validity by experts and reliability with Cronbach Alpha method for sample group 40 people and had reliability value of 0.982 Then, distributed questionnaires to 400 employees of Advertising Media Business and analyzed using descriptive statistic such as mean and standard deviation and referential statistics that used for analyzing the factors of leadership Incentive and work expectation was Multiple Regression

The results of research found that Incentive Factors Affecting Performance Satisfaction of Advertising Media Business at a statistically significant level of 0.05. However, Leadership Factor and Work Expectation Factor did not affect Satisfaction of Advertising Media Business during COVID-19

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมลล์ paltiwa.rohi@bumail.net

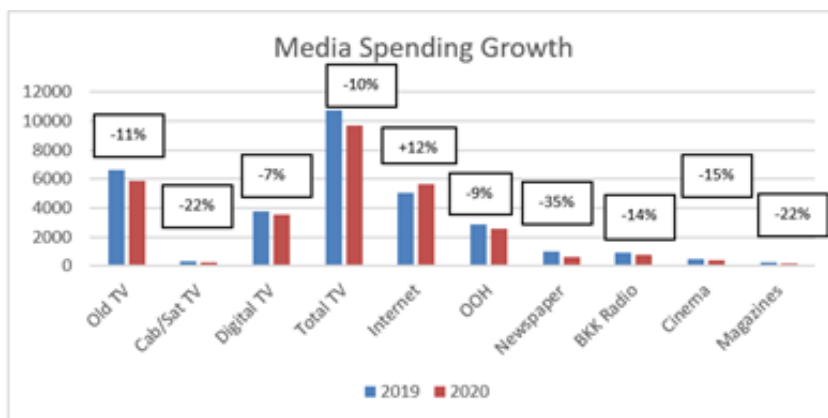
<sup>2</sup> อาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อีเมลล์ chutimavadee.t@bu.ac.th



**Keywords:** Satisfaction, Performance, Advertising Media Business, COVID-19

**ความสำคัญและที่มาของปัญหา**

เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจุบันทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน การปรับลดโครงสร้างบริษัท และรายได้ที่ลดลงของประชาชน โดยมีมาตรการต่างๆ ในการช่วยเหลือประชาชน และมีการรับมือกับผลกระทบในครั้งนี้ โดยปรับเปลี่ยนไปสู่ยุคชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้น เช่น ชื้อ ขายสินค้าหรือบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในการทำธุรกิจประเภทต่างๆ ต้องปรับเปลี่ยนการทำงานเนื่องด้วยมาตรการควบคุมของรัฐบาล เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ มีการปฏิบัติงานโดยการทำงานที่บ้าน มีธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบไม่สามารถทำงานที่บ้านได้คือธุรกิจสื่อโฆษณาทั้งออนไลน์และดิจิทัลทีวี จากสถิติของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาการเติบโต เป็นอัตราติดลบร้อยละสี่ เพิ่มจากปี 2563 มูลค่าเงินสะพัดเหลือเพียง 72,138 ล้านบาท (อ้างอิงจาก กรุงเทพธุรกิจ<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/950339> สืบค้นวันที่ 20 สิงหาคม 2564)



**ภาพที่ 1** อัตราการเจริญเติบโตของสื่อโฆษณา

(ที่มา: Media Spending Growth สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/950339>)

จากภาพที่ 1 อัตราการเจริญเติบโตของสื่อโฆษณาจะเห็นว่าโทรทัศน์แบบเดิมมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละสิบเอ็ดจากปี 2563 ทีวีดาวเทียมดิจิทัลทีวีมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละยี่สิบสอง จากปี 2563 ทีวีดิจิทัลทีวีมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละเจ็ดจากปี 2563 ผลรวมทีวีมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละสิบ จากปี 2563 อินเทอร์เน็ตมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละสิบสอง จากปี 2563 สื่อที่อยู่นอกบ้านมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละเก้า จากปี 2563 หนังสือพิมพ์มีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละสามสิบห้า จากปี 2563 วิทยุในกรุงเทพฯ มีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละสิบสี่จากปี 2563 ภาพยนตร์มีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละสิบห้า จากปี 2563 และนิตยสารมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงติดลบร้อยละยี่สิบสอง จากปี 2563 มีเพียง



อินเทอร์เน็ตที่มีการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นจากสื่อทั้งหมด สาเหตุหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้การเติบโตลดลงมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ลูกค้านี่เป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการได้รับผลกระทบจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆ ลงในขั้นตอนการผลิตสื่อจะต้องมีการถ่ายทำ หลังจากนั้นนำเทปที่ได้ไปเข้าสู่กระบวนการตัดต่อ ตามมาตรการของรัฐได้จำกัดคนในการถ่ายทำส่งผลให้การทำงานไม่สะดวก และสถานที่ต่างๆ ปิดจึงไม่สามารถทำงานได้ตรงตามขอบเขตของงานที่วางแผนไว้อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานในธุรกิจสื่อโฆษณา ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงตั้งข้อสังเกต ดังนี้

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาเนื่องจากผู้นำจะต้องมีศักยภาพในการทำงานอย่างถูกต้อง ประสบความสำเร็จในการทำงานเพื่อให้พนักงานเห็นและนำไปปฏิบัติตาม และมีความรับผิดชอบในเรื่องงาน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาเนื่องจากแรงจูงใจในการทำงานถือเป็นแรงผลักดันให้พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้

ปัจจัยเรื่องความคาดหวังในการทำงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาเนื่องจากพนักงานทุกคนมีความคาดหวัง ความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อเป็นเป้าหมายในการทำงานตัวอย่างพนักงานคาดหวังที่จะได้เลื่อนตำแหน่งก็จะส่งผลให้พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อให้ได้เลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสื่อโฆษณาในช่วงโควิด-19 เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (ธุรกิจ) นำผลไปใช้ในการหาแนวทางแก้ไข ปรับปรุงการทำงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วง โควิด-19

## เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

Blake and Mouton (1964 อ้างในทิมมิก้า เครือเนตร, 2554: 21-22) ได้กล่าวไว้ว่า ภาวะผู้นำที่ดีมีปัจจัยทั้งหมด 2 อย่างได้แก่ คน (People) และผลผลิต (Product) โดยมีการกำหนดคุณภาพและลักษณะสัมพันธภาพของ คนเป็น 1-9 และมีการกำหนดผลผลิตเป็น 1-9 ไว้เช่นกัน และมีการสรุปไว้ว่าถ้าคนที่มีคุณภาพสูงก็จะส่งผลให้ผลผลิตมีคุณภาพสูงและมีปริมาณสูงตามไปด้วยจะเรียกรูปแบบนี้ว่า Nine-Nine Style (9, 9 Style) รูปแบบในการบริหารแบบ ตาข่ายจะแบ่งตามลักษณะเด่นของผู้นำไว้ 5 แบบ ได้แก่ มุ่งงานเป็นหลัก มุ่งคนเป็นหลัก มุ่งงานต่ำมุ่งคนต่ำ ทางสาย กลาง และสุดท้ายแบบทำงานเป็นทีม

ตามแนวความคิด Blank and Mouton รูปแบบของผู้นำมีทั้งหมด 5 รูปแบบ (ทิมมิก้า เครือเนตร, 2554: 21-22) ประกอบด้วย

1. แบบมุ่งงาน (Task-Oriented/Authority Compliance) จากรูปภาพปรากฏตามแบบ 9, 1 ผู้นำจะมุ่งเน้นแต่งานเป็นหลัก (Production Oriented) สนใจคนเป็นส่วนน้อย แสดงพฤติกรรมแบบเผด็จการ เป็นผู้วางแผนต่างๆ และกำหนดแนวทาง ออกคำสั่งให้ปฏิบัติตาม มุ่งเน้นผลผลิต ไม่สนใจความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงาน



2. แบบมุ่งคนสูง (Country Club Management) จากรูปปรากฏตามแบบ 1, 9 ผู้นำจะมุ่งเน้นการใช้มนุษยสัมพันธ์และมุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของผู้ตามในการปฏิบัติงาน ไม่ได้คำนึงถึงผลผลิตขององค์กร ส่งเสริมทุกๆ คนให้มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวใหญ่อย่างมีความสุข จะนำไปสู่สถานการณ์สิ่งแวดล้อมและงานที่ปฏิบัติอยู่ จะมุ่งเน้นไปที่ผลงานโดยไม่สร้างความกดดันให้ผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา โดยที่ผู้บริหารจะมีความเชื่อมั่นว่าพนักงานมีความสุขในการปฏิบัติงาน การที่มีการนิเทศการปฏิบัติงานควรมีเพียงน้อยไม่จำเป็นต้องควบคุมในการปฏิบัติงาน ลักษณะคล้ายกับการทำงานในครอบครัวควรเน้นไปที่ความพึงพอใจ สนุกสนานในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการต่อต้านในแบบต่างๆ

3. แบบมุ่งงานตำมุงคนต่ำ (Impoverished) จากรูปปรากฏตามแบบ 1, 1 ผู้บริหารสนใจงานและคนน้อยมาก มีการใช้ความพยายามเพียงน้อยเพื่อให้งานสามารถดำเนินไปตามที่กำหนดไว้ และรักษาสมาชิกภาพขององค์กร ผู้บริหารมีอำนาจในตัวเองต่ำ ประสานงานกับพนักงานน้อยเพราะขาดภาวะผู้นำ โดยส่วนใหญ่มอบหมายให้พนักงานปฏิบัติ

4. แบบทางสายกลาง (Middle of The Road Management) จากรูปปรากฏตามแบบ 5, 5 ผู้บริหารได้คาดหวังผลงานเท่ากับขวัญและกำลังใจของพนักงาน มีการใช้ระบบราชการซึ่งระบบราชการมีกฎระเบียบและแบบแผน ผลงานจะได้ออกมาจากการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบ โดยมุ่งเน้นไปที่ขวัญ ความพึงพอใจ หลีกเลี่ยงการปะทะใช้กำลังและอำนาจ ยอมรับกับผลลัพธ์ตามที่คาดหวังของผู้บริหาร มีการตั้งคณะกรรมการในการปฏิบัติงานหลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานที่เสี่ยงเกินไป ประนีประนอมและจัดการกับความขัดแย้ง คาดหวังว่าผลประโยชน์จะมีความเหมาะสมกับงานที่ได้ทำ

5. แบบทำงานเป็นทีม (Team Management) จากรูปปรากฏตามแบบ 9, 9 ผู้บริหารจะให้ความสนใจทั้งในเรื่องงานและกำลังใจของพนักงาน กล่าวคือความต้องการขององค์กรและความต้องการของพนักงานจะไม่ขัดกัน มุ่งเน้นการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ บรรยากาศของการปฏิบัติงานสนุกสนานผลลัพธ์ที่สำเร็จของงานจะเกิดจากความรู้สึกยึดมั่นของผู้ปฏิบัติในเรื่องการพึ่งพาอาศัยกันและกันระหว่างสมาชิก ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน เกิดขึ้นจากความไว้วางใจ เชื่อถือ เคารพนับถือกันและกัน ผู้บริหารจะเชื่อว่าตัวเองเป็นผู้เสนอแนะหรือคอยให้คำปรึกษาแก่พนักงานเพียงเท่านั้น อำนาจในการวินิจฉัยสั่งการและอำนาจในการปกครองจะอยู่ที่ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับความสามารถของแต่ละคน ซึ่งก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในงาน

Herzberg และคณะ (1959 อ้างในธงชัย สมบูรณ์, 2549: 287-291) ได้ศึกษาทราบว่าปัจจัยที่เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมี 2 ปัจจัย ประกอบด้วย

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลชอบและรักในงานที่ปฏิบัติเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้บุคคลในองค์กรได้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในบุคคล ประกอบด้วย

1.1 ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคคล หมายถึง การที่พนักงานปฏิบัติงานในความรับผิดชอบตนเองได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้เป็นอย่างดีจึงทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและปลื้มใจในงาน



1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับยอมรับนับถือไม่ว่าจะเป็นจากผู้บังคับบัญชา เพื่อน เพื่อนร่วมงาน การยอมรับอาจอยู่ในแบบการชมเชย ยกย่อง ให้กำลังใจ แสดงความยินดี หรือแสดงออกในรูปแบบต่างๆ แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถเมื่อได้ปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายสำเร็จ การยอมรับนับถือแฝงอยู่ในความสำเร็จของการปฏิบัติงาน

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ หมายถึง งานที่สามารถทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบด้วยตนเอง งานที่ต้องใช้ความคิด งานที่น่าสนใจ งานที่มีความท้าทาย งานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์

1.4 ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในงาน สิ่งที่คุณจะต้องกระทำให้สำเร็จ มีอำนาจในการตัดสินใจได้เต็มที่

1.5 ความก้าวหน้า หมายถึง การได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของพนักงานในองค์กร ได้มีโอกาสศึกษาความรู้เพิ่มเติม มีการฝึกอบรม

2. ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) หรืออาจเรียกว่าปัจจัยสุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้มีแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานให้มีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในแบบที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กรอาจเกิดสิ่งที่ไม่ชอบขึ้น ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กรจะเกิดความไม่ชอบขึ้น และปัจจัยที่มาจากภายนอก ตัวบุคคล ประกอบด้วย

2.1 เงินเดือน หมายถึง จำนวนของรายได้พิเศษหรือรายได้ประจำที่ได้มาจากการทำงานของบุคคล

2.2 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต หมายถึง โอกาสที่ได้จะรับในอนาคตเกี่ยวกับการได้รับการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งขึ้น ได้รับความก้าวหน้าในวิชาชีพ

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หมายถึง การที่สามารถทำงานร่วมกันได้ เข้าใจกันและกันละมีความสุขในการทำงาน

2.4 สถานะของอาชีพ หมายถึง อาชีพที่การได้รับการยอมรับจากสังคม มีศักดิ์ศรี และมีเกียรติ

2.5 นโยบายและการบริหารงาน หมายถึง การบริหารและการจัดการขององค์กร ติดต่อสื่อสารในองค์กร

2.6 สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงในการปฏิบัติงาน รวมทั้งลักษณะภายนอกอื่นๆ เช่น เครื่องมือ หรือ อุปกรณ์ต่างๆ

2.7 ความเป็นส่วนตัว หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันส่งผลจากงานในหน้าที่

2.8 ความมั่นคงในงาน หมายถึง ความคิดของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ความมั่นคงของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร

2.9 วิธีการปกครองบังคับบัญชา หมายถึง ความสามารถของหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชาในเรื่องของความยุติธรรมหรือการดำเนินการในการบริหาร

ทฤษฎีความคาดหวังกล่าวโดย Victor Vroom (1964) รูปแบบของความคาดหวังในการปฏิบัติงานถูกนำมาใช้เป็นอย่างมาก เกี่ยวกับการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการปฏิบัติงาน Vroom ได้ให้ความเห็นใน



เรื่องของการจูงใจพนักงานให้ทำงานเพิ่มขึ้นจากปกติได้ จะต้องเข้าใจถึงกระบวนการคิด การรับรู้ของพนักงานก่อน ปกติคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากปกติทุกคนล้วนมีความคิด

ทฤษฎีความคาดหวังได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงาน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการ อธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน โดย Vroom มีความเห็นว่าการที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้น นั้น จะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อน โดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติ เขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้น เมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่างใน กรณีของการทำงาน พนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่ากรกระทำนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขา มีความพึงพอใจ เช่น เมื่อทำงานหนักขึ้นผลการปฏิบัติงานของเขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้น ทำให้เขาได้รับการพิจารณาเลื่อน ขึ้นเลื่อนตำแหน่งและได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้น ค่าจ้างกับตำแหน่งเป็นผลของการทำงานหนักและเป็นรางวัลที่เขาต้องการ เพราะทำให้เขารู้สึกว่าได้การยกย่องจากผู้อื่นมากขึ้น แต่ถ้าเขาคิดว่าแม้เขาจะทำงานหนักขึ้นเท่าไรก็ตามหัวหน้าของ เขาก็ไม่เคยสนใจดูแลยกย่องเขา จึงเป็นไปได้ที่เขาจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เขาก็ไม่เห็นความ จำเป็นของการทำงานเพิ่มขึ้น ความรุนแรงของพฤติกรรมที่จะทำงานขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่จะกระทำตามความ คาดหวังนั้น รวมถึงความดึงดูดใจของผลลัพธ์ที่จะได้รับซึ่งจะมีเรื่องของการดึงดูดใจ การเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน และ การเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม โดยทฤษฎีนี้จะเน้นเรื่องของการจ่ายและการให้รางวัลตอบแทนเน้นใน เรื่องพฤติกรรมที่คาดหวังเอาไว้ต่อเรื่องผลงาน ผลรางวัลและผลลัพธ์ของความพึงพอใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนด ระดับของความพยายามของพนักงาน

1. สร้างความคาดหวังโดยมีแรงดึงดูด ผู้บริหารจะต้องมีการคัดเลือกผู้ที่มีความสามารถ มีการสนับสนุนให้ พนักงานได้รับการอบรมให้การสนับสนุนทรัพยากรที่สำคัญและจำเป็น มีการระบุเป้าหมายการทำงานอย่างชัดเจน
2. ให้เกิดความเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน ผู้บริหารควรกำหนดเงื่อนไขระหว่างผลการปฏิบัติงานกับรางวัลให้ ชัดเจน และมุ่งเน้นเงื่อนไขการให้รางวัลเมื่อพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย
3. ให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม สิ่งนี้ถือเป็นคุณค่าจากผลลัพธ์ที่ได้รับ ผู้บริหารควร ทราบถึงความต้องการของพนักงาน จะทำให้พนักงานรับรู้ถึงคุณค่าของผลลัพธ์ที่จะได้รับจากความพยายามของตนเอง

### สมมติฐานการวิจัย

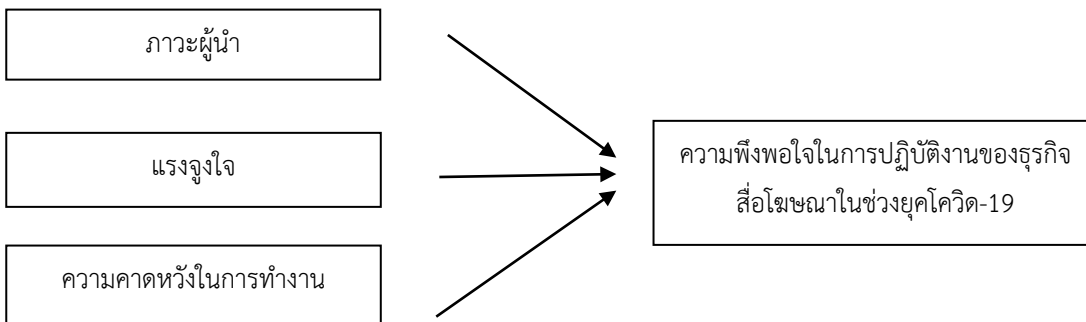
การศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 มีการ กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19
2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19
3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วง ยุคโควิด-19

การทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



**กรอบแนวความคิด**



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**ประชากร**

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างพนักงานธุรกิจสี่ไตรมาสในประเทศไทยจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยใช้ตารางของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ  $\pm 5$  ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยมีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคัดเลือกจากประเภทธุรกิจ

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดย ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนพร้อมกับวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อายุงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทที่อยู่อาศัย ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งงาน ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการทำงาน ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดโดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ น้อยที่สุดถึงมากที่สุด

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์**

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้บรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อายุงาน และรายได้ต่อเดือน ประเภทที่อยู่อาศัย ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งงาน



2. สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา คือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวเดียว กับตัวแปรหลายตัวซึ่งในที่นี้คือความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้นำ ปัจจัยภาวะผู้นำ ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน กับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการทำงาน ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

### สรุปผลการวิจัย

ผลสรุปเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนมากเป็นเพศชาย โดยเป็นจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.20 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี เป็นจำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 39 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. เป็นจำนวน 209 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.30 สถานภาพ สมรส เป็นจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.20 อายุงาน 3 – 4 ปี เป็นจำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 รายได้ต่อเดือน 15,000 – 20,000 เป็นจำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37 ประเภทที่อยู่อาศัย ทาวน์เฮ้าส์ เป็นจำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 ประเภทธุรกิจสื่อโฆษณา เป็นจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ตำแหน่งงาน ผู้กำกับ เป็นจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 12

ผลสรุปตามวัตถุประสงค์

ผลจากการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภาวะผู้นำระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านภาวะผู้นำของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ในร้อยละ 4.31 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากต่อเรื่องผู้นำไม่ได้กดดันการปฏิบัติงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.33

ผลจากการวิเคราะห์ด้านปัจจัยแรงจูงใจระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ในร้อยละ 4.32 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากต่อเรื่องในช่วง WFH ในระยะเวลาทำงานเพื่อนร่วมงานสามารถติดต่อเรื่องงานได้ตามเวลาปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 4.36

ผลจากการวิเคราะห์ด้านปัจจัยความคาดหวังในการทำงานระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ในร้อยละ 4.33 เมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากต่อเรื่องความพยายามในการทำงานไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคในสถานการณ์โควิด-19 เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36





ตารางที่ 1 แสดงการทดสอบ Multiple regression ระหว่าง ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ และความคาดหวังในการทำงาน กับ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.523	.242		18.718*	.000
ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ	-.149	.088	-.144	-1.685	.093
ปัจจัยแรงจูงใจ	.276	.112	.265	2.461*	.014
ความคาดหวังในการทำงาน	-.126	.105	-.121	-1.202	.230

R = .127, R<sup>2</sup> = .016, Adjusted R<sup>2</sup> = .009, F = 2.177, Sig. F = .090

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 1 พบว่า การทดสอบ Multiple regression ตัวแปรปัจจัยแรงจูงใจ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นปัจจัยแรงจูงใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และความคาดหวังในการทำงาน มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นปัจจัยด้านภาวะผู้นำ และความคาดหวังในการทำงาน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผลการศึกษา มีสอดคล้อง 1 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 2: แรงจูงใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่สอดคล้อง 2 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 และสมมติฐานที่ 3: ความคาดหวังในการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19

### อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้มีการแสดงความคิดเห็นในปัจจัยด้านภาวะผู้นำอยู่ในระดับมาก ในร้อยละ 4.31 ผลจากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านภาวะผู้นำไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 ผลจากการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวความคิด Blank and Mouton รูปแบบของผู้นำมีทั้งหมด 5 รูปแบบได้แก่ 1. แบบมุ่งงาน 2. แบบมุ่งคนสูง 3. แบบมุ่งงานต่ำมุ่งคนต่ำ 4. แบบทางสายกลาง 5. แบบทำงานเป็นทีม เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เตือนใจ สุนกุล (2562) ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริการ



สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้นำสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้มีการแสดงความคิดเห็นในปัจจัยด้านแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ในร้อยละ 4.32 ผลจากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) สามารถอธิบายทฤษฎีสองปัจจัย ปัจจัยจูงใจได้ทั้งหมด 5 ด้าน 1. ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคคล 2. การได้รับการยอมรับนับถือ 3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 4. ความรับผิดชอบ 5. ความก้าวหน้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พัชรินทร์ กลายสุวรรณ (2560) ได้ศึกษาในเรื่องของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไฮเวย์ จำกัด พบจากการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไฮเวย์ จำกัด ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อความมั่นใจ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้มีการแสดงความคิดเห็นในปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงานอยู่ในระดับมาก ในร้อยละ 4.33 ผลจากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงานไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 ผลจากการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง โดย Victor Vroom (1964) ประกอบด้วย 3 ข้อ ได้แก่ 1. สร้างความคาดหวังโดยมีแรงดึงดูด 2. ให้เกิดความเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน 3. ให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวิจัย วีระศักดิ์ อินทรประวัตติ (2560) ได้ศึกษาเรื่องของความคาดหวังของบุคลากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานบุคลากรบริษัท Play Digital Co.,Ltd. พบจากการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของบุคลากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานบุคลากรบริษัท Play Digital Co.,Ltd. ความคาดหวังมีระดับความสัมพันธ์น้อยที่สุด เนื่องจากพนักงานคิดว่าค่าจ้างที่บริษัทจ่ายจะต้องมีความยุติธรรมและเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ กล่าวคือความรู้สึกเท่าเทียมกันทั้งสองฝ่าย

สรุปผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงยุคโควิด-19 จากการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจที่มีค่า  $\bar{X}$  และ S.D. น้อยที่สุดสามอันดับ คือ บริษัทที่มีการวางตำแหน่งงานที่เหมาะสมยังไม่เพียงพอต่อแรงจูงใจ รองลงมาได้แก่ ถ้าสำเร็จการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นจะมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และน้อยที่สุด ได้แก่ ในช่วงที่มีการ WFH ท่านมีความรับผิดชอบในการทำงานตามระยะเวลาทำงานปกติ (8 ชั่วโมง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ทางธุรกิจ

(1) จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำ บริษัทควรมีการปรับปรุงในส่วนของการพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ควรหากิจกรรมสร้างความสามัคคีให้กับพนักงาน จะทำให้การทำงานราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(2) จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจ บริษัทควรมีการสร้างบรรยากาศในการปฏิบัติงานที่บ้าน หรือ กำหนดกฎในการทำงานแบบ WFH เพื่อให้พนักงานตั้งใจทำงานตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัท เนื่องด้วยการทำงานที่บ้านอาจทำให้พนักงานรู้สึกไม่อยากจะทำงานเพราะบ้านเปรียบเสมือนสถานที่พักผ่อน ส่งผลให้การทำงานที่บ้านพนักงานอาจไม่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

(3) จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านความคาดหวังในการทำงาน บริษัทควรสนับสนุนหรือสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงานอยากที่จะพัฒนาศักยภาพมากขึ้น มีการจัดอบรมมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีเก็บแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว และเป็นการเก็บแบบสอบถามโดยผ่าน Google Form ข้อมูลที่ได้รับอาจมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ดังนั้นในการวิจัยครั้งถัดไปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและได้ผลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น ควรใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามควบคู่กัน

(2) การวิจัยในครั้งถัดไปควรมีการนำตัวแปรอื่นๆ เช่น การสื่อสารภายในองค์กร การนำนโยบายไปปฏิบัติ จะส่งผลให้ทราบถึงความพึงพอใจที่แท้จริงมากกว่าที่ศึกษาในภาพรวม

(3) การวิจัยในครั้งถัดไป ควรมีการศึกษาซ้ำในเรื่องนี้โดยเว้นระยะในการทำวิจัย เนื่องจากความพึงพอใจในการปฏิบัติงานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม

## เอกสารอ้างอิง

- เตือนใจ สุนกุล. (2562). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริการสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
มัธยมศึกษาเขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ธงชัย สมบูรณ์. (2549). การบริหารและจัดการมนุษย์ในองค์กร. กรุงเทพฯ: ประชาสัมพันธ์สยาม.
- พัชรินทร์ กลายสุวรรณ. (2560). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไฮเวย์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีระศักดิ์ อินทรประวัตติ. (2560). ความคาดหวังของบุคลากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานบุคลากรบริษัท  
Play Digital Co.,Ltd. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Blake, R.R. & Mouton, S.J. (1964). **Managerial Grid Model**. Houston, Texas: Gulf Publishing.
- Vroom, V.H. (1964). **Work and motivation**. New York: John Wiley & Sons.
- Yamane, T. (1967). **Statistics An Introductory Statistics (2rd ed.)**. New York: Harper & Row.