



การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจ
และการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

THE ANALYSIS OF INDICATORS AND DEVELOPMENT OF MOTIVATION
TRAINING PROGRAM AND GOAL SETTING TO ENHANCE LEARNING ENGAGEMENT
IN SALES OF FINANCIAL INSTITUTION IN THAILAND.

พาลาก ประภัสรานนท์

การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจ
และการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้ฝึกฝนในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย



ปริญญาานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE ANALYSIS OF INDICATORS AND DEVELOPMENT OF MOTIVATION
TRAINING PROGRAM AND GOAL SETTING TO ENHANCE LEARNING ENGAGEMENT
IN SALES OF FINANCIAL INSTITUTION IN THAILAND.



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of DOCTOR OF PHILOSOPHY
(Applied Psychology)

Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University

2022

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจ
และการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
ของ
พาลภา ประกฤษรานนท์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภารัตน์ ตันติวิวัฒน์) (รองศาสตราจารย์ ดร.ศจีมาจ ณ วิเชียร)

..... ที่ปรึกษาร่วม กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลเทพ พูนพล) (รองศาสตราจารย์ ดร.ดุษฎี อินทรประเสริฐ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริสรา พึ่งโพธิ์สม)

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
ผู้วิจัย	พาลภ ประภัสรานนท์
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุดารัตน์ ตันติวิวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลเทพ พูนพล

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และพัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย การวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ขั้นตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย มีกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขาย จำนวน 400 คน ใช้แบบวัดเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ และ 20 ตัวบ่งชี้ โดยการพัฒนาแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ผ่านตัวแปรการตั้งเป้าหมาย และโมเดลที่ได้นำเสนอมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี ขั้นตอนที่ 3 เพื่อพัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ใช้รูปแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลอง แบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนอบรมและหลังอบรม แบ่งโปรแกรมฝึกอบรมออกเป็น 8 กิจกรรม กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานขายของสถาบันการเงินในไทยจำนวน 100 คน ผลการใช้โปรแกรมพบว่าหลังอบรมพนักงานขายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้สูงกว่าก่อนอบรม โดยก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ = 8.69 S.D.= 3.651 และหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ = 16.77 S.D.= 2.309 $t = -25.983$ ซึ่งสรุปได้ว่าโปรแกรมที่พัฒนาขึ้น สามารถเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ให้กับพนักงานขายผู้เข้ารับการอบรมได้ ผ่านการพัฒนาแรงจูงใจ และการตั้งเป้าหมายจากกิจกรรมในโปรแกรมฝึกอบรม ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้พบว่า การพัฒนาแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ผ่านตัวแปรการตั้งเป้าหมาย และโปรแกรมพัฒนาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้นั้นสามารถออกแบบได้จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายที่เพิ่มขึ้น และส่งผลที่ดีต่อทั้งตัวพนักงานขายเองและองค์กร

คำสำคัญ : ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้, การตั้งเป้าหมาย, แรงจูงใจ, สถาบันการเงิน

Title	THE ANALYSIS OF INDICATORS AND DEVELOPMENT OF MOTIVATION TRAINING PROGRAM AND GOAL SETTING TO ENHANCE LEARNING ENGAGEMENT IN SALES OF FINANCIAL INSTITUTION IN THAILAND.
Author	PALARP PRAPATSARANON
Degree	DOCTOR OF PHILOSOPHY
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Assistant Professor Sudarat Tuntivivat , Ph.D.
Co Advisor	Assistant Professor Polthep Poonpol , Ph.D.

The aims of this research are as follows: (1) to analyze the indicators and to develop a measurement of learning engagement; (2) to develop a structural equation model of learning engagement; and (3) to develop and study the effectiveness of a motivation training program and goal setting to enhance learning engagement in the sales of financial institutions in Thailand. This research had two phases, the first phase analyzed the indicators and developed the measurement of learning engagement. The developed learning engagement scales were distributed to 400 sales and conducted confirmatory factor analysis based on the survey results. The results revealed three factors, and 20 indicators of learning engagement. Motivation had an indirect effect on learning engagement via goal setting. The measurement of structural validity indicated the goodness of fit of the learning engagement model. The second phase employed a one group pre-test post-test design. The developed training program consisted of eight session activities. The training program was conducted to the sample of 100 sales of financial institutions in Thailand. After attending the training program, the learning engagement of sales in financial institutions in Thailand were significantly higher than before attending the training program. The average learning engagement before attending the program was 8.69, with an SD = 3.651. After attending the program, the average learning engagement was 16.77, with an SD = 2.309 and a dependent samples t-test = -25.983. The results showed that the developed training program could enhance the learning engagement of the sales of financial institutions in Thailand through motivation and goal setting. The developed program could be rolled out to the sales of financial institutions in Thailand based on the results of this research and could benefit the salespeople themselves and their organizations.

Keyword : learning engagement, goal setting, Motivation training program, Financial institutions

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นบททดสอบอันยิ่งใหญ่และท้าทายก่อนที่เราจะเดินทางไปถึงจุดมุ่งหมายตามความฝันที่ผู้วิจัยวางเอาไว้ การเดินทางนี้ช่างยาวนานและต้องใช้แรงใจอย่างมาก ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้จึงเปี่ยมไปด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจที่ผู้วิจัยตั้งใจที่จะนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้ ซึ่งจะไม่สามารถสำเร็จได้เลย หากปราศจากความช่วยเหลือจากคณาจารย์และบุคคลต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.สุดารัตน์ ตันติวิวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่เป็นเสมือนแสงสว่าง ในการเรียนและการทำปริญญาานิพนธ์ผู้ที่ยกยอทั้งความรู้ความเมตตา และคอยเติมเต็มกำลังใจ และ ผศ.ดร.พลเทพ พูนพล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยให้คำแนะนำ เติมเต็มปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ดุชนิ อินทรประเสริฐ และ ผศ.ดร.นริศรา พึ่งโพธิ์สม ที่ร่วมเป็นคณะกรรมการสอบ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการเติมเต็มปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ศจีมาจ ณ วิเชียร ประธานกรรมการสอบปากเปล่า ที่มอบทั้งความเมตตา และคำชี้แนะที่เป็นประโยชน์

ขอขอบคุณหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือ ช่วยประสานงานเอกสาร ประชาสัมพันธ์ และอนุญาตให้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย รวมทั้งกลุ่มพนักงานที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามงานวิจัย

ขอขอบคุณพี่น้องร่วมรุ่นทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือกันด้วยไมตรีจิต ร่วมทั้งสร้างประสบการณ์อันน่าจดจำ เป็นเพื่อนร่วมทางที่จะไม่มีวันลืม ขอขอบคุณ คุณอรรถเดช อุณหเลขกะ ที่ได้ให้คำแนะนำในทุกขั้นตอน และคุณเอกรินทร์ พงคจีรทิพา รวมทั้งบุคคลที่ไม่ได้เอ่ยนาม ที่ช่วยเหลือสนับสนุนกันตลอดเวลา และคอยกระตุ้นให้เดินไปสู่เป้าหมาย

ขอขอบพระคุณบุคคลสำคัญที่สุดในชีวิต คือ นายวิทยา ประภัสรานนท์ บิดา และ นางพัชรินทร์ ประภัสรานนท์ มารดา ที่มอบความรัก ความห่วงใย คอยสนับสนุนในทุกๆ เรื่องจนประสบความสำเร็จ และขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวทุกคนรวมถึงคุณวีรชัย เพชรอาเวช ที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กันตลอดมา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำปริญญาานิพนธ์จากสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒในปีพ.ศ. 2564 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณยิ่ง

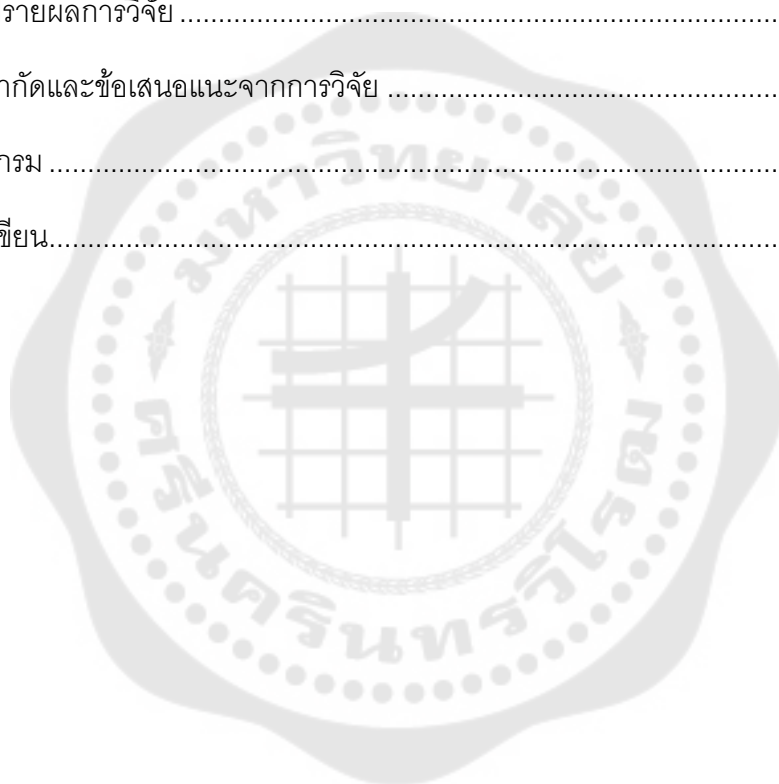
พาลภา ประภัสรานนท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
ขอบเขตของการวิจัย	10
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	12
นิยามปฏิบัติการ	12
บทที่ 2.....	15
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
1.สถาบันการเงินในไทย	16
2. การสร้างแรงจูงใจ	18
3. การตั้งเป้าหมาย	25
4. ความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้	36
5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม	65

6. กรอบแนวคิดการโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้.....	75
บทที่ 3.....	84
วิธีดำเนินการวิจัย.....	84
ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย	84
ขั้นที่ 1 การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	89
ขั้นที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	89
ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล	90
ขั้นตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย	90
ขั้นที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	91
ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล	91
ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาและศึกษาประสิทธิผลโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย	91
3.1 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม.....	91
3.2 การศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมฝึกอบรม.....	95
บทที่ 4.....	97
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	97
ขั้นตอนที่ 1 ผลการพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย.....	97
ขั้นตอนที่ 2 ผลการพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย.....	110

ขั้นตอนที่ 3 ผลการพัฒนาและศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการ ตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย	114
บทที่ 5.....	127
สรุปผล อภิปรายผล การวิเคราะห์ข้อมูล.....	127
1.สรุปผลการวิจัย.....	130
2.อภิปรายผลการวิจัย	139
3.ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะจากการวิจัย	147
บรรณานุกรม	151
ประวัติผู้เขียน.....	207



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1	สังเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement).....	38
ตาราง 2	สังเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement).....	45
ตาราง 3	สังเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement).....	49
ตาราง 4	สังเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement).....	56
ตาราง 5	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	99
ตาราง 6	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ.....	102
ตาราง 7	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรการวางแผนเป้าหมาย.....	104
ตาราง 8	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ความแปรปรวนร่วม และลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้.....	106
ตาราง 9	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้.....	108
ตาราง 10	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (ได้เส้นทแยงมุม) ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (ρ_c) และความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average variance extracted: AVE).....	111
ตาราง 11	ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของอิทธิพลในโมเดลความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้.....	112
ตาราง 12	ค่าดัชนีความตรงของโมเดลความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้.....	113

ตาราง 13 ผลการพัฒนากิจกรรมและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและ การตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้ฝึกฝนในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย	115
ตาราง 14 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	120
ตาราง 15 ผลการทดลองใช้โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้ฝึกฝนใน การเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยก่อนอบรมและหลังอบรม	123
ตาราง 16 ความพึงพอใจโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้ฝึกฝนใน การเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย	124



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย	28
ภาพประกอบ 2 กระบวนการบริหารงานขาย	68
ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	83
ภาพประกอบ 4 มาตรการความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้	88
ภาพประกอบ 5 โมเดลองค์ประกอบของตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ	101
ภาพประกอบ 6 โมเดลองค์ประกอบของตัวแปรการวางเป้าหมาย	103
ภาพประกอบ 7 โมเดลองค์ประกอบของตัวแปรความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้	106
ภาพประกอบ 8 โมเดลความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้	111
ภาพประกอบ 9 ค่าเฉลี่ยความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม	123

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงที่ผ่านมาเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระบบเศรษฐกิจ ปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารที่ผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Communication Technology : ICT) ส่งผลให้จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือ Smart Phone ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชนไปเรียบร้อยแล้ว (อรดา รัชตานนท์, 2564) รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างประเทศที่มากขึ้น การทำธุรกรรมระหว่างประเทศไร้ข้อจำกัดและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมกระทบต่อผู้เล่นรายเดิมในภาคการค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้บางธุรกิจอาจต้องออกจากตลาดไป ขณะที่บางธุรกิจต้องเร่งปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ซึ่งวิธีการปรับตัวอาจแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของธุรกิจ ซึ่งหนึ่งในธุรกิจที่สำคัญคือสถาบันการเงิน ที่ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจในทุกประเทศที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันไปทั่วโลก ระบบการเงินของโลกได้เติบโตขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างรวดเร็ว มาจนถึงรูปแบบการใช้ทำธุรกรรมการเงินที่สะดวกรวดเร็วขึ้นผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การเงินและการลงทุนที่หลากหลายและมีซับซ้อนมากขึ้น ปัจจุบันระบบการเงินพัฒนาเข้าสู่รูปแบบการเงินยุคใหม่ ที่มีชื่อคุ้นหูว่า Fintech (Financial Technology) คือการใช้เทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาระบบการเงินในรูปแบบใหม่ ด้วยการใช้ระบบออนไลน์ในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่กับโลกออนไลน์มากขึ้น แต่ธุรกิจธนาคารจะต้องเผชิญหน้ากับ Digital disruption ส่งผลให้สถาบันการเงินต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยสถาบันการเงินประเภทบริษัทเงินทุน บริษัทเครดิตฟองซิเอร์หรือธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กต้องเตรียมพร้อม (อุดมรัชตวนิชย์, 2562) ซึ่งการการปรับเปลี่ยนดังกล่าว ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ที่ต่างต้องแสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทุกความต้องการของลูกค้ามาเพิ่มช่องทางการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับ (วิจิตรเมธาวณิชย์, 2563) การแข่งขันธุรกิจการเงินที่สูง โดยเฉพาะธุรกิจรายย่อย ซึ่งทำให้สาขาของธนาคารพาณิชย์ที่เปรียบเสมือนช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ต้องได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างรายได้เปรียบ

ในตลาด และเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และภาวะการแข่งขันธุรกิจทางการเงินที่รุนแรง โดยสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างที่หลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการหรือลงทุนด้านการเงินมากขึ้น และเริ่มมีการเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้บริการระหว่างสถาบันมากขึ้นด้วย ซึ่งในแง่ของผู้ใช้บริการนับเป็นเรื่องที่ดีมากกับการที่ธนาคารเป็นฝ่ายเดินเข้ามาหาพร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ แต่ในแง่ของผู้ปฏิบัติหน้าที่อย่างพนักงานธนาคาร คงไม่รู้สึกรักใคร่สักเท่าไหร่ หลังจากเกิดวิกฤตโครงสร้างธุรกิจเปลี่ยนไปช่องทางในการทำธุรกิจของธนาคารเพิ่มขึ้น การแข่งขันสูง ต้องปรับเปลี่ยนการทำงานใหม่ รวมทั้งต้องขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ แก่ลูกค้าด้วย ธนาคารมีความเข้าใจถึงภาระของพนักงานทั่วประเทศ ที่จะต้องเพิ่มขึ้นจากหน้าที่ปกติแล้วยังต้องมีหน้าที่เพิ่มเติมในการขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เป็นช่องทางธุรกิจใหม่ของธนาคารด้วย เช่น ประกัน กองทุนรวม ฯลฯ ดังนั้น ธนาคารจึงช่วยเหลือพนักงาน โดยการปรับนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยการทำงาน เพื่อลดขั้นตอนเวลาหรือการทำงานตามปกติให้น้อยลง และมีเวลาในการขายผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมรายได้เข้าธนาคาร จึงไม่เป็นการกดดันพนักงานมากเกินไป นอกจากนี้ธนาคารได้ให้เวลาแก่พนักงานในการปรับตัว มีการฝึกอบรมถึงแนวธุรกิจใหม่ ช่องทางการขาย รวมทั้งเทคนิคต่าง ๆ เพื่อเสริมและถ่ายทอดการขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคาร หากธุรกิจใดที่ต้องใช้ใบอนุญาต ธนาคารก็ฝึกอบรมและพาพนักงานไปสอบ เพื่อให้ได้ใบอนุญาตเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและเสริมความรู้ให้แก่พนักงานนั้น ๆ (วิจิตรเมธาวณิชย์, 2563) แต่เนื่องด้วยจากความคาดหวังต่าง ๆ ของธนาคารที่มีต่อพนักงานขาย ทำให้พนักงานขายเป็นอาชีพที่มีความกดดันสูง จึงเป็นเหตุให้พนักงานขายขององค์กรที่ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหรือหมดแรงจูงใจในการขายผลิตภัณฑ์ตัดสินใจลาออกจากองค์กร อาจเพราะพนักงานหลาย ๆ คนที่ไม่เห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงของระบบงานพัฒนาบุคลากร เนื่องจากไม่ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ หรือเพราะคิดว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่พวกเขารู้อยู่แล้ว จึงทำให้เกิดคำถามขึ้นมาว่า ทำไมต้องเรียนรู้ถึงระบบงานใหม่ ๆ นั้นอีก ซึ่งเป็นเหตุให้พนักงานไม่เห็นด้วยกับแนวทางใหม่ ๆ เป็นต้นเหตุให้ขาดความเต็มใจในการเรียนรู้ (ไชยแก้ว, 2563) เพราะการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร หากพนักงานมองข้ามการเรียนรู้ เมื่อสมาชิกไม่มีความรู้สึกร่วมในการทำงานระบบทีมแล้วก็จะขาดความทุ่มเท มุ่งมั่นอย่างเต็มที่ จะทำให้ธุรกิจขาดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้การทำงานระบบทีมมีปัญหายอดขายลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงให้กำไรสุทธิ และอาจจะส่งผลถึงการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคตเนื่องจากอาจจะขาดสภาพคล่องทางการเงิน จนในที่สุดอาจต้องปิดกิจการ

จากสาเหตุการขาดแรงจูงใจดังกล่าวของพนักงานขายที่ได้กล่าวไปในข้างต้น (ไชยแก้ว, 2563) จึงแสดงให้เห็นว่า หากทำให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ กับสถานการณ์ในโลกยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะช่วยให้พนักงานขายสามารถปรับตัวกับสถานการณ์การ ขายที่เปลี่ยนไป และมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการขาย อีกทั้งยังมีงานวิจัยของ (Davis & Daley, 2008) ที่ได้แสดงให้เห็นว่า องค์การที่มีการส่งเสริมการเรียนรู้ นั้น จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของ พนักงาน ดังนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานขาย เกิดแรงจูงใจที่จะทำการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยการ กระตุ้นให้พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ เพื่อที่จะส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการขายที่ เพิ่มขึ้น และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้ จากการทบทวนวรรณกรรม แสดงให้เห็น ถึงความสำคัญของการส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ อาทิเช่น งานวิจัยของ (Niemi, 2007) ได้กล่าวว่า ความยึดมั่นผูกพันจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการเรียนรู้ เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความเข้มแข็งทางการเรียนรู้ของพนักงาน ซึ่งเป็นแหล่งของความ กระตือรือร้น ที่จะช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวและเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด ความ ทำทายต่างๆ และหลีกเลี่ยงความล้มเหลวทางการเรียนรู้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ellen A Skinner & Pitzer, 2012) ที่ได้กล่าวไว้ว่าหากผู้เข้าอบรมขาดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ก็จะ ทำให้ผู้เข้าอบรมขาดความสนใจในการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องต่อความสำเร็จในการเรียนรู้

เนื่องจากพนักงานขายเป็นสายอาชีพที่เผชิญกับความเครียดสูงทั้งจากยอดขาย จาก ลูกค้า และจากหัวหน้างาน ดังนั้นการส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ให้กับพนักงานขาย นั้น จะมีส่วนช่วยให้พนักงานขายสามารถปรับตัวกับสถานการณ์ที่ทำทายขึ้นกับโลกในศตวรรษที่ 21 และสร้างความสำเร็จในการเรียนรู้ให้กับพนักงานขายได้ แต่เนื่องด้วยจากความคาดหวังต่าง ๆ ของธนาคารที่มีต่อพนักงานขาย ทำให้พนักงานขายเป็นอาชีพที่มีความกดดันสูง จึงเป็นเหตุให้ พนักงานขายขององค์กรที่ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหรือหมดแรงจูงใจในการขาย ผลิตภัณฑ์ตัดสินใจลาออกจากองค์กร อาจเพราะพนักงานหลาย ๆ คนที่ไม่เห็นด้วยกับการ เปลี่ยนแปลงของระบบงานพัฒนาบุคลากร เนื่องจากไม่ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ หรือเพราะคิดว่า สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่พวกเขาารู้อยู่แล้ว จึงทำให้เกิดคำถามขึ้นมาว่า ทำไมต้องเรียนรู้ถึงระบบงานใหม่ ๆ นั้นอีก ซึ่งเป็นเหตุให้พนักงานไม่เห็นด้วยกับแนวทางใหม่ ๆ เป็นต้นเหตุให้ขาดความเต็มใจในการ เรียนรู้ (ไชยแก้ว, 2563) เพราะการเรียนรู้ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรหากพนักงานมองข้าม การเรียนรู้ เมื่อสมาชิกไม่มีความรู้สึกร่วมในการทำงานระบบทีมแล้วก็จะขาดความทุ่มเท มุ่งมั่น อย่างเต็มที่ จะทำให้ธุรกิจขาดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้การทำงานระบบทีมมีปัญหา

ยอดขายลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิ และอาจจะส่งผลถึงการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคตเนื่องจากอาจจะขาดสภาพคล่องทางการเงิน จนในที่สุดอาจต้องปิดกิจการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อประมาณ 30 ปีที่แล้วพนักงานธนาคารถือว่าเป็นอาชีพที่มั่นคง มีรายได้สูง สวัสดิการดีมาก โบนัสสูง ซึ่งมีแต่คนอยากจะเข้าบรรจุเป็นพนักงานธนาคาร เพราะในแต่ละปีธนาคารประกาศตัวเลขผลกำไรมหาศาลจากการทำงานของพนักงาน รายได้จากดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมจากการทำธุรกรรม จากการรวบรวมของนิตยสารออนไลน์ Techsauce แสดงให้เห็นว่า ธนาคารพาณิชย์ยังคงมีกำไรในการดำเนินกิจการ ธนาคารพาณิชย์ 11 แห่ง มีผลกำไรสุทธิ 170,481 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,973 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.39 ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารธนชาต ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย ธนาคารทีสโก้ ส่วนธนาคารที่มีกำไรสุทธิลดลงได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารเกียรตินาคิน และกลุ่มการเงินแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ตั้งแต่มีการปฏิรูปหรือเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) แต่การเข้าสู่ยุคดิจิทัลของธนาคาร ทำให้เกิดการแทนที่แรงงานของมนุษย์อย่างเห็นได้ชัด ลูกค้านำมาทำธุรกรรมทางการเงินในที่ใดก็ได้ เพียงแค่มีการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพียงแค่ปลายสัมผัสลูกค้าก็สามารถทำ Mobile banking และทำธุรกรรมผ่านเครื่องอัตโนมัติ ทำให้ธนาคารสามารถลดรายจ่ายได้ เช่น ลดจำนวนการจ้างพนักงาน ขนาดของสาขา วัสดุเครื่องเขียนที่ต้องใช้ในการทำธุรกรรม เป็นต้น แต่ก็สามารถรักษาอัตรากำไรได้เหมือนเดิมหรือเพิ่มมากขึ้น แต่สิ่งลดลงคือ พนักงานหลังบ้าน พนักงานหน้าเคาเตอร์ พนักงานประจำสาขา หรือแม้แต่พนักงานประจำสำนักงานใหญ่ ก็มีแนวโน้มสูงที่จะถูกเลิกจ้าง รายงานสำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทยระบุว่า พนักงานธนาคารทั่วโลกจะถูกลดราว 75,000 ตำแหน่ง ธนาคารในยุโรปถูกปลดมากที่สุด ธนาคารยักษ์ใหญ่ในประเทศอิตาลี UniCredit ประกาศลด 8,000 ตำแหน่ง ปิดบริการ 500 สาขา ธนาคารในยุโรปนำโดย Deutsche Bank มีการลดตำแหน่งมากที่สุด 18,000 ตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละกว่า 80 และในอีก 4 ปี ข้างหน้า พ.ศ. 2566 ธนาคารในประเทศอิตาลีมีแผนเลิกจ้างพนักงานจำนวน 8,000 คน และปิดบริการอีก 500 สาขา ในส่วนของประเทศไทยนั้น ท่ามกลางตัวเลขผลกำไรประจำปีที่ดีเหมือนจะไม่สวนทางกับเศรษฐกิจของประเทศดังที่กล่าวมาข้างต้น แต่ปรากฏว่าธนาคารได้ยุบหลายสาขา ลดจำนวนพนักงานลงอย่างแทบ จะเรียกได้ว่าแบบกระทันหัน ข้อมูลจากนิตยสารออนไลน์กรุงเทพธุรกิจพบว่าแม้แต่ธนาคารระดับใหญ่และมีสาขาอยู่ต่างประเทศ อย่างธนาคารกสิกรไทย ปิดประมาณ 850 สาขาในปี 2562 และธนาคารที่อยู่คู่กับประเทศไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 อย่าง ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ลดจำนวนสาขาจาก 1,153 เหลือ 400 สาขา และลดจำนวน

พนักงานเหลือเพียง 15,000 คน จากเดิมที่มีอยู่ 27,000 คน และในปี 2563 ธนาคารของรัฐอย่าง ธนาคารกรุงไทยก็เตรียมลดจำนวนพนักงานลง 30 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนพนักงานประมาณ 21,000 คน และเตรียมยุบ 70 สาขา เหตุผลหลักของการลดจำนวนสาขาและพนักงานธนาคาร ของประเทศไทย มาจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ที่มีผู้ใช้บริการออนไลน์หรือ Mobile banking เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่ตัวเลขจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งยังเป็นแนวทางใน ปรับตัวการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ของธนาคาร นายอาทิตย์ นันทวิทยา กรรมการผู้จัดการใหญ่และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ธนาคารไทยพาณิชย์ เปิดเผยว่า ตั้งแต่ ต้นปี 2561 ได้ปรับโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ ภายใต้แนวคิด “Transformation” และใช้กลยุทธ์ “กลับหัวตีลังกา” เพราะเป็นความจำเป็นขององค์กรที่จะต้องลดขนาดเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามาบีบคั้นในการเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจ จากเดิมที่มีแนวคิดว่าเป็น ยักษ์ ถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ แต่ในปัจจุบันกลับเป็นข้อจำกัด แต่ความหมาย การลดขนาดองค์กรของคุณอาทิตย์ นันทวิทยา ไม่ได้หมายถึงการปลดพนักงานแต่เป็นการไม่รับ พนักงานใหม่เพิ่ม เพราะในแต่ละปีจะมีพนักงานลาออกเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3,000 คน ซึ่งภายใน 3 ปี จะมีพนักงานลดไปถึงเกือบหมื่นคนจึงจะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยี ดิจิทัล หรือ Digital Disruption มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อเสียที่การพัฒนาของเทคโนโลยี คือ การที่ ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาตัวอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะในรูปแบบของการดำเนินงาน หากละเลย ก็จะถูกเลิกจ้างพนักงาน เพราะพนักงานมีทักษะ ไม่เพียงพอต่อการแข่งขัน ก็จะต้องพยายามหา พนักงานที่ได้รับการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง เพราะในอีก 2-3 ปีข้างหน้าอุปกรณ์หรือเครื่องมือ อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ จะสามารถปฏิบัติงานแทนพนักงานธนาคารได้ถึงร้อยละ 30 ของงานที่ทำอยู่ ในปัจจุบัน

มีงานวิจัยของของ (หวังรุ่งกิจ, วัฒนานนทิสกุล, & ศรีพหล, 2561) ที่ได้ศึกษาองค์ประกอบ ของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนที่มีความผูกพันที่แสดงถึงความยึดมั่น ผูกพันในการเรียนรู้ จะส่งผลดีต่อการเรียนรู้ และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ เนื่องจากคน ผู้นั้นจะมีความพยายามส่วนบุคคลในการมีบทบาทพัฒนาการเรียนรู้ ดังนั้น การพัฒนาความยึด มั่นผูกพันในการเรียนรู้ให้กับพนักงานขาย ประเด็นเกี่ยวกับตัวบ่งชี้และองค์ประกอบของความยึด มั่นผูกพันในการเรียนรู้เป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณา เพราะจะทำให้ทราบถึงคุณสมบัติของตัวแปร ดังกล่าว และจะทำให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมเพื่อเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการ เรียนรู้ อย่างที่ได้กล่าวไปในข้างต้น การศึกษาก่อนหน้านี้ได้แสดงให้เห็นถึง องค์ประกอบของความ ยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ว่า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการรู้จัก ด้านอารมณ์ และ

ด้านพฤติกรรม มีผู้พัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ไว้หลายแบบ เช่น (Fredricks, Blumenfeld, & Paris, 2004) ได้ศึกษาและพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในโรงเรียน (School Engagement Measure: SEM) สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือความยึดมั่นผูกพันด้านการรู้คิด ด้านอารมณ์และด้านพฤติกรรม มีตัวบ่งชี้เกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับความท้าทายในงาน การได้รับการสนับสนุนจากครูและเพื่อนร่วมชั้น และความผูกพันทางอารมณ์กับสถาบัน เป็นต้น นอกจากนี้ บางกรณีพบว่าผู้ศึกษาตัวบ่งชี้ภายใต้องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ เช่น แบบวัดแรงจูงใจและความยึดมั่นผูกพัน (Motivation and Engagement Scale: MES) ที่ถูกพัฒนาโดย (Martin, 2009) ได้ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างระหว่างชั้นประถมศึกษาถึงระดับปริญญาตรี ประกอบด้วยองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันมิติด้านการรู้คิดและพฤติกรรม มีตัวบ่งชี้ที่สะท้อนถึงความยึดมั่นผูกพันด้านการรู้คิด ได้แก่ ความเชื่อในตนเอง คุณค่าของสถาบัน ส่วนความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม ได้แก่ ความสนใจในการเรียนรู้ ความอดทน การวางแผน การจัดการเกี่ยวกับการเรียน

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้ แสดงให้เห็นว่าความยึดมั่นผูกพันมีได้หลายองค์ประกอบ แต่ทั้งนี้แต่ละงานวิจัยนั้น ความยึดมั่นผูกพันจะอยู่ภายใต้ทฤษฎีแรงจูงใจเดียวกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้วิจัยนิยมศึกษาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันด้านการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ และความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม (Miller, Greene, Montalvo, Ravindran, & Nichols, 1996); (Fredricks, 2011); (Fredricks, 2015) โดยมีการศึกษาวิจัยในระดับประถมศึกษาถึงระดับมหาวิทยาลัย แต่การพิจารณาศึกษาตัวแปรดังกล่าวในบริบทของวัยทำงาน หรือพนักงานบริษัทนั้น การศึกษาองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในกลุ่มดังกล่าว ยังถูกกล่าวถึงไม่มากนัก แต่มีความสำคัญดังที่กล่าวไปข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจพัฒนาตัวบ่งชี้และศึกษาองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันด้านการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ และความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม เพื่อเป็นแนวทางไปสู่การพัฒนาโปรแกรมเพื่อเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ที่เหมาะสมกับบริบทของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยได้

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานวิจัยในไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในบริบทของพนักงานบริษัท พบว่า มีงานวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน เช่น งานวิจัยของ (คูศรีเทพประทาน, 2551) ได้ศึกษาแรงจูงใจของพนักงานในบริษัท ABC จำกัด โดยจากแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจมากที่สุดคือ ปัจจัย

ด้านโอกาสก้าวหน้า ความมั่นคงในงาน รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลตอบแทน ซึ่งเป็นปัจจัยที่พนักงานให้ความสำคัญเพื่อตัดสินใจในการร่วมงานกับบริษัทใดสามารถเพิ่มแรงจูงใจของพนักงานได้ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาและปัจจัยด้านความเป็นธรรมและยังม้งานของ (บุญราศรี, 2553) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัด สำนักงานเขตเวียงพิงค์ โดยจะแบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยจูงใจที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกจึงเป็นตัวกระตุ้นการทำงาน ได้แก่ ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความรับผิดชอบ เนื่องจากพนักงานรู้สึกภาคภูมิใจในผลสำเร็จของงาน นอกจากนี้ งานที่อยู่ในความรับผิดชอบในปัจจุบันมีความสำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยงาน มีปริมาณงานที่รับผิดชอบในปริมาณที่เหมาะสม หน่วยงานยังส่งเสริมให้มีการเพิ่มพูนความรู้ในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ส่วนปัจจัยค่าจ้างที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน ปัจจัยด้านเงินเดือน ปัจจัยด้านสภาพการทำงาน เนื่องจากธนาคารมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ทั้งจากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานที่ดี มีอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานเหมาะสมทำให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่างานวิจัยก่อนหน้านี้มุ่งเน้นที่การหาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน โดยไม่ได้นำผลลัพท์ที่ได้ไปต่อยอดหรือออกแบบพัฒนาเพื่อเป็นโปรแกรมฝึกอบรม ผู้วิจัยอ้างอิงการพัฒนาโปรแกรมจากงานวิจัยอื่นๆ ในระดับโรงเรียน เช่น การศึกษาของ (ว่องวิทย์สกุล, 2557) ซึ่งพัฒนาโปรแกรมเพื่อส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันกับการเรียนวิชาภาษาไทยในกลุ่มตัวอย่างประถมศึกษา โดยประยุกต์แนวคิดการเรียนรู้ที่ใช้สมองเป็นฐาน แนวคิดการสอนและการเรียนรู้โดยความยึดมั่นผูกพันเป็นฐานและทฤษฎีแรงจูงใจ มาใช้ในการพัฒนาโปรแกรมฯ ดังกล่าว โดยผลการศึกษาพบว่านักเรียนกลุ่มที่ได้รับการสอนแบบใช้โปรแกรมฯ มีความยึดมั่นผูกพันกับการเรียนสูงกว่าก่อนการทดลองใช้โปรแกรมฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมตามทฤษฎีแรงจูงใจในต่างประเทศ เช่น การศึกษาของ (Cheon, Reeve, & Moon, 2012) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของโปรแกรมส่งเสริมครูผู้สอนในบริบทพลศึกษา เพื่อให้มีลักษณะการสนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาในด้านการมีอิสระ (ASIP) โดยทำการวิจัยเชิงทดลองกับตัวอย่างผู้เรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา เพื่อให้รายงานตนเองเกี่ยวกับตัวแปรตามทางจิตวิทยา ได้แก่ ความพึงพอใจในความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา แรงจูงใจที่เป็นอิสระ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ฯลฯ ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า ผู้เรียนที่อยู่ในกลุ่มที่ผู้สอนมีลักษณะสนับสนุนด้านความมีอิสระ มีพัฒนาการในตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจในความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา แรงจูงใจที่เป็นอิสระ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จากการค้นคว้างานวิจัยต่างๆ ได้แสดงให้เห็นว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่มุ่งเน้นถึงแรงจูงใจในบริบทของพนักงานในองค์กร ยังไม่ครอบคลุมถึงการพัฒนาโปรแกรมจากการเสริมแรงจูงใจดังกล่าว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมเพื่อเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้นั้น ก็มุ่งเน้นไปที่กลุ่มนักเรียน ซึ่งยังไม่ครอบคลุมกลุ่มพนักงานชาย หรือพนักงานบริษัท เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางความรู้ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาโปรแกรมเพื่อเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ตามแนวคิดทฤษฎี Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 1985) ซึ่งกล่าวถึงแรงจูงใจ และสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อเพิ่มการปฏิบัติ และการเพิ่มขึ้นของกระบวนการทางจิตวิทยา โดยมีตัวอย่างการประยุกต์ใช้ทฤษฎีดังกล่าวในบริบทของการทำงาน ซึ่งคือทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal-setting theory of motivation) (Locke & Latham, 1990), ที่ระบุว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นสิ่งที่กำหนดการกระทำของแต่ละคนนั้น มักจะเป็นสิ่งที่บุคคลนั้นรู้สึกว่ามีคุณค่ากับเป้าหมายที่ต้องการ จะเห็นได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึก หรืออารมณ์ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์ในแต่ละช่วงที่มีต่อเป้าหมายนั้น อีกทั้งยังเห็นได้ว่า ความคาดหวังของบุคคลมีทิศทางที่ชัดเจนและแน่นอน (เกชาคุปต์, 2536), น. 82-83); (Locke, Shaw, Saari, & Latham, 1981) pp. 125-152 จึงได้ทำการวิจัยเพิ่มเติมถึงการตั้งเป้าหมายว่า

1. เป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง จะสามารถส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากกว่าเป้าหมายที่มีลักษณะคลุมเครือไม่ชัดเจน
2. เป้าหมายที่ยากต่อการที่จะบรรลุได้ ส่งผลให้การปฏิบัติงานได้ผลที่ดีมากกว่าการกำหนดเป้าหมายที่ง่าย เพราะจะทำให้เกิดความพยายามมุ่งมั่น ตั้งใจ เพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด
3. การมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของผู้ร่วมงาน ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานทำผลงานได้ดีกว่าการที่ผู้ปฏิบัติงานไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย
4. การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) การให้ข้อมูลย้อนกลับมีผลต่อการปฏิบัติงานได้ดีกว่าการไม่ให้ข้อมูลย้อนกลับ เพราะผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบว่าควรปรับปรุง แก้ไขการทำงานอย่างไรเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. เป้าหมายที่ดีต้องมีการกำหนดกรอบของระยะเวลาที่ชัดเจนเพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ
6. ปัจจัยช่วยบุคคลในด้านบุคลิกภาพ การศึกษาไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการกำหนดเป้าหมาย
7. การให้ผลตอบแทนในรูปแบบของเงินทำให้มีการกำหนดเป้าหมายที่สูงขึ้น ยิ่งก่อให้เกิดความยึดมั่นผูกพันทางใจกับเป้าหมายมากขึ้น เพราะจะทำให้เกิดความมุ่งมั่นทำให้สำเร็จเพื่อผลตอบแทน

นอกจากนี้ มีงานวิจัยก่อนหน้าที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้กับเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล (Personal best goal) ซึ่งเป็น

เป้าหมายที่มีความสำคัญต่อผู้เรียนและเป็นเป้าหมายภายในที่มีความท้าทาย โดยงานวิจัยของ (Yu & Martin, 2014); (Martin & Elliot, 2016) แสดงให้เห็นว่า เป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ นอกจากนี้ (Collie, Martin, Papworth, & Ginns, 2016) แสดงให้เห็นว่า เป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล เป็นเป้าหมายที่เป็นปัจจัยสำคัญในการศึกษาและมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้อีกด้วย ผู้วิจัยจึงคาดว่า การตั้งเป้าหมายนั้น จะสามารถประยุกต์ใช้ในการเพิ่มเติมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ในกลุ่มพนักงานชายที่ได้รับการอบรม เพื่อส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และนำไปสู่พฤติกรรมการทำงานที่เพิ่มมากขึ้นได้

กล่าวโดยสรุปว่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย 2. เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย 3. เพื่อพัฒนาโปรแกรมและศึกษาประสิทธิผลพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย
2. เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย
3. เพื่อพัฒนาโปรแกรมและศึกษาประสิทธิผลพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้ได้พัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานชายจากการตั้งเป้าหมายรวมถึงการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชาย

ในสถาบันการเงินในไทย ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาการฝึกอบรมอย่างถูกต้อง ผลที่ได้จากการศึกษาคือโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพมีประโยชน์ทั้งทางด้านวิชาการและด้านการปฏิบัติ สามารถนำไปใช้ในส่งเสริมความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ให้กับพนักงานขายได้

ด้านวิชาการได้องค์ความรู้เกี่ยวกับความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานขายจากการตั้งเป้าหมาย ทั้งตัวประกอบและตัวบ่งชี้ที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรม และได้ข้อค้นพบสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมพนักงานขายให้เกิดความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้น และนำไปสู่พฤติกรรมการขายที่เพิ่มมากขึ้น

ส่วนประโยชน์ด้านการปฏิบัติการ ได้แก่ โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากโปรแกรมที่ได้พัฒนามาจากตัวบ่งชี้ความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ผ่านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบก่อนที่จะนำไปทดลองใช้กับพนักงานขายสถาบันการเงิน และโปรแกรมนี้อย่างสามารถนำไปประยุกต์กับสถาบันอื่นที่มุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินอีกด้วย

ขอบเขตของการวิจัย

โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย มีขอบเขตการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาตัวบ่งชี้ความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานขายจากการตั้งเป้าหมาย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตด้านประชากร คือ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี สุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วย 3 ด้าน ความเชื่อมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม ความเชื่อมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ และความเชื่อมั่นผูกพันเชิงการรู้จัก

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาของการวิจัย

ใช้ระยะเวลา 1 ไตรมาส เป็นไตรมาสที่ 3 ของปีงบประมาณ 2564

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตด้านประชากร คือ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี สุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้, แรงจูงใจ และการตั้งเป้าหมายของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาของการวิจัย

ใช้ระยะเวลา 1 ไตรมาส เป็นไตรมาสที่ 3 ของปีงบประมาณ 2564

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

เป็นงานวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ในรูปแบบกลุ่มทดลองกลุ่มเดียวมีการวัดก่อนและหลังการทดลอง เพื่อพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ขอบเขตด้านประชากร คือ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินในไทย ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง คือ ทดลองใช้กับพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 สถาบันการเงิน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ศึกษาผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

2.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

2.1.1 ตัวแปรต้น คือ โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจ

2.2.2 ตัวแปรส่งผ่านคือ การตั้งเป้าหมาย

2.2.3 ตัวแปรตาม คือ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วย 3 ด้าน ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ และความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด

3.ขอบเขตด้านระยะเวลาของการวิจัย

ใช้ระยะเวลา 1 ไตรมาส เป็นไตรมาสที่ 4 ของปีงบประมาณ 2564

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย หมายถึง พนักงานขายที่เป็นลูกจ้างของสถาบันการเงินในประเทศไทย มีหน้าที่ในการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือบริการทางการเงินของสถาบันให้กับลูกค้า

2. สถาบันการเงินในไทย หมายถึง สถาบันทางการเงินที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทย, สำนักงานผู้แทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ, ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย, ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ, บริษัทเงินทุน, สาขาของธนาคารต่างประเทศ, บริษัทเครดิตฟองซิเอร์, บริษัทบริหารสินทรัพย์ และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank)

3. ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน หมายถึง สินค้าทางการเงินที่สามารถซื้อขายได้ โดยมีประโยชน์ในการออม การลงทุน หรือการบริหารความเสี่ยง เช่น เงินฝากออมทรัพย์, เงินฝากประจำ, ตราสารหนี้, กองทุนรวม, หุ้น, ประกันชีวิต, บัตรเครดิต, บัตรกดเงินสด, เงินกู้ เป็นต้น

4. ตัวบ่งชี้ หมายถึง องค์ประกอบที่สามารถสังเกตได้ ซึ่งบ่งบอกถึงลักษณะหรือสถานภาพที่สะท้อนการดำเนินงาน ของสิ่งที่ต้องการวัดหรือตรวจสอบในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ คือตัวบ่งชี้แต่ละตัวที่บ่งบอกถึงความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

นิยามปฏิบัติการ

1. โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย หมายถึง ชุดกิจกรรมฝึกอบรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากทฤษฎี Self-Determination Theory โดยใช้เทคนิควิธีการของการเสริมแรงจูงใจโดยมีการตั้งเป้าหมายเป็น

ตัวแปรส่งผ่าน เพื่อส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

2. การพัฒนาแรงจูงใจ หมายถึง การเสริมแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เพื่อให้พนักงานมีความมุ่งมั่นไปสู่เป้าหมาย เพื่อเชื่อมโยงและต่อยอดให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ ส่งผลให้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้สูงขึ้น พนักงานสามารถเห็นถึงความสำคัญของวิถีคิดและพฤติกรรมของบุคคลที่ประสบความสำเร็จ การสร้างแรงจูงใจได้แก่ รับการยกย่องชมเชยจากหัวหน้างาน โอกาสได้เลื่อนตำแหน่งงานให้สูงขึ้น ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในงาน อาสาทำงานที่ท้าทายความสามารถ ทำงานตามลำดับขั้นตอนที่ได้วางแผนเอาไว้ ปฏิบัติงานด้วยความคิดของตนเอง ชื่นชอบการแข่งขันและมุ่งหวังผลประโยชน์ มีโอกาสเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการอบรม เพื่อปฏิบัติเพื่อให้ถึงเป้าหมาย

3. การตั้งเป้าหมาย หมายถึง พนักงานมีการตั้งเป้าหมายชัดเจนด้านการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามที่กำหนดไว้ มาตรฐานของการปฏิบัติงาน และเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวัดผล ซึ่งผู้ปฏิบัติงานจำเป็นที่จะต้องรู้ทั้งก่อนและหลังปฏิบัติงานเสร็จ ให้ข้อมูลย้อนกลับมีผลต่อการปฏิบัติงานได้ดีกว่าการไม่ให้ข้อมูลย้อนกลับ เพราะผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบว่าควรปรับปรุงแก้ไขการทำงานอย่างไร เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีอิสระในการทำงาน ในการที่จะกระทำการใดๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายภายใต้ขอบเขตความสามารถของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาคนอื่นในการทำงาน และไม่ต้องมีการตรวจสอบและควบคุมการทำงานอย่างใกล้ชิด ตั้งเป้าหมายชัดเจนด้านรายได้ หรือผลตอบแทน เพื่อให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายและการเก็บออมของตนเอง การดำเนินชีวิตด้านครอบครัวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต มีครอบครัวที่อบอุ่น สามารถใช้ชีวิตด้านครอบครัวทำกิจกรรมต่างๆ ได้โดยไม่กระทบต่อหน้าที่การงาน ด้านความรู้สึกถึง ความมั่นคงในอาชีพการทำงานในปัจจุบัน รู้สึกถึงความมีคุณค่าต่อองค์กรและเชื่อมั่นว่าหากได้ ปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่นและเต็มความสามารถ มีผลการปฏิบัติงานดีจะไม่ถูกเลิกจ้าง ด้านการยอมรับนับถือ ความให้เกียรติ และการได้รับคำชมเชยเมื่อทำสิ่งที่ดีและมีคุณค่าจากผู้ร่วมงาน ด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีและรู้สึกถึงความยุติธรรมในการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา มีความเอาใจใส่ใน ด้านสวัสดิการและความก้าวหน้าของผู้ใต้บังคับบัญชา

4. ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขาย หมายถึง การมีส่วนร่วมในการอบรมกิจกรรมการเรียนรู้ และเห็นความสำคัญของการเรียนรู้ ของพนักงานขาย ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน

ได้แก่ 1. ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement) 2. ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement) 3. ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement) โดยแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด หมายถึง พนักงานแสดงออกถึงความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด โดยการมีส่วนร่วมโดยแสดงความรู้ความเข้าใจคิดอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแสดงออกเชิงสะท้อนเชิงลึกบนทักษะการแก้ปัญหาที่เป็นจริง การใช้ทรัพยากร เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ หรือเข้าถึงข้อมูลที่หน่วยงานเตรียมไว้และพยายามในเรียนรู้ในกระบวนการเรียนรู้สำหรับกิจกรรมการขายและเพื่อประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวม สะท้อนความพยายามและแสดงพลังทางปัญญาที่สะท้อนถึงทุ่มเทให้กับการเรียนรู้จากข้อมูลส่งเสริมด้านการขาย การเรียนรู้และเชื่อมโยงกับความรู้ที่มีอยู่ต่อส่วนรวม แสดงถึงกระบวนการภายในของพลังงานความคิดและเต็มใจที่จะเข้าใจความคิด แสดงถึงการมีส่วนร่วมในงานที่ใช้ความพยายามด้วยความตั้งใจและการใช้กลยุทธ์การลงทุนทางปัญญาในการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในอภิปัญญาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง แสดงถึงความพยายามในการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจและฝึกฝนความรู้และทักษะที่ตั้งใจไว้

4.2 ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ หมายถึง พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์โดยแสดงความกระตือรือร้นเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ภายในองค์กรมาก สนใจกับการเรียนรู้หรือความพยายามอย่างต่อเนื่องในการทำกิจกรรม หรือทำในสิ่งที่ท้าทาย สามารถเชื่อมโยงปฏิภิกิริยาเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้บุคคลอื่นเช่น หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และลูกค้า แสดงถึงทัศนคติความสัมพันธ์ต่อผู้อื่นและเนื้อหาในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ แสดงความเชื่อทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบ

4.3 ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม หมายถึง พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเรียนรู้ การเข้าสังคม และการร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตรฝึกอบรม แสดงความพยายามถึงการเรียนรู้กิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวม มีความพากเพียรความพยายามความเอาใจใส่ มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมวิชาการและนอกหลักสูตร มีความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรมโดยแสดงออกการกระทำทางกายภาพเช่นการมีส่วนร่วมในเนื้อหา มีความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรมที่แสดงความเข้มแข็งทางการเรียนรู้ และกระตือรือร้นที่สามารถปรับตัวและเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด ความท้าทายต่างๆ และความล้มเหลวทางการเรียนรู้ได้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยดังนี้

1. สถาบันการเงินในไทย
2. การสร้างแรงจูงใจ
 - 2.1 แนวคิดการสร้างแรงจูงใจ
 - 2.2 ความหมายของการสร้างแรงจูงใจ
 - 2.3 องค์ประกอบของการสร้างแรงจูงใจ
 - 2.4 การวัดการสร้างแรงจูงใจ
 - 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจ
3. การตั้งเป้าหมาย
 - 3.1 แนวคิดการตั้งเป้าหมาย
 - 3.2 ความหมายของการตั้งเป้าหมาย
 - 3.3 องค์ประกอบของการตั้งเป้าหมาย
 - 3.4 การวัดความผูกพันต่อเป้าหมาย
 - 3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งเป้าหมาย
4. ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
 - 4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
 - 4.2 ความหมายของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
 - 4.3 องค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
 - 4.4 การวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
 - 4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม
 - 5.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานขาย
 - 5.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

6. กรอบแนวคิดการโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่น
ผูกพันในการเรียนรู้

1.สถาบันการเงินในไทย

ในปัจจุบันสถาบันการเงินในไทยนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยทำหน้าที่รวบรวมและหาแหล่งเงินทุนให้กับภาคเศรษฐกิจจริง อีกทั้งยังทำหน้าที่ในการชำระราคาและบริการ คลอบคลุมไปถึงการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ทางการเงินให้กับธุรกิจและประชาชน อีกหน้าที่หนึ่งที่สำคัญคือดูแลการดำเนินงานของตนให้โปร่งใส มีธรรมาภิบาลและบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และถือเอาเงินฝากของลูกค้าเป็นสำคัญ

สถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ ธนาคารแห่งประเทศไทย

ธปท. มีหน้าที่กำกับดูแลสถาบันการเงินด้วยอำนาจตาม พระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541 และ พ.ศ.2550) และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสถาบันการเงินที่ ธปท. กำกับดูแล ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ไทย, สำนักงานผู้แทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ, ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย, ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ, บริษัทเงินทุน, สาขาของธนาคารต่างประเทศ, บริษัทเครดิตฟองซิเอร์, บริษัทบริหารสินทรัพย์ และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank) เช่น ธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล นอกจากนี้ ธปท. ยังต้องดูแล ธนาคารต่างๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับของกระทรวงการคลัง

หลักการกำกับดูแลสถาบันการเงิน

ธปท. ดำเนินการกำกับดูแลสถาบันการเงินดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. กำกับให้สถาบันการเงินนั้น ต้องมีการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีความมั่นคง โดยมีการคงเงินในกองทุนที่เพียงพอสำหรับรองรับความเสี่ยง อาจความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ และมีหลักเกณฑ์ให้สถาบันการเงินปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยง ด้านเครดิต ด้านสภาพคล่อง ด้านปฏิบัติการ ด้านตลาด และปฏิบัติตามมาตรฐานบัญชี รวมถึงการใช้เกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม ที่เป็นไปตามกับ risk profile ของแต่ละสถาบันการเงิน

2. ส่งเสริมให้สถาบันการเงินมีประสิทธิภาพ ต้องบริหารความสมดุลระหว่างการออกกฎเกณฑ์และระดับการแข่งขัน จะต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อสถาบันการเงินในการพัฒนาและการทำธุรกิจ รวมถึง ขอบเขตของการประกอบธุรกิจ หรือการออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจ

3. ดูแลให้สถาบันการเงินมีธรรมาภิบาลที่ดี ดูแลให้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานของสถาบันการเงินทำหน้าที่ของตนอย่างความซื่อสัตย์สุจริต เกิดการทำงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และมีการตรวจสอบภายในสถาบันการเงินอย่างสม่ำเสมอ

4. ดูแลให้สถาบันการเงินมีความเป็นธรรมต่อลูกค้าและประชาชน และมีการเปิดเผยข้อมูลที่เพียงพอ โดยมีเกณฑ์ด้าน market conduct ที่มีหลัก 9 ข้อที่ใช้ในการกำกับดูแลการทำธุรกิจของสถาบันการเงิน ทั้งนี้เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งยังส่งเสริมให้สถาบันการเงินให้บริการทางการเงินอย่างทั่วถึงและมีความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

5. กำกับสถาบันการเงินเพื่อดูแลระบบเศรษฐกิจ (Macro Prudential) เป็นการออกข้อกำหนดต่างๆ เพื่อจัดการความไม่เหมาะสมทางเศรษฐกิจ เช่น การควบคุมหนี้ครัวเรือน อาจทำการกำหนดรายได้ขั้นต่ำของผู้ถือบัตรเครดิต เป็นต้น

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลสถาบันการเงิน ธปท. กำหนดให้สถาบันการเงินจัดส่งข้อมูลและแบบรายงานต่าง ๆ เป็นประจำ

จากประเด็นที่ได้กล่าวมานั้นทำให้ทุกธนาคารต่างต้องดำเนินการตามนโยบาย ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ที่ต่างต้องแสวงหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทุกความต้องการของลูกค้ามาเพิ่มช่องทางดำเนินธุรกิจ ๆ ของธนาคารพาณิชย์ต้องได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาด โดยสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างที่หลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมแก่ความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการหรือลงทุนด้านการเงินมากขึ้น และเริ่มมีการเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้บริการระหว่างสถาบันมากขึ้นด้วย แต่ในแง่ของพนักงานธนาคารต้องปรับเปลี่ยนการทำงานใหม่ รวมทั้งต้องขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ แก่ลูกค้าด้วย ธนาคารมีความเข้าใจถึงภาระของพนักงาน ที่จะต้องเพิ่มขึ้นจากหน้าที่ปกติแล้ว ยังต้องมีหน้าที่เพิ่มเติมในการขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เป็นช่องทางธุรกิจใหม่ของธนาคารด้วย เช่น ประกัน กองทุนรวม ฯลฯ (วิจิตรเมธาวณิชย์, 2563) เนื่องด้วยจากความคาดหวังต่าง ๆ ของธนาคารที่มีต่อพนักงานขาย ทำให้พนักงานขายเป็นอาชีพที่มีความกดดันสูง จึงเป็นเหตุให้พนักงานขายขององค์กรที่ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหรือหมดแรงจูงใจในการขายผลิตภัณฑ์ตัดสินใจลาออกจากองค์กร และถึงแม้ว่าธนาคารได้ให้เวลาแก่พนักงานในการปรับตัว มีการฝึกอบรมถึงแนวธุรกิจใหม่ ช่องทางการขาย รวมทั้งเทคนิคต่าง ๆ เพื่อเสริมและง่ายต่อการขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคาร หากธุรกิจใดที่ต้องใช้ใบอนุญาต ธนาคารก็ฝึกอบรมและพาพนักงานไปสอบ เพื่อได้ใบอนุญาตเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและเสริมความรู้ให้แก่พนักงานนั้น แต่พนักงาน หลาย ๆ คนที่ไม่เห็นด้วยกับการ

เปลี่ยนแปลงของระบบงานพัฒนาบุคลากรเนื่องจากไม่ต้อง การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ หรือเพราะคิดว่า สิ่งนั้นเป็นสิ่งที่พวกเขาารู้อยู่แล้ว จึงทำให้เกิดคำถามขึ้นมาว่า ทำไมต้องเรียนรู้ถึงระบบงานใหม่ ๆ นั้นอีก ซึ่งเป็นเหตุให้พนักงานไม่เห็นด้วยกับแนวทางใหม่ ๆ กล่าวคือ พนักงานมีทักษะ แต่ขาด แรงจูงใจ ขาดความเต็มใจในการเรียนรู้ ส่งผลทำให้การทำงานระบบที่มีปัญหาทยอยลดลง ซึ่ง ส่งผลกระทบต่อตรงให้กำไรสุทธิ และอาจจะส่งผลถึงการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคต ดังนั้นจึง มีความจำเป็นที่ต้องทราบความต้องการที่แท้จริงของพนักงานว่าต้องการทำอะไรอย่างไร แต่ เนื่องจากว่าพนักงานแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน และบางอย่างบริษัทไม่สามารถให้ได้ ตามความต้องการทุกเรื่อง จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทราบว่าสิ่งไหนบ้างที่เป็น เป้าหมายหรือความต้องการที่แท้จริงตามลำดับความสำคัญและควรดำเนินการเร่งด่วน เพื่อ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานด้วย กระบวนการโค้ชซึ่งต่อไป

2. การสร้างแรงจูงใจ

2.1 แนวคิดการสร้างแรงจูงใจ

แนวคิดที่เกี่ยวกับแรงจูงใจยังคงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเรียนรู้และการสอน (Maehr & Meyer, 1997) as cited in (J. Appleton, Christenson, & Furlong, 2008): 378 อีกทั้งยังเป็น สิ่งสำคัญต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ในแง่ ของคุณภาพของผู้เข้ารับการอบรมในการมีส่วนร่วมกับการอบรม การที่ผู้เข้ารับการอบรมมีความ ใส่ใจการเรียนรู้หรือกิจกรรมการเรียน ด้วยความวิริยะในการเรียน ความตั้งใจ ความสนใจและการ มีปฏิสัมพันธ์ด้วยอารมณ์เชิงบวกต่อกิจกรรมการเรียน (Ellen A. Skinner, Kindermann, Connell, & Wellborn, 2009)b: 226

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่สำคัญ อันจะสามารถนำมาอธิบายถึงบทบาทของ สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ได้แก่ ทฤษฎีความมุ่งมั่นใน ตนเอง (Self-Determination Theory: SDT) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางสังคมสภาพแวดล้อมนั้น เป็น สิ่งสำคัญ ซึ่งมีส่วนในการกระตุ้นและส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล (Deci & Ryan, 2008):182 อีกทั้งยังส่งผลต่อความต้องการพื้นฐานของแต่ละบุคคล และมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของบุคคล ทั้ง แรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายใน (Ryan & Deci, 2000) โดยอธิบายถึงบทบาทของ แรงจูงใจ ภายใน (Intrinsic motivation) และลักษณะของแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) ที่มีต่อ การพัฒนาความคิด ทศนคติและสังคม รวมไปถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคลในการปฏิบัติ พฤติกรรม ซึ่งมีระดับของการกำกับตนเองที่แตกต่างกันไป

ทฤษฎีความมุ่งมั่นในตนเอง เป็นทฤษฎีแรงจูงใจที่ช่วยให้ผู้วิจัยได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ให้รับการอบรม และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ อันเป็นผลมาจากแรงจูงใจ (Reeve, 2012): 150 เพราะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงโครงสร้างการทำงานของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ได้อย่างเป็นอย่างดี (J. Appleton et al., 2008): 378 ซึ่งเราสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการอบรมพนักงานได้ เพื่อสร้างให้พนักงานเกิดความสนใจในการเรียนรู้ เห็นคุณค่าในการอบรม และมีความเชื่อมั่นในความสามารถด้านการเรียนรู้มากขึ้นได้ (Deci, Vallerand, Pelletier, & Ryan, 1991): 325 ซึ่งทฤษฎีความมุ่งมั่นในตนเองนี้มุ่งเน้นถึงการสร้างแรงจูงใจภายในให้กับผู้เข้าอบรม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดความยึดมั่นผูกพันที่สูงขึ้น (Reeve & Halusic, 2009); (Niemic & Ryan, 2009)

(Walker, Greene, & Mansell, 2006) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยตนเองมีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันของบุคคล อาจเป็นเพราะการที่มีแรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยตนเองอันเกิดจากแรงจูงใจภายใน จะทำให้เห็นคุณค่า ประโยชน์ และความสำคัญของการเรียน จึงสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ ด้วยความตั้งใจและกระตือรือร้น และมี ความสุขในการเรียน ดังนั้นเมื่อมีแรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยตนเอง ก็ย่อมส่งผลให้มีความยึดมั่น ผูกพันต่อการเรียนสูงตามไปด้วย

2.2 ความหมายของการสร้างแรงจูงใจ

จากงานวิจัยในอดีตมีผู้ให้นิยามแรงจูงใจไว้หลายงาน ซึ่งจะขอยกมาในส่วนของที่เกี่ยวข้องดังนี้

แรงจูงใจ คือพลังผลักดันให้บุคคลมีพฤติกรรม อีกทั้งยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมดังกล่าวด้วย บุคคลที่มีแรงจูงใจสูง จะใช้ความพยายามที่จะกระทำเพื่อไปสู่เป้าหมายโดยไม่ย่อท้อ ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีแรงจูงใจต่ำ จะไม่แสดงพฤติกรรม หรือล้มเลิกการกระทำ ก่อนไปถึงเป้าหมาย

(Kolesnik, 1978) ได้ให้คำความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า เป็นบางสิ่งที่อยู่ภายในตัวของบุคคล ที่ส่งผลทำให้บุคคลต้องเกิดการกระทำ หรือทำการเคลื่อนไหว หรือมีพฤติกรรมต่างๆ ในลักษณะที่มีเป้าหมาย

(Loudon & Della Bitta, 1984) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวบุคคล ที่เป็นพลังทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะแวดล้อม

ดังนั้นจะสังเกตจากการให้นิยามดังกล่าวได้ว่า แรงจูงใจมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 อย่างคือ กลไกที่กระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ และ แรงบังคับให้กับพลังดังกล่าวให้กระทำอย่างมีทิศทาง

จากนิยามของแรงจูงใจนั่นเอง การสร้างแรงจูงใจ (motivation) จึงเป็นการกระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำในทิศทางที่ต้องการ

(Schiffmann & Kanuk, 1991) ได้ให้ความหมายของ การสร้างแรงจูงใจไว้ว่า เป็นแรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของตัวบุคคล ที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดการกระทำ

(Woolfolk, 1995) ได้กล่าวว่า การสร้างแรงจูงใจ เป็นภาวะภายในของบุคคล ที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง

(Domjan, 1996) กล่าวว่า การสร้างแรงจูงใจ เป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลดังกล่าวมีความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสร้างแรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าอย่างจงใจ ให้กระทำเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดจากการสร้างแรงจูงใจดังกล่าวนี้ จะเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทางที่จริงจัง หรือมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องการไปสู่ที่ใด พฤติกรรมดังกล่าวที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากแรงผลักดันที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถเรียกแรงผลักดันดังกล่าวว่า แรงจูงใจ

จากการสรุปความหมายของการสร้างแรงจูงใจในข้างต้น ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้การสร้างแรงจูงใจดังกล่าว เพื่อนำไปพัฒนาโปรแกรมให้พนักงานขายเกิดแรงจูงใจ เพื่อเพิ่มพฤติกรรมการเรียนรู้ และส่งผลให้ความยั่งยืนผูกพันในการเรียนรู้สูงขึ้น

2.3 องค์ประกอบของแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจของ (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959) อ้างถึงใน (ปาละวงศ์, 2532), หน้า 13-16 ได้เสนอทฤษฎีองค์ประกอบคู่ (Two Factor Theory) ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ซึ่งสรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่สัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบในงานของแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยดังกล่าว คือ

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor)

1.1 ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้สำเร็จ และประสบความสำเร็จอย่างเต็มความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกัน

ปัญหาที่จะเกิดขึ้นเมื่อผลงานสำเร็จ จึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้นๆ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือ ไม่ว่าจะจากผู้บังคับบัญชาจากเพื่อนจากผู้มาขอรับคำปรึกษาหารือ จากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้อาจจะ อยู่ในรูปแบบยกย่องชมเชย แสดงความยินดี ให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่สื่อให้เห็นถึงการ ยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่ กับความสำเร็จในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความรู้ริเริ่มสร้างสรรค์ทำทนายให้ต้องลงมือทำ หรืองานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุม อย่างไม่ใกล้ชิด

1.5 ความก้าวหน้า หมายถึง ได้รับเลื่อนขึ้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลในองค์กรการ ได้มีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรมปัจจัยคำจูน หรือปัจจัย สุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะคำจูนจะทำให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลที่มีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่ มีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กร บุคคลในองค์กรจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้นนี้ และปัจจัย ที่มาจากภายนอกตัวบุคคล

2. ปัจจัยคำจูน (Hygiene Factor) หรือปัจจัยสุขอนามัยปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้ตนชอบและรักงานปฏิบัติเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความ พึงพอใจให้แก่ บุคคลในองค์กร ให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะปัจจัยสามารถสนองตอบความ ต้องการภายในของบุคคลได้ด้วย ได้แก่

2.1 เงินเดือน หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขึ้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรที่ทำงาน

2.2 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หมายถึง การติดต่อ ไม่ว่าจะ เป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน

2.3 นโยบายและการบริหาร หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์กรติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

2.4 สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางกายภายในของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ

2.5 ความเป็นอยู่ส่วนตัว หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ของเขา เช่น การที่บุคคลต้องถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ซึ่งห่างไกลจากครอบครัว ทำให้เขาไม่มีความสุขและไม่พอใจกับการทำงานในที่แห่งใหม่

2.6 ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงานความยั่งยืนของอาชีพหรือความมั่นคงขององค์กร

2.7 วิธีการปกครองบังคับบัญชา หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร

ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นที่การพัฒนาแรงจูงใจของพนักงานชายเพื่อเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ดังนั้นองค์ประกอบของแรงจูงใจในบริบทของพนักงานชายที่มุ่งเน้นในด้านของปัจจัยจูงใจคือ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล

2.4 การวัดแรงจูงใจ

ในการวัดแรงจูงใจนั้น มีผู้ศึกษาไว้ดังนี้

(Murray, 1938) ได้สร้างเครื่องมือที่เป็นแบบทดสอบวัดแรงจูงใจและความต้องการของบุคคลที่ชื่อว่า Thematic Apperception Test (TAT) ซึ่งในแบบทดสอบ TAT นี้ประกอบด้วยรูปภาพ 20 รูป ที่สามารถตีความหมายได้หลายอย่าง โดยผู้ถูกทดสอบจะดูภาพเหล่านี้ แล้วแจ้งต่อผู้ทดสอบว่าเห็นอะไรจากรูปภาพที่ให้ดู ซึ่ง TAT เป็นแบบทดสอบชนิด Projective Test โดยวิธีการใช้แบบทดสอบการให้คะแนนและการตีความดังกล่าวนี้ ผู้ตีความต้องได้รับการเรียนและฝึกฝน

(McClelland, 1961) ได้พัฒนาการใช้ Projective Technique ของ Murray ที่เรียกว่า แบบทดสอบ Thematic Apperception Test (TAT) ซึ่งเป็นภาพชุดแต่ละภาพจะมีรูปคนอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยได้กำหนดกรอบของคนที่มีการสร้างแรงจูงใจสูงจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อพฤติกรรมของตน และตั้งมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ในการทำงาน

2. เป็นผู้ที่ตั้งเป้าหมายที่จะมีโอกาสจะทำได้สำเร็จ หรือเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลาง

3. พยายามทำงานอย่างไม่ย่อท้อ จนถึงจุดหมายปลายทาง
4. เป็นบุคคลที่สามารถวางแผนในระยะยาวได้
5. ต้องการข้อมูลผลสะท้อนกลับของผลงานที่กระทำ

(จันทร์กวี, 2514) ได้แบ่งวิธีการวัดเป็น 2 วิธี คือ 1. วิธีการวัดโดยตรงจากการสังเกตพฤติกรรม 2. วิธีการวัดทางอ้อม ซึ่งวัดโดยใช้แบบทดสอบแบบ Projective test โดยมีประเภทรูปภาพ และการเติมประโยคให้สมบูรณ์

ซึ่งใกล้เคียงกับ (อาษาสร้อย, 2540) ที่ได้ศึกษาวิธีวัดแล้วแบ่งเป็น 2 วิธีดังนี้ 1. วิธีวัดโดยตรงจากการสังเกต 2. วิธีวัดทางอ้อม ซึ่งมีทั้งการใช้การสัมภาษณ์ และแบบทดสอบ โดยแบบทดสอบมี 2 ประเภทดังนี้

1) แบบทดสอบให้รายงานด้วยตนเอง มีแบบ checklist, แบบสำรวจ และแบบ rating scale

2) แบบทดสอบประเภทการใช้รูปภาพ ซึ่งมีทั้งการใช้รูปภาพ และการใช้ภาษา ในส่วนของงานวิจัยต่างประเทศนั้น (Atkinson, 1964) ได้เสนอวิธีการวัดแรงจูงใจไว้ 2 แบบเช่นกัน ประกอบด้วย

1) การสังเกตของผู้วิจัย โดยจะต้องมีการกำหนดนิยามพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่จะทำการวัดไว้ก่อนการสังเกต

2) การให้บุคคลรายงานด้วยตนเอง (Self-report) มักจะประกอบด้วยข้อคำถามว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย หรือเป็นคำถามในแนวค้นหาความรู้สึก หรือแนวคิดที่กำหนด

ซึ่งจากงานวิจัยต่างๆ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปการวัดแรงจูงใจของผู้เข้าอบรมได้ดังนี้

1) การสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรม โดยก่อนจะทำการสังเกต ผู้วิจัยต้องกำหนดนิยามของพฤติกรรมต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะที่จะวัดแรงจูงใจได้อย่างชัดเจน

2) การประเมินตนเองของผู้เข้าอบรม ซึ่งผู้วิจัยสามารถใช้แบบวัดที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามความถี่ของพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมที่เกิดขึ้น โดยแบ่งสเกลออกเป็น 5 ระดับ โดยที่พฤติกรรมการประเมินดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์กับแบบสังเกตพฤติกรรมระดับแรงจูงใจของผู้เข้าอบรม

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์แบบวัดพฤติกรรมในชั้นเรียนของ (Fraser, McRobbie, & Fisher, 1996) แล้วนำมาปรับปรุงให้เข้ากับบริบทของพนักงานขายเพื่อทำการวัดแรงจูงใจของพนักงานขาย โดยแบบวัดนี้ใช้การประมาณค่า 7 ระดับ มีตัวอย่างคำถาม เช่น

- 1) ฉันอาสาทำงานที่ท้าทายความสามารถของฉัน
- 2) ฉันปฏิบัติงานด้วยความคิดของตนเองโดยไม่ต้องรอใครบังคับ
- 3) ฉันชื่นชอบการแข่งขันและมุ่งหวังผลประโยชน์ทุกครั้ง
- 4) เมื่อฉันมีข้อสงสัยในเรื่องที่เรียน ฉันจะเข้าไปถามผู้ฝึกอบรม
- 5) ฉันทำงานตามลำดับขั้นตอนที่ฉันเจ้าได้วางแผนเอาไว้

ซึ่งข้อคำถามจะครอบคลุมด้านความรับผิดชอบ ความอดทนต่อการทำงาน และด้านการวางแผนการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มุ่งเน้นในการทำวิจัยนี้

4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจ

(หวังรุ่งกิจ et al., 2561) ได้ทำการพัฒนาโปรแกรมเพื่อส่งเสริมคุณลักษณะความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของนักศึกษาปริญญาตรีโดยมีการตั้งเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลเป็นตัวอย่างผ่าน โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่มี 3 องค์ประกอบหลัก ตามการศึกษาของ (Fredricks et al., 2004) ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันด้านปัญญาความคิด ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ ความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เมื่อนักศึกษาได้รับโปรแกรมฯ จะส่งผลโดยตรงให้มีระดับเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลที่เพิ่มสูงขึ้นจากการเสริมแรงจูงใจ จากนั้นเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลจะส่งผลให้นักศึกษามีระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย

(Guo, 2018) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจแบบมีอิสระในทางการเรียนที่ส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และความพึงพอใจในชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น โดยได้ยึดหลักการของทฤษฎีการกำหนดตนเองเป็นฐาน แล้ววัดค่าตัวแปรต่างๆ กับวัยรุ่น 418 คน โดยผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจแบบมีอิสระในทางการเรียนส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิต และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยมีความพึงพอใจในความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรส่งผ่าน

(Evans & Boucher, 2015) ได้ทำการศึกษาการทางเลือกของการสนับสนุนการมีอิสระของนักเรียนเพื่อสร้างแรงจูงใจและความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยได้ทำวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการที่ให้ผู้เรียนมีอิสระในการเลือก ซึ่งยึดหลักการของทฤษฎีการกำหนดตนเอง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายในที่เกิดขึ้นกับนักเรียนนั้น ส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

(Khan, 2012) ศึกษาผลกระทบของการฝึกอบรมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน มีปัจจัยต่างๆ เช่น การฝึกอบรม แรงจูงใจ เทคโนโลยี พฤติกรรมการจัดการ

สภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งแต่ละปัจจัยส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของพนักงาน ปัจจัยที่เอื้อประโยชน์สูง ได้แก่ ปัจจัยที่พนักงานให้ความสำคัญ การศึกษานี้สรุปได้ว่าการฝึกอบรมมีส่วนช่วยอย่างมากต่อประสิทธิภาพของพนักงานเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ เช่น แรงจูงใจ เทคโนโลยี พฤติกรรมการจัดการ สภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการเรียนรู้ที่ส่งผลการปฏิบัติงานของพนักงานกับการฝึกอบรมและแรงจูงใจ การศึกษาแสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมและการสร้างแรงจูงใจส่งผลดีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน การศึกษานี้สรุปได้ว่าองค์กรที่มีแผนการฝึกอบรมที่ดีสำหรับพนักงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้

3. การตั้งเป้าหมาย

ภายใต้ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self Determination Theory: SDT) นั้น ในส่วนของเหตุผลที่แต่ละคนมีส่วนร่วม หรือการเกิดพฤติกรรมภายใต้ความเป็นอิสระ หรือการถูกควบคุมก็ตาม (Autonomous vs Controlled) บุคคลมักจะใช้เป้าหมายระยะยาวเป็นแนวทางในการกำหนดการกระทำของตนเอง (Deci & Ryan, 2008):17 เป้าหมายสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1) เป้าหมายภายใน (Intrinsic goal) ซึ่งหมายถึง เป้าหมายในชีวิตเกี่ยวกับการผูกพันกับบุคคลอื่นๆ การทำประโยชน์เพื่อผู้อื่น การพัฒนาตนเอง เป็นเป้าหมายที่เน้นความพึงพอใจในความต้องการทางจิตวิทยาพื้นฐานของแต่ละบุคคล และ 2) เป้าหมายภายนอก (Extrinsic goal) หมายถึง เป้าหมายเกี่ยวกับความมั่งคั่ง ความน่าดึงดูด ชื่อเสียง เป็นต้น และจะเน้นที่ตัวบ่งชี้การให้คุณค่าที่มาจากภายนอก เป้าหมายทั้งสองแบบดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของบุคคล กล่าวคือ หากบุคคลมีเป้าหมายภายใน จะส่งผลทำให้บุคคลรู้สึกได้ถึงคุณค่าของเป้าหมายที่กระทำอยู่ อันจะก่อให้เกิดแรงจูงใจที่เป็นอิสระในตนเองหรือแรงจูงใจภายใน (Autonomous motivation) ในทางกลับกันหากบุคคลมีเป้าหมายภายนอก บุคคลจะทำพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก อันจะส่งผลให้บุคคลเกิดแรงจูงใจที่มีลักษณะถูกควบคุม (Controlled motivation) (Vansteenkiste, Niemiec, & Soenens, 2010): 147

3.1 แนวคิดการวางเป้าหมาย

3.1.1 ทฤษฎีการวางเป้าหมาย

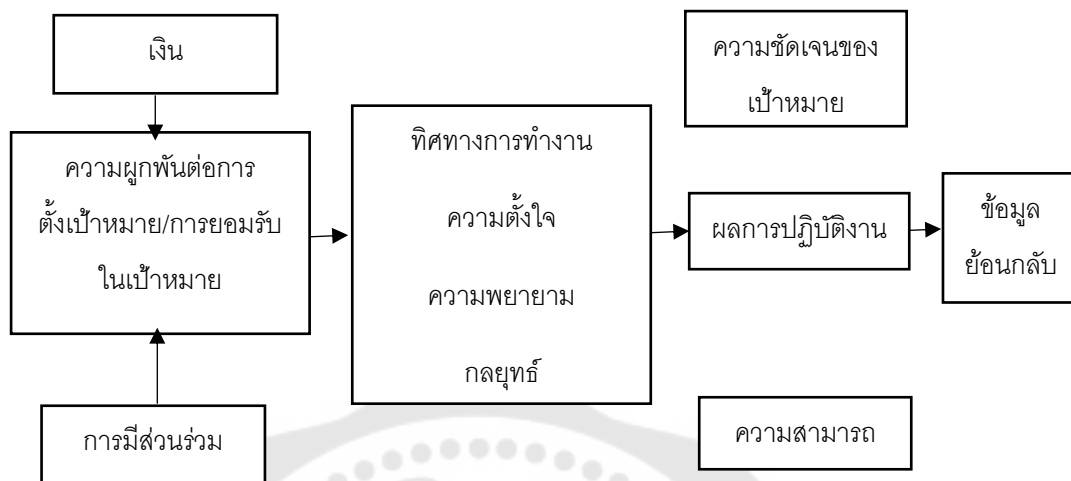
ได้รับอิทธิพลมาจากผลงานของล็อก (Locke & Latham, 1990), pp. 11-15 จึงกล่าวไว้ว่า การจัดกลุ่มงานที่เกี่ยวกับทฤษฎีการวางเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 สาย คือ สายที่ 1 สายที่เกี่ยวกับความรู้ทางด้านวิชาการ จึงมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาการทดลอง

ส่วนสายที่ 2 สายที่เกี่ยวกับการประยุกต์ในด้านธุรกิจ จึงเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดการ ทั้งนี้ทฤษฎีการวางเป้าหมาย ต้องอยู่บนพื้นฐานที่ว่า มนุษย์นั้นแท้จริงแล้ว ล้วนแต่มีความต้องการที่จะแสวงหาความสุข อาจแสวงหารางวัล พยายามที่จะหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ทำให้เป็นทุกข์ ทำให้เกิดความรู้สึกเจ็บปวด อาทิเช่น ในบางสถานการณ์บุคคลเหล่านั้นจะไม่แสดงความต้องการได้ออกมาให้เห็น อาจยอมรับความเจ็บปวด แทนที่จะหลีกเลี่ยงนี้ ก็เพราะสาเหตุคือ บุคคลมีความมุ่งหวัง (Intention) อาจมีเป้าหมาย (Goal) นั้นเอง ด้วยเหตุนี้ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกระทำของบุคคลน่าจะเป็นรางวัล อาจเป็นสิ่งที่มีความคุ้มค่ากับเป้าหมายที่บุคคลต้องการ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับอารมณ์ (Emotion) ความรู้สึกที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ในแต่ละขณะสำหรับเป้าหมายนั้น นอกจากนั้นแล้วยังแสดงให้เห็นถึงความคาดหวังที่ชัดเจน มีทิศทางแน่นอน ในแต่ละบุคคลนั้นสามารถมีเป้าหมายได้มากกว่าหนึ่งอย่าง ในบางครั้งเป้าหมายนั้นก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรม อาจเป็นเพราะมีความขัดแย้งอยู่ในใจกับเป้าหมายที่มีอยู่ นอกจากนี้แล้ว ความสามารถส่วนบุคคลก็เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเช่นกัน (เกษาคุปต์, 2536) น. 82-83) (Locke et al., 1981), pp. 125-152 จึงได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการกำหนด เป้าหมายไว้ดังนี้

1. เป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง จะสามารถส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากกว่าเป้าหมายที่มีลักษณะคลุมเครือ ไม่ชัดเจน เช่น ฉันทวยมากที่สุด คือ ไม่สามารถวัด ได้ว่าต้องมีเงินจำนวนเท่าไรจึงถือว่ารวยที่สุด
2. เป้าหมายที่ยากต่อการที่จะบรรลุได้ ส่งผลให้การปฏิบัติงานได้ผลที่ดีมากกว่า การกำหนดเป้าหมายที่ง่าย เพราะจะทำให้เกิดความพยายาม มุ่งมั่น ตั้งใจ เพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุด
3. การมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของผู้ร่วมงาน ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานทำผลงานได้ดีกว่าการที่ผู้ปฏิบัติงานไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย
4. การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) การให้ข้อมูลย้อนกลับมีผลต่อการปฏิบัติงานได้ดีกว่าการไม่ให้ข้อมูลย้อนกลับ เพราะผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบว่าควรปรับปรุง แก้ไขการทำงานอย่างไรเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. เป้าหมายที่ดี ต้องมีการกำหนดกรอบของระยะเวลาที่ชัดเจนเพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จ
6. ปัจจัยช่วยบุคคลในด้านบุคลิกภาพ การศึกษาไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการกำหนดเป้าหมาย

7. การให้ผลตอบแทนในรูปของเงินทำให้มีการกำหนดเป้าหมายที่สูงขึ้น ยังก่อให้เกิดความผูกพันทางใจกับเป้าหมายมากขึ้น เพราะจะทำให้เกิดความมุ่งมั่น ทำให้สำเร็จ เพื่อผลตอบแทนที่ต้องการ





ภาพประกอบ 1 ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย

จะเห็นได้ว่า มีเงื่อนไข 2 ประการที่จำเป็น ส่งผลให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จได้ คือ ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความผูกพันกับเป้าหมายและแหล่งข้อมูล วิธีการที่จะทำให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จได้ หากผู้ปฏิบัติงานไม่เห็นถึงคุณค่าในงานที่ตนทำแล้ว ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพ แม้แต่กรณีที่ผู้ปฏิบัติงานถูกกระตุ้นให้ทำงานตามเป้าหมายที่วางไว้ แต่ไม่มีการจัดการในเรื่องของเครื่องมือที่จำเป็น ก็ยากที่จะทำให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ Charles ได้ทำการศึกษา ได้อธิบายถึงขั้นตอนในการกำหนดเป้าหมายของการทำงานไว้ดังนี้ (Hughes, 1965) p. 113

1. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของงานที่ทำ
2. ให้ความสำคัญกับการกำหนดเป้าหมาย จึงเป็นแรงจูงใจในการทำงานที่ดี และความมีประสิทธิภาพของบุคคลมากขึ้น
3. วางแผนการปฏิบัติงาน จึงควรวางแผนอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามที่กำหนดไว้
4. ทราบถึงมาตรฐานของการปฏิบัติงาน เกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวัดผลจึงผู้ปฏิบัติงานจำเป็นที่จะต้องรู้ทั้งก่อนและหลังปฏิบัติงานเสร็จ

5. วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน จึงจำเป็นที่จะต้องคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนเสมอ เพื่อที่จะได้หาทางรับมือและแก้ไขได้ทันทีหากเกิดปัญหาขึ้น

6. ขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน เนื่องจากไม่มีใครสามารถบรรลุเป้าหมายในการทำงานได้เพียงลำพัง

7. ความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายส่วนบุคคล เป้าหมายขององค์กร จึงควรมีความสัมพันธ์กัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

8. การประเมินจากผลการปฏิบัติงานจริง ถือได้ว่าเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่สามารถทำนายได้ว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

ทฤษฎีการตั้งเป้าหมายของ (Locke & Latham, 1990) ซึ่งเป็นแบบจำลองเชิงบูรณาการของแรงจูงใจ มองว่าเป้าหมายเป็นตัวกำหนดหลักของพฤติกรรม ทฤษฎีการตั้งเป้าหมายอาจใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุด เน้นความเฉพาะเจาะจงของเป้าหมาย ความยากและการยอมรับ และให้แนวทางในการรวมเข้ากับโปรแกรมจูงใจและการจัดการด้วยเทคนิควัตถุประสงค์ (MBO) ในหลายพื้นที่ (Locke & Latham, 1990) สำหรับการตั้งเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพประกอบด้วย: การตั้งเป้าหมายที่ทำนายแต่สามารถบรรลุได้ เป้าหมายที่ง่ายเกินไปหรือยากเกินไปหรือไม่สมจริงไม่ได้กระตุ้นตัวบุคคล การกำหนดเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงและวัดผลได้ สิ่งเหล่านี้สามารถมุ่งความสนใจไปที่สิ่งที่บุคคลต้องการและสามารถช่วยให้วัดความก้าวหน้าไปสู่เป้าหมายได้ ดังนั้นจึงควรได้รับความมุ่งมั่นในเป้าหมาย หากบุคคลไม่มุ่งมั่นเพื่อเป้าหมาย ก็จะไม่มีความพยายามเพียงพอเพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย ไม่ว่าพวกเขาจะเจาะจงหรือทำหายเพียงใด กลยุทธ์ในการบรรลุเป้าหมายนี้อาจรวมถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดเป้าหมาย การใช้รางวัลภายนอก (โบนัส) และการส่งเสริมแรงจูงใจภายในผ่านการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมาย สิ่งสำคัญที่ต้องพูดถึงในที่นี่ว่าแรงกดดันในการบรรลุเป้าหมายนั้นไม่มีประโยชน์ เพราะอาจส่งผลให้เกิดความไม่ซื่อสัตย์และประสิทธิภาพที่ผิวเผิน ควรมีองค์ประกอบสนับสนุน เช่น การให้กำลังใจ วัสดุและทรัพยากรที่จำเป็น และการสนับสนุนทางศีลธรรม ความรู้เรื่องผลลัพธ์เป็นสิ่งสำคัญ เป้าหมายต้องสามารถวัดผลได้ และจำเป็นต้องมีการตอบรับ

ทั้งนี้ มีงานวิจัยของ (Burns, Martin, & Collie, 2019) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การตั้งเป้าหมายนั้นเป็นกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมนั้นได้มุ่งเน้นไปที่การเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ซึ่งส่งผลต่อความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้ ในสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันกับคนรอบข้าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Antonio & Tuffley, 2015) ซึ่งได้ศึกษาผลของการตั้งเป้าหมายกับความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยเป้าหมายจะต้องมีความชัดเจน และ

สามารถเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ (Andriessen, Phalet, & Lens, 2006); (Greene, Miller, Crowson, Duke, & Akey, 2004); (Orthner, Jones-Sanpei, Akos, & Rose, 2013); (Tan, 2007) จะทำให้เกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้น

3.2 ความหมายของการตั้งเป้าหมาย

การตั้งเป้าหมายนั้น เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการวางแผนการทำงาน (action plan) ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อสร้างแรงจูงใจและชี้นำบุคคลนั้นให้ไปถึงเป้าหมายได้สำเร็จ (Grant, 2012) เป้าหมายนั้นมีความละเอียดอ่อนกว่าแรงปรารถนา หรือความตั้งใจชั่วขณะ ดังนั้นการตั้งเป้าหมายจึงหมายถึง การที่บุคคลนั้นๆ มีความมุ่งมั่นทั้งในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม ไปสู่การได้รับเป้าหมาย เพื่อให้ไปถึงสถานะดังกล่าว ผู้ตั้งเป้าหมายจะต้องมีการตั้งสถานะในอนาคต ซึ่งมีความแตกต่างจากสถานะที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวจะทำให้การกระทำในอนาคตเปลี่ยนไปเพื่อไปสู่สถานะที่ได้ตั้งเอาไว้ (Inzlicht, Legault, & Teper, 2014)

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอื่นๆ ที่ได้ให้ความหมายของการตั้งเป้าหมายไว้ดังนี้ (Banathy & Jenks, 1990) ได้กล่าวว่า การตั้งเป้าหมายคือ ความต้องการหรือกระบวนการของความคิดที่มีพลังกระตุ้นพฤติกรรมให้ไปสู่เป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ (Locke & Latham, 1990) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการตั้งเป้าหมายเป็นกระบวนการพิสูจน์การทำงานของบุคคลกับเป้าหมายที่กำหนดหรือมาตรฐานคุณภาพ และ (Szilagyi Jr. & Wallace Jr., 1990) ได้กล่าวว่า เป็นความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามในการบรรลุเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ผลงานดีขึ้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การตั้งเป้าหมาย หมายถึง การที่บุคคลนั้นๆ มีกระบวนการความคิดที่จะมีความมุ่งมั่นทั้งในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม ไปสู่การได้รับเป้าหมายที่วางเอาไว้ โดยสถานะที่วางไว้ในอนาคตที่แตกต่างกับสถานะในปัจจุบันนั้น จะเป็นตัวกำหนดการกระทำของบุคคลให้มีพฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางเอาไว้

จากการสรุปความหมายดังกล่าวของการตั้งเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้การตั้งเป้าหมายดังกล่าว เพื่อนำไปพัฒนาโปรแกรมให้พนักงานขายมีการตั้งเป้าหมาย และเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ อันจะนำไปสู่การเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

3.3 องค์ประกอบของการตั้งเป้าหมาย

3.3.1 คุณลักษณะของเป้าหมายที่ดี (Characteristic of Goals)

1. มีความพึงพอใจที่จะกระทำ มีแรงบันดาลใจ ทุ่มเท ค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
2. มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ชัดเจน
3. สามารถวัดผลได้ เช่น ปริมาณ คุณภาพ ระยะเวลา
4. สามารถทำให้สำเร็จได้ คือ เป้าหมายต้องไม่ไกล อาจยากจนเกินไป
5. มีความเป็นไปได้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง สามารถทำให้สำเร็จได้
6. มีการกำหนดกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน คือ ต้องกำหนดเวลาที่จะให้เป้าหมายสำเร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้มีทิศทาง จะได้ไม่เสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายมากจนเกินไป (จันทร์นวล, 2546)

3.3.2 มิติของเป้าหมายหมาย (Dimensions of Goals)

มิติของเป้าหมาย มีส่วนประกอบสำคัญ จึงแบ่งออกเป็น 2 มิติ คือ เนื้อหา (Content) ความเข้ม (Intensity) จึงมีรายละเอียดดังนี้ (จันทร์นวล, 2546)

มิติที่ 1 เนื้อหา เป็นความต้องการของบุคคลจึงเป็นเรื่องที่มาจากการรับรู้จากภายนอก (External World) จึงไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องของจิตใจเท่าใดนัก แต่ก็ถือได้ว่าเป็นเป้าหมายทางจิตใจเช่นกัน อาทิเช่น ความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ จึงจะมีความแตกต่างกันในด้านของเนื้อหากับความชัดเจน ปริมาณ คุณภาพ ความขัดแย้ง ความคงเส้นคงวาได้

มิติที่ 2 ความเข้ม หมายถึง เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการ อาทิเช่น การใช้เวลา ความพยายามในการกำหนดเป้าหมายที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลมีความผูกพัน ให้ความสำคัญกับเป้าหมายมากน้อยเพียงใด จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 มิตินี้ ไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะแยกจากกันได้ ล้วนมีความเกี่ยวเนื่องกัน อาทิเช่น ความสามารถของกระบวนการทางจิตใจที่มีความเข้มกว่า มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่ชัดเจน จึงในที่นี้ เป้าหมายที่มีความชัดเจนมากกว่าจะมีความเข้มขึ้นมากกว่าเป้าหมายที่ไม่ชัดเจน

3.3.3 ตัวชี้วัดเป้าหมายชีวิตในการทำงาน

การศึกษาเป้าหมายชีวิตในการทำงานของแต่ละบุคคลว่าอยู่ในระดับใด ดีหรือไม่ จำเป็นที่จะต้องทราบว่าลักษณะของเป้าหมายมีองค์ประกอบอะไรบ้าง การกำหนดเป้าหมายนี้ จะเป็นตัวชี้วัดเกี่ยวกับระดับของเป้าหมายในการทำงานของแต่ละบุคคล ในการนี้ได้มีนักวิจัยหลายท่าน ได้นำเสนอคุณลักษณะที่สำคัญในการกำหนดเป้าหมายในการทำงาน ดังนี้

(พันธุมณี, 2541) ได้แบ่งลักษณะของการกำหนดเป้าหมายออกเป็น 2 คุณลักษณะ คือ 1. เป้าหมายโดยรวม จึงเป็นเป้าหมายที่มีเป้าหมายย่อยอื่นๆ เข้ามามีส่วนร่วมเสมอ อาทิเช่น การกำหนดเป้าหมายในชีวิตว่าจะต้องเป็นนักลงทุนที่ยิ่งใหญ่ มีชื่อเสียงของประเทศ ในขณะที่อายุยังน้อยและยังอยู่ในวัยกำลังศึกษา จึงมีเป้าหมายย่อยหลายเป้าหมาย นั่นคือ จะศึกษาจากบุคคลที่สำเร็จว่ามีวิธีการอย่างไร ทำอย่างไรเป้าหมายจะสำเร็จเพื่อให้เป้าหมายบรรลุผลตามที่ต้องการ 2. เป้าหมายระยะไกลจึงถือได้ว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญเพื่อให้ไปถึงจุดมุ่งหมายตามที่กำหนดไว้ เป้าหมายในลักษณะนี้จึงมักเกิดขึ้นกับบุคคลที่มีวุฒิภาวะพอสมควร และจะไม่เกิดในเด็กเล็ก แต่เป้าหมายระยะไกลนี้ก็อาจมีประโยชน์สำหรับเด็กในอนาคตข้างหน้า (จันทร์นวล, 2546) ได้แบ่งเป้าหมายตามลักษณะความสนใจส่วนบุคคลไว้ดังนี้ คือ

1. เป้าหมายส่วนตัว (Personal Goals) คือ เป้าหมายที่บุคคลมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ ของชีวิต สามารถแบ่งออกเป็น เป้าหมายทางด้านสุขภาพ การงาน การเงิน ครอบครัว อารมณ์ สังคม เช่น ต้องแต่งงานภายใน 1 ปี จึงเป็นเป้าหมายในด้านครอบครัว ต้องมีรายได้เดือนละ 1 ล้านบาท จึงเป็นตัวอย่งของเป้าหมายทางการเงิน

2. เป้าหมายทางด้านวิชาชีพ (Professional Goals) คือ เป้าหมายในด้านความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในด้านอาชีพทั้งในปัจจุบันและในอนาคต อาจเป็นเป้าหมายทางการศึกษา เช่น เรียนจบปริญญาเอก สาขาจิตวิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒภายใน 3 ปี

3. เป้าหมายทางการพัฒนาตนเอง (Mental Goals) คือ เป้าหมายทางการพัฒนาตนเองเพื่อที่จะได้มีความรู้ ความสามารถในด้านต่างๆ เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สามารถทำได้โดยการเรียนรู้เพิ่มเติมในสิ่งที่ยังขาด อาจเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้พัฒนาการทำงาน อาจการเรียนรู้ให้ดียิ่งขึ้น อาทิเช่น การเรียนรู้ภาษาจีน การอ่านหนังสือในแนวพัฒนาตนเอง เป็นต้น

4. เป้าหมายทางด้านร่างกาย (Physical Goals) คือ ความต้องการที่จะมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ไม่เจ็บป่วยได้ง่าย เพราะสุขภาพที่แข็งแรงจะนำมาซึ่งความมีประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ที่ทำ การมีรูปร่างบุคลิกภาพที่ดีก็นำมาซึ่งความมีสุขภาพที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

5. เป้าหมายทางด้านจิตวิญญาณ (Spirit Goals) คือ ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีความเจริญงอกงามทางด้านอารมณ์และจิตใจ เพื่อที่จะได้นำไปสู่การกระทำที่ดี มีคุณค่า ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

(Wotruba, 1989) จึงแบ่งเป้าหมายส่วนบุคคลออกเป็น

1. แบ่งตามความสำคัญของเป้าหมายที่ต้องการ
2. แบ่งตามความเฉพาะเจาะจง ชัดเจนของเป้าหมาย

(บุญณสะ, 2550) จึงดัดแปลงลักษณะตัวชี้วัดเป้าหมายส่วนบุคคลของ (Locke & Latham, 1990) แล้วนำมาออกแบบคุณลักษณะของตัวชี้วัดเป้าหมายส่วนบุคคลมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ

1. ความต้องการมีอิสระในการทำงาน (Professional Autonomy) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลในด้านการแสดงความคิดเห็น มีความเป็นอิสระในการที่จะกระทำการใดๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายภายใต้ขอบเขตความสามารถของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาคนอื่นในการทำงาน ไม่ต้องการตรวจสอบควบคุมการทำงานอย่างใกล้ชิด
2. ความต้องการด้านรายได้ (Sufficient Wage) หมายถึง ความต้องการรายได้ ผลตอบแทน เพื่อให้เพียงพอต่อการใช้จ่าย การเก็บออมของตนเอง
3. ความต้องการในการใช้เวลารว่าง (Time Off) หมายถึง การต้องการความสมดุลของระยะเวลาในการทำงานกับมีเวลาส่วนตัวในการทำกิจกรรมที่ตนชื่นชอบ เพื่อเป็นการพักผ่อน อาจผ่อนคลายจากการทำงาน
4. ความต้องการดำเนินชีวิตในด้านครอบครัว (Family Life) หมายถึง ความต้องการในการดำเนินชีวิตด้านครอบครัวทั้งในปัจจุบัน ในอนาคต มีครอบครัวที่อบอุ่น สามารถใช้ชีวิตด้านครอบครัวทำกิจกรรมต่างๆ ได้โดยไม่กระทบต่อหน้าที่การงาน
5. ความมั่นคงทางอาชีพ (Job Security) หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้สึกถึงความมั่นคงในอาชีพการทำงานในปัจจุบัน รู้สึกถึงคุณค่าต่อองค์กรและเชื่อมั่นว่าหากได้ปฏิบัติงานอย่างความมุ่งมั่น เต็มความสามารถ มีผลการปฏิบัติงานดีจะไม่ถูกเลิกจ้าง
6. การได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน (Recognition) หมายถึง ความต้องการ การยอมรับนับถือ ความให้เกียรติ การได้รับคำชมเชยเมื่อทำสิ่งที่ดีและมีคุณค่าจากผู้ร่วมงาน
7. ความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Development) หมายถึง การได้รับโอกาสในการทำงาน ได้เรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง สามารถนำมาใช้กับการทำงาน เพื่อเพิ่มควมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในอนาคต

8. การได้รับการยอมรับจากหัวหน้างาน (Trust Between Supervisor) หมายถึง การมีสัมพันธภาพที่ดี รู้สึกถึงความยุติธรรมในการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา มีความเอาใจใส่ในด้านสวัสดิการ ความก้าวหน้าของผู้บังคับบัญชา

ซึ่งในงานวิจัยนี้ เนื่องจากการทำการวิจัยกับกลุ่มพนักงานขาย ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นที่องค์ประกอบในความต้องการของพนักงานขาย ซึ่งเป็นเป้าหมายส่วนบุคคล เพื่อเชื่อมโยงและต่อยอดให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ และส่งผลให้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้สูงขึ้น จากการเสริมแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายดังกล่าว โดยเป้าหมายที่ทำการตั้งจะต้องมีคุณลักษณะของเป้าหมายที่ดีตามที่ได้กล่าวไปในข้างต้น คือ มีความพึงพอใจที่จะกระทำ มีแรงบันดาลใจ ทุ่มเท ค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ชัดเจน สามารถวัดผลได้ สามารถทำให้สำเร็จได้ มีความเป็นไปได้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง และมีการกำหนดกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน

3.4 การวัดความผูกพันต่อเป้าหมาย

ความผูกพันต่อเป้าหมายเป็นปัจจัยที่สำคัญของทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย อ้างอิงจาก (Hollenbeck, Klein, O'Leary, & Wright, 1989) p. 951 ได้กล่าวว่า เป้าหมายที่มีความท้าทายนั้น จะส่งผลบุคคลมีการปฏิบัติในระดับสูง เมื่อบุคคลดังกล่าวมีความผูกพันต่อเป้าหมาย ดังนั้นการวัดความผูกพันต่อเป้าหมายจึงมีความสำคัญในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมาย ซึ่งมีความงานวิจัยของ (Locke & Latham, 1990) ที่เสนอแนวทางในการวัดความผูกพันต่อเป้าหมาย โดยเสนอการวัดทั้งทางตรงและทางอ้อมไว้ 3 วิธีดังนี้

1) การใช้แบบสอบถาม สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ ความแตกต่างระหว่างเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากงาน และเป้าหมายส่วนบุคคล, การเปลี่ยนแปลงเป้าหมาย และเมื่อเป้าหมายมีความท้าทาย มีผลการปฏิบัติงานอย่างไร โดยการใช้แบบสอบถามนี้ สามารถวัดได้ครอบคลุมถึง เป้าหมายที่บุคคลเป็นผู้กำหนด เป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากงาน และเป้าหมายแบบที่บุคคลมีส่วนร่วมในการกำหนด

2) การวัดโดยทางอ้อม คือ การวัดในลักษณะการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเป้าหมายส่วนบุคคล กับระดับของเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากงาน ซึ่งมีแนวคิดคือ บุคคลที่มีระดับของความผูกพันต่อเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายจากงานอยู่ในระดับต่ำ จะมีความผูกพันต่อเป้าหมายส่วนบุคคลในระดับสูง

3) การวัดผลจากผลการปฏิบัติงาน โดยผู้ที่มีความผูกพันต่อเป้าหมายในระดับที่สูง จะมีความพยายามในระดับสูงที่จะทำให้งานบรรลุเป้าหมาย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เสนอการใช้แบบวัดการประเมินตนเอง (self-report) ของกลุ่มทดลอง (Hollenbeck et al., 1989) ซึ่งมาตรวจวัดตั้งกล่าวนั้นสะท้อนองค์ประกอบทางการรู้คิด, ทางอารมณ์ และทางพฤติกรรม ซึ่งจะเห็นว่ามีผลสอดคล้องกับองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงขอเลือกใช้การนำมาตรวจวัดตั้งกล่าวของ Hollenbeck ในการวัดความผูกพันต่อเป้าหมาย โดยเปลี่ยนแปลงชุดคำถามให้เข้ากับบริบทของพนักงานขาย และแบ่งระดับพฤติกรรมออกเป็น 7 ระดับ จากตรงที่สุด จนถึงตรงน้อยที่สุด ซึ่งมีตัวอย่างคำถามดังนี้

- 1) เป็นไปได้ยากมากที่จะสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ (R)
- 2) จริงๆ แล้วฉันไม่สนใจว่าฉันจะทำสำเร็จตามเป้าหมายหรือไม่ (R)
- 3) ฉันมีความมุ่งมั่นเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ได้ตามเป้าหมาย
- 4) ฉันคิดว่าเป้าหมายนี้มีความเหมาะสมแล้วที่จะทำให้ได้

3.5 งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดเป้าหมายกับกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

(Collie et al., 2016) ได้ทำการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้เข้ารับการอบรม เป้าหมายส่วนบุคคล และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของผู้เข้ารับการอบรมกับผู้เข้ารับการอบรมคนอื่น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับเป้าหมายส่วนบุคคล และนอกจากนั้นยังพบว่า เป้าหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความสัมพันธ์ของเข้ารับการอบรมกับผู้เข้ารับการอบรมคนอื่นและผู้อบรม ไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ (Liem, Ginns, Martin, Stone, & Herrett, 2012) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับตัวแปรด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้ารับการอบรมและผู้อบรม

(Yu & Martin, 2014) ได้ทำการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลและเป้าหมายเชิงสัมฤทธิ์ เพื่อตรวจสอบถึงความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับแรงจูงใจในการเรียนรู้และความยึดมั่นผูกพันของผู้เข้าอบรม ผลการศึกษาพบว่าเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลและเป้าหมายเพื่อความสำเร็จขานี้มีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรทางด้านแรงจูงใจ และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรม ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ (Martin & Elliot, 2016) ที่ศึกษาเป้าหมายเชิงสัมฤทธิ์ของผู้เรียนเช่นเดียวกัน และพบผลลัพธ์เชิงบวก

ระหว่างเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล แรงจูงใจและความยึดมั่นผูกพันของผู้เรียนในลักษณะเดียวกัน

สรุปได้ว่าการตั้งเป้าหมาย หมายถึง การที่บุคคลนั้นๆ มีกระบวนการความคิดที่จะมีความมุ่งมั่นทั้งในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม ไปสู่การได้รับเป้าหมายที่วางเอาไว้ โดยสถานะที่วางไว้ในอนาคตที่แตกต่างกับสถานะในปัจจุบันนั้น จะเป็นตัวกำหนดการกระทำของบุคคลให้มีพฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางเอาไว้พนักงานขายสามารถตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ ของตนเอง ใส่ใจที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป้าหมายเป็นสิ่งต้องการทำให้สำเร็จ เอาจริงเอาจังกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ละทิ้งกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นเป้าหมายที่ดีที่ควรจะมีไปถึง ฟังพอใจที่จะทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เต็มใจที่จะพยายามเพิ่มขึ้น คาดหวังที่จะบรรลุเป้าหมาย วางเป้าหมายชัดเจนด้านผลตอบแทน การเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ตามหลัก SMART Goal ดังนี้ ได้แก่ S ระบุชัดเจน (Specific) พนักงานขายต้องระบุอย่างชัดเจน อะไรบ้างที่จะต้องทำ M วัดผลได้ (Measurable) สามารถวัดได้ว่าตอนนี้ผลงานขายเป็นจำนวนเท่าไร A นำไปปฏิบัติได้ (Achievable) เป้าหมายที่ตั้งไว้ สามารถบรรลุผลได้จริง และรู้ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายนั้นได้อย่างไร R เป็นจริงได้ (Realistic)

4. ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ นั้น มีรากฐานที่มาจากทฤษฎีทางจิตวิทยา ด้านแรงจูงใจ ได้แก่ 1) แนวคิดโมเดลแรงจูงใจ ที่อยู่ภายใต้ ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory: SDT) อธิบายว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการเกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของบุคคล เนื่องจากแต่ละคนนั้นมีความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา (Basic Psychological Needs) ได้แก่ ความต้องการด้านความสามารถ (Need for competence) ด้านความมีอิสระ (Need for autonomy) และด้านความสัมพันธ์ (Need for relatedness) โดยที่ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อระดับความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา และส่งผลให้บุคคลประเมินระดับความสามารถ ความมีอิสระ ความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นในการเรียนรู้ (Connell & Wellborn, 1991); (Deci & Ryan, 1985); (Ellen A Skinner & Belmont, 1993) และ 2) แนวคิด “Bioecological model” ภายใต้ทฤษฎีนิเวศวิทยา (Ecological system theory) (Bronfenbrenner, 1986); (Morris & Bronfenbrenner, 2006) as cited in (Fredricks, 2015) เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาพัฒนาการที่อธิบายการเกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ คำนึงถึงความสำคัญของปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ได้แก่ บุคคล กระบวนการ บริบทสภาพ

แวดล้อม และเวลา ส่งผลต่อการพัฒนาบุคคล พัฒนาการของบุคคลที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ในลักษณะเป็นระบบ แบ่งเป็น 4 ระบบ ได้แก่ ระบบเล็ก (Micro-system) ระบบกลาง (Meso-system) ระบบภายนอก (Exo-system) และระบบใหญ่ (Macrosystem) โดยระบบที่ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาองค์รวมของบุคคลมากที่สุดคือ ระบบเล็ก (micro-system) ได้แก่ หน่วยงาน/องค์กร ครอบครัว สถานที่ทำงาน เป็นต้น เมื่อพิจารณาสาระของทฤษฎี ประกอบกับบริบทการเรียนรู้พบว่า การขับเคลื่อน และความสัมพันธ์ในระบบดังกล่าวมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของบุคคลและส่งผลให้บุคคลเกิดความยึดมั่นผูกพันได้ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการเรียนรู้การสอน ที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของพนักงาน ได้แก่ การเรียนรู้ การสอนที่ทำทนาย มีความสำคัญกับชีวิตจริง สนับสนุนให้เกิดความสนใจใคร่รู้ สนับสนุนความมีอิสระ ส่งเสริมให้เกิดความรู้จำ และมีการประเมินค่า เป็นต้น และ 2) ปัจจัยความสัมพันธ์ทางสังคม พบว่าพนักงาน ที่มีความสัมพันธ์กับผู้ฝึกอบรมผู้อบรมหรือเพื่อนระดับสูง แสดงถึงระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูง

4.2 ความหมายของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

จากการค้นคว้างานวิจัยในอดีตพบว่ามีผู้ให้ความหมายของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ไว้ดังนี้ (Fredricks et al., 2004) ได้กล่าวว่า ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (behavioral engagement) เป็นความผูกพันซึ่งแสดงออก ด้วยการกระทำหรือพฤติกรรมต่าง อาทิ การกระทำตามข้อตกลงต่าง ๆ ความทุ่มเทกับการเรียนรู้และภารกิจทางการเรียนรู้ การเข้าร่วมกิจกรรม 2. ความผูกพันเชิงอารมณ์ (emotional engagement) หมายถึงปฏิกริยาทางอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในการเรียนรู้ 3. ความผูกพันเชิงการรู้คิด (cognitive engagement) หมายถึงการมีกลยุทธ์ในการเรียนรู้ ความผูกพันเชิงการรู้คิดจัดเป็นทุนทางจิตวิทยาในการเรียนรู้ เป็นความต้องการที่ทำการสิ่งต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น ชอบเรื่องที่ทำทนาย ความสามารถของตนเอง มุ่งแก้ปัญหาด้วยความยืดหยุ่น และมีการจัดการกับปัญหาเชิงบวกเมื่อเกิดความล้มเหลวสอดคล้องกับ (J. J. Appleton, Christenson, Kim, & Reschly, 2006) ได้กล่าวว่า ความผูกพันต่อการเรียน (academic) ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (behavioral) ความผูกพันเชิงการรู้คิด (cognitive) และความผูกพันทางจิตใจ (psychological) โดยความผูกพันต่อการเรียน (academic engagement) เป็นความผูกพันที่ถูกเพิ่มเข้ามาในภายหลังที่แสดงออกจากพฤติกรรมในการใช้เวลา ในภารกิจหนึ่ง ๆ สอดคล้องกับ (Fredricks et al., 2004) p. 62- 63, (Bloom, 1956) ได้กล่าวไว้ดังนี้ 1. การมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมที่มีความผูกพันมักจะสอดคล้องกับ

พฤติกรรมบรรทัดฐานเช่นการเข้าร่วมและการมีส่วนร่วม 2. การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ที่มีส่วนร่วมทางอารมณ์จะประสบกับปฏิกิริยาทางอารมณ์เช่นความสนใจ ความเพลิดเพลิน หรือความรู้สึกเป็นเจ้าของ 3. การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด ที่มีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด จะเป็นการลงทุนในการเรียนรู้ จะมีความพยายามเกินความต้องการและจะเพลิดเพลินทำท่าย สอดคล้องกับ (E. Skinner, Furrer, Marchand, & Kindermann, 2008) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางปัญญา ความคิด และอารมณ์ ยังสนับสนุนทิศทางเดียวกันของความสัมพันธ์ทางพฤติกรรมและอารมณ์สอดคล้องกับ (Fredricks et al., 2004) ได้กล่าวว่า การยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม เป็นการครอบคลุม ความรอบคอบและความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามที่จำเป็นในการทำความเข้าใจความคิดที่ซับซ้อนและ เชื่อมโยงกับการเรียนรู้เชิงลึกสอดคล้องกับ (Astleitner & Wiesner, 2004) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของผู้เรียนนั้นเกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นทางปัญญาความคิด (ความสนใจ) และทางอารมณ์ (แรงจูงใจ ความสนใจ ความอยากรู้) ซึ่งเป็นรากฐานสำหรับพฤติกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การเรียนรู้อย่างลึกซึ้งและยาวนาน

ตาราง 1 สังเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ	1. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม	2. ความผูกพันเชิงอารมณ์	3. ความผูกพันเชิงความคิด	4. ความผูกพันทางจิตใจ	5. ความผูกพันต่อการเรียน	รวม
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement)	Fredericks, Blumenfeld, and Paris (2004)	1. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (behavioral engagement) เป็นความผูกพันซึ่งแสดงออกด้วยการกระทำ หรือพฤติกรรมต่างๆ อาทิ การกระทำตามข้อตกลงต่างๆ ความทุ่มเทกับการเรียนรู้และ	/	/	/			3

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ	1. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม	2. ความผูกพันเชิงอารมณ์	3. ความผูกพันเชิงความคิด	4. ความผูกพันทางจิตใจ	5. ความผูกพันต่อการเรียน	รวม
		<p>ภารกิจทางการเรียนรู้ การเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ความผูกพันเชิงอารมณ์ (emotional engagement) หมายถึงปฏิกิริยาทางอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในการเรียนรู้</p> <p>3. ความผูกพันเชิงการรู้คิด (cognitive engagement) หมายถึงการมีกลยุทธ์ในการเรียนรู้ ความผูกพันเชิงความคิด จัดเป็นทุนทางจิตวิทยาในการเรียนรู้ เป็นความต้องการที่ทำการต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น ชอบเรื่องที่ทำ ทาย ความสามารถของตนเอง มุ่งแก้ปัญหาด้วยความยืดหยุ่น และมีการจัดการกับปัญหาเชิงบวก เมื่อเกิดความล้มเหลว</p>					4	
	Appleton et al (2006)	<p>ความผูกพันต่อการเรียน (academic) ความผูกพันเชิงพฤติกรรม (behavioral) ความผูกพันเชิงความคิด (cognitive)</p>	/	/	/	/	4	

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ	1. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม	2. ความผูกพันเชิงอารมณ์	3. ความผูกพันเชิงความคิด	4. ความผูกพันทางจิตใจ	5. ความผูกพันต่อการเรียน	รวม
		และ ความผูกพันทางจิตใจ (psychological) โดยความผูกพันต่อการเรียน (academic engagement) เป็นความผูกพันที่ ถูกเพิ่มเข้ามาในภายหลังที่ แสดงออกจากพฤติกรรมในการใช้เวลา ในภารกิจหนึ่ง ๆ						
	Paris (2004, 62- 63), Bloom (1956),	1. ความยึดมั่นผูกพันการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมที่มีความผูกพันมักจะสอดคล้องกับพฤติกรรม บรรทัดฐานเช่นการเข้าร่วมและการมีส่วนร่วม	/	/	/			3
		2. ความยึดมั่นผูกพันการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ที่มีส่วนร่วมทางอารมณ์จะประสพกับปฏิกริยาทางอารมณ์เช่นความสนใจ ความเพลิดเพลิน หรือความรู้สึกเป็นเจ้าของ						
		3. ความยึดมั่นผูกพันการมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด ความคิดที่มีส่วนร่วมทางปัญญา						

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ	1. ความผูกพันเชิงพฤติกรรม	2. ความผูกพันเชิงอารมณ์	3. ความผูกพันเชิงความคิด	4. ความผูกพันทางจิตใจ	5. ความผูกพันต่อการเรียน	รวม
		ความคิด จะเป็นการลงทุนในการเรียนรู้ จะพยายามไปเกินความต้องการและจะผลิตเพลีนทำ หาย.						
	Skinner et al. (2008)	การมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด และอารมณ์ ยังสนับสนุนทิศทางเดียวกันของความสัมพันธ์ทางพฤติกรรมและอารมณ์	/	/	/			3
	J. A. Fredricks, P. C. Blumenfeld and A. H. Paris, (2004)	ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม เป็นการครอบคลุม ความรอบคอบและความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามที่จำเป็นในการทำความเข้าใจความคิดที่ซับซ้อนและ เชื่อมโยงกับการเรียนรู้เชิงลึก	/	/	/			3
	Astleitner & Wiesner,	การมีส่วนร่วมของผู้เรียนนั้นเกี่ยวข้องกับ การมุ่งเน้นทาง	/	/	/			3

ตาราง 1 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ	1.ความผูกพันเชิงพฤติกรรม	2.ความผูกพันเชิงอารมณ์	3.ความผูกพันเชิงความคิด	4.ความผูกพันทางจิตใจ	5.ความผูกพันต่อการเรียน	รวม
	(2004)	ปัญญาความคิด (ความสนใจ) และทางอารมณ์(แรงจูงใจ ความสนใจ ความอยากรู้) ซึ่งเป็นรากฐานสำหรับพฤติกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การเรียนรู้อย่างลึกซึ้งและยาวนาน						
		รวม	6	5	6	1	1	19

บทบาทการสร้างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของผู้ฝึกอบรมมีดังนี้ (Crockett & Churches, 2017); (Gill & Thomson, 2017); (Abdulla, 2017); (Hildrew, 2018); (McCrudden & McNamara, 2017); (Smith & Firth, 2018).

1. สร้างความไว้วางใจ (trust) ให้เกิดกับพนักงาน
2. สร้างสัมพันธภาพที่ดีบนพื้นฐานของการยอมรับนับถือ
3. ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างความเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
4. ตีรั้งความสนใจเอาใจใส่ ติดตาม และประทับใจของพนักงาน
5. พึงพนักงานอย่างลึกซึ้ง ไม่ด่วนสรุป ไม่ด่วนตัดสิน ไม่ด่วนสวนกลับ

การเสริมสร้างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานเป็นภารกิจสำคัญของผู้อบรม เนื่องจากความยึดมั่นผูกพันเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานใช้กระบวนการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งคือพนักงานจะมีความสนใจ ใส่ใจ และกำกับติดตามการเรียนรู้

ของตนเอง เอาใจใส่ดูแลกระบวนการเรียนรู้ของตน อีกทั้งประเมินตนเองและปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจนบรรลุเป้าหมายทางการเรียนรู้

ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สรุปองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขาย ไว้ว่าเป็น การมีส่วนร่วมในการอบรม กิจกรรมการเรียนรู้ และเห็นความสำคัญของการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement) 2. ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement) 3. ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement)

4.3 องค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement) 2. ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement) 3. ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement)

4.3.1 ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement)

การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด สามารถกำหนดได้ว่าเป็น "ความพยายามทางจิตใจและกลยุทธ์การคิด" จึงอาจรวมถึงการใช้กลยุทธ์การเรียนรู้และการต่อสู้กับความท้าทาย การมีส่วนร่วมในการรับรู้เชิงลึกเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำอย่างละเอียด ในขณะที่การรับรู้เชิงตื้นเกี่ยวข้องกับการท่องจำและกลยุทธ์อื่นๆ ที่ดึงดูข้อมูลใหม่ในรูปแบบผิวเผินมากขึ้น

1. หลายคนได้ระบุว่า การมีส่วนร่วมกับความรู้ความเข้าใจเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการเรียนรู้โดยรวมของการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมทางความคิดที่มีประสิทธิภาพควรช่วยให้พนักงานสามารถเรียนรู้กับกระบวนการเรียนรู้เชิงสะท้อนเชิงลึกจึงตั้งอยู่ในงานแก้ปัญหาที่เป็นจริง

2. การแสดงการใช้ทรัพยากรและทักษะของผู้เข้ารับการอบรม ในความพยายามในการเรียนรู้และกระบวนการเรียนรู้สำหรับกิจกรรม / งานเดี่ยว อาจเพื่อประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวม

3. ความพยายามและพลังทางปัญญาความคิด ที่ผู้เข้ารับการอบรมทุ่มเทให้กับ การเรียนรู้วัตถุประสงค์ทางการศึกษา

4. ความเชื่อมโยงทางจิตใจของพนักงานกับสิ่งที่พวกเขากำลังเรียนรู้ นี่คือเวลาที่ผู้เข้ารับการอบรมคิดถึงการเรียนรู้และเชื่อมโยงกับความรู้ที่มีอยู่ มันเป็นโครงสร้างย่อยของพนักงานโดยรวมของการมีส่วนร่วม

5. กระบวนการภายในของพลังานความคิดและเต็มใจที่จะเข้าใจความคิด

6. การมีส่วนร่วมทางความรู้ความเข้าใจ หมายถึง การมีส่วนร่วมในงานที่ใช้ความพยายามอย่างความตั้งใจ และการใช้กลยุทธ์การลงทุนทางปัญญาความคิดในการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในอภิปัญญาความคิด และการเรียนรู้ด้วยตนเอง

7. ความพยายามในการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรม ได้รับการลงทุนเพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจและฝึกฝนความรู้และทักษะที่ตั้งใจไว้

ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement) เป็นการทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้ ผู้เข้ารับการอบรมจึงแสดงออกมาในแง่ของการพิจารณาไตร่ตรอง และความพร้อมที่จะทุ่มเทพยายามในการทำความเข้าใจแนวคิดที่สลับซับซ้อน และฝึกฝนทักษะที่ยากจนเกิดความชำนาญได้อย่างแท้จริงอ้างอิงจาก (Fredricks et al., 2004) และ (Pintrich, 2003), cognitive การมีส่วนร่วมคือการลงทุนในกิจกรรมหนึ่งๆ ในการประเมิน สอดคล้องกับ (Fredricks et al., 2004) และ (Pintrich, 2003) ได้กล่าวว่า เป็นการทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้ ผู้เข้ารับการอบรมจึงแสดงออกมาในแง่ของการพิจารณาไตร่ตรอง และความพร้อมที่จะทุ่มเทพยายามในการทำความเข้าใจแนวคิดที่สลับซับซ้อน และฝึกฝนทักษะที่ยากจนเกิดความชำนาญได้อย่างแท้จริง สอดคล้องกับ (Corno & Mandinach, 1983) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด ถูกกำหนดให้เป็นขอบเขตที่เต็มใจและสามารถทำงานการเรียนรู้ในมือได้ ซึ่งรวมถึงความพยายามที่เต็มใจทุ่มเทในการทำงาน สอดคล้องกับ (Sharan & Tan, 2008) ได้อธิบายว่าการมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด เกี่ยวข้องกับเป้าหมายสร้างแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ด้วยตนเอง หมายความว่า ทำอย่างไรในการเรียนรู้ที่มุ่งสร้างแรงจูงใจให้ตนเองสอดคล้องกับ (Christenson, Reschly, & Wylie, 2012) ได้กล่าวว่า การรับรู้ในการมีส่วนร่วมของเกี่ยวข้องกับความกระตือรือร้น การแก้ปัญหาที่ยืดหยุ่น อีสาระมีกลยุทธ์ในการเรียนรู้เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนรู้ที่แสดงถึงความพยายามในการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจและฝึกฝนความรู้และทักษะที่ตั้งใจไว้ สอดคล้องกับ (Robb, 2004) ได้กล่าวว่า มีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด ในกระบวนการเรียนรู้คิดอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับสิ่งใหม่นำเสนอข้อมูล และแยกแยะข้อเท็จจริงกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้เพื่อความสำเร็จพยายามในเรียนรู้ในกระบวนการเรียนรู้ สอดคล้องกับสอดคล้องกับ (Sesmiyanti, 2016) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด เป็นสิ่งสำคัญมากมีจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้สามารถจูงใจให้สนใจในกระบวนการเรียนรู้ ทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้ การทำงาน แยกแยะข้อเท็จจริง เข้าใจคิดอย่างมีประสิทธิภาพ

ตาราง 2 สัมพันธ์ระหว่างความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ						
			1. การคิดทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้	2. ความคิดพยายามที่เต็มใจทุ่มเทในการทำงาน	3. พยายามคิดในการทำความเข้าใจที่จะเรียนรู้	4. การคิดแยกแยะข้อเท็จจริง	5. การเรียนรู้ คิดอย่างลึกซึ้ง	รวม
ความยึดมั่น ผูกพันเชิง การรู้คิด (Cognitive engagement)	Fredricks (2004) & Pintrich (2003)	เป็นการทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้ซึ่งผู้เข้า รับการอบรมแสดงออกมาในแง่ของ การพิจารณาไตร่ตรองและความ พร้อมที่จะทุ่มเทพยายามในการทำ ความเข้าใจแนวคิดที่สลับซับซ้อน และฝึกฝนทักษะที่ยากจนเกิดความ ชำนาญได้อย่างแท้จริง	/	/				2
	Corno & Mandinach (1 983)	การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด ถูกกำหนดให้เป็นขอบเขตที่เต็มใจ และสามารถทำงาน การเรียนรู้ใน มือได้อย่างเข้าใจ ซึ่งรวมถึงความ พยายามที่เต็มใจทุ่มเทในการ ทำงาน		/				1
	Sharan & Than (2008)	อธิบายว่าการมีส่วนร่วมทางปัญญา ความคิด เกี่ยวข้องกับเป้าหมาย คิด สร้างแรงบันดาลใจและการเรียนรู้	/	/	/			3

ตาราง 2 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ	1. การคิดทบทวนเพื่อการเรียนรู้ 2. ความคิดพยายามที่เต็มใจทุ่มเทในการทำงาน 3. พยายามคิดดีในการทำความเข้าใจที่จะเรียนรู้ 4. การคิดแยกแยะข้อเท็จจริง 5. การเรียนรู้ คิดอย่างลึกซึ้ง	รวม
		ด้วยตนเอง หมายความว่า ทำ อย่างไรใน การเรียนรู้ พยายามในการทำความเข้าใจที่จะเรียนรู้ เพื่อที่จะมุ่งสร้าง แรงจูงใจให้ตนเอง		
	Christenson et al. (2012)	การรับรู้ในการมีส่วนร่วมของ เกี่ยวข้องกับ ความทุ่มเท คิด กระตือรือร้น การแก้ปัญหาที่ ยืดหยุ่น อีสระมีกลยุทธ์ในการ เรียนรู้เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีใน การเรียนรู้ นั้น แสดงถึงความ พยายามในการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจและฝึกฝนความรู้และทักษะที่ ตั้งใจไว้	/ / /	3
	Robb (2004)	มีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด ใน กระบวนการเรียนรู้คิดอย่างลึกซึ้ง เกี่ยวกับสิ่งใหม่นำเสนอข้อมูลและ	/ / /	3

ตาราง 2 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัดความ	1. การคิดทบทวนเพื่อการเรียนรู้	2. ความคิดพยายามที่เต็มใจทุ่มเทในการทำงาน	3. พยายามคิดดีในการทำความเข้าใจที่จะเรียนรู้	4. การคิดแยกแยะข้อเท็จจริง	5. การเรียนรู้ คิดอย่างลึกซึ้ง	รวม
		แยกแยะข้อเท็จจริงกำหนด เป้าหมายการเรียนรู้เพื่อ ความสำเร็จ พยายามในเรียนรู้ใน กระบวนการเรียนรู้						
	Sesmiyanti (2016)	การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด เป็นสิ่งสำคัญมาก มีจุดมุ่งหมายใน การเรียนรู้ สามารถจูงใจให้สนใจใน กระบวนการเรียนรู้ ทุ่มเทเพื่อการ เรียนรู้ การทำงานแยกแยะ ข้อเท็จจริง เข้าใจคิดอย่างมี ประสิทธิภาพ	/	/	/	/	3	
			2	2	5	3	3	15

สรุปได้ว่า ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด หมายถึง พนักงานเห็นถึงความสำคัญ
ของวิธีคิดและพฤติกรรมและวิธีการปฏิบัติเพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย การแสดงถึงความเข้าใจใน
เนื้อหาใช้ความรู้ที่ได้เรียนรู้ในการแก้ปัญหาในชีวิตจริงสามารถตั้งคำถามและตอบคำถามเชิง

เหตุผลเกี่ยวกับงาน จำแนกสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่จำเป็นในการทำงาน เชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับสถานการณ์จริง พยายามจดจำในสิ่งที่เรียนรู้ในการอบรม สามารถเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมกับตนเองในการเรียนรู้ สรุปแนวคิดหรือประเด็นสำคัญได้

4.3.2 ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement)

เป็นการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองของผู้เข้ารับการอบรมทั้งในเชิงบวกและลบที่มีต่อผู้อบรม เพื่อน การเรียนรู้การสอนที่อาจก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรและความพยายามทุ่มเทในการทำงาน จึงหมายรวมถึงการแสดงความรู้สึกของผู้เข้ารับการอบรมในห้องอบรม เช่น ความสนใจ ความเบื่อหน่าย ความสุข ความเศร้าเสียใจ และความวิตกกังวลของผู้เข้ารับการอบรม

1. การศึกษาอารมณ์เป็นพื้นฐานเพื่อให้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้มาก
2. การมีส่วนร่วมทางอารมณ์เกี่ยวข้องกับความสนใจ ความเบื่อ ความสุข ความวิตกกังวลและสภาวะอารมณ์อื่นๆ จึงปัจจัยใดๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานกับการเรียนรู้ ความพยายามอย่างต่อเนื่องในการเล่นเกมนั้น เช่นในบริบทของการเล่นเกม ความผูกพันทางอารมณ์ยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกเป็นเจ้าของและคุณค่า
3. เชื่อมโยงกับปฏิกิริยาเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้คนและโครงสร้างทางกายภาพที่ประกอบกันเป็นหน่วยงาน/องค์กร
4. การตอบสนองทางอารมณ์ของผู้เข้ารับการอบรม (เช่นทัศนคติ ความสัมพันธ์) ต่อผู้อื่นและเนื้อหาในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้
5. ความเชื่อของพนักงานว่า ความเชื่อมโยงส่วนบุคคล (ทั้งในเชิงบวก เชิงลบ) ได้รับข้อมูลจากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตีความและการปรากฏตัวทางสังคม

แนวคิดความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement) (Fredricks et al., 2004) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางอารมณ์คือปฏิกิริยาทางอารมณ์เชิงบวกโดยรวมต่อการเรียนรู้รวมถึงความเพลิดเพลินกระตือรือร้น สอดคล้องกับ (TyFrancis & Annette Franz & Kevin Watson, 2016) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำเสนอ วิสัยทัศน์หรือวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ (Upadyaya & Salmela-Aro, 2013); (Wang & Degol, 2014) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ทางพฤติกรรมและจิตใจ คือการมีส่วนร่วมทางอารมณ์กับองค์กร ซึ่งกำหนดเป็นความรู้สึก เชื่อมโยงและชื่นชอบองค์กรของพนักงาน สอดคล้องกับ (Bulger, Housner, & Lee, 2008) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางอารมณ์นั้นสัมพันธ์กับผลลัพธ์เชิงบวกสำหรับความสำเร็จของการเรียนรู้

รวมถึงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้สอดคล้องกับ (Connell, 1990); (Finn, 1989); (Connell & Wellborn, 1991); (Reeve, 2012) ได้กล่าวว่าความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการเรียน ได้แก่ ผู้สอน เพื่อนร่วมชั้น สถานศึกษา และยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกรักของผู้เรียน เช่น ความสนใจ ความสุขความอยากรู้ ความกระตือรือร้นในการเรียน และสอดคล้องกับ (Fredricks et al., 2004); (Osterman, 2000) ได้กล่าวว่าอารมณ์และการมีส่วนร่วมนั้นเชื่อมโยงถึงกันอย่างลึกซึ้ง ทุกจุดสัมผัสของประสบการณ์ของพนักงานสามารถกระตุ้นอารมณ์ได้ การตอบสนองทางอารมณ์ต่อองค์กร เพื่อนฝูง และผู้สอน

ตาราง 3 สันเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ			
			1. ปฏิริยาทางอารมณ์เชิงบวกโดยรวมต่อการเรียนรู้		
			2. สิ่งสำคัญในการนำเสนอวิสัยทัศน์		
			3. เป็นความรู้สึกเชื่อมโยงและชื่นชมขององค์กร		
			4. สัมพันธ์อารมณ์เชิงบวกกับความสำเร็จของการเรียนรู้		
			5. ความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น		
			6. ความกระตือรือร้นในการเรียน		
					รวม
แนวคิดความ ยึดมั่นผูกพัน เชิงอารมณ์ (Emotional engagement)	Fredricks et al., (2004)	การมีส่วนร่วม ทางอารมณ์ คือ ปฏิริยาทาง อารมณ์เชิงบวก โดยรวมต่อการ เรียนรู้รวมถึง ความเพลิดเพลิน	/	/	2

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ
		<p style="text-align: center;">การมีส่วนร่วม ทางอารมณ์กับ องค์กร ซึ่ง กำหนดเป็น ความรู้สึกลึก เชื่อมโยงและชื่น ชอบองค์กรของ พนักงาน</p>
Bulger et al., (2008).	การมีส่วนร่วม ทางอารมณ์นั้น สัมพันธ์กับ ผลลัพธ์เชิงบวก สำหรับ ความสำเร็จของ การเรียนรู้ รวมถึง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปฏิริยาทางอารมณ์เชิงบวกโดยรวมต่อการเรียนรู้ 2. สิ่งสำคัญในการนำเสนอวิธีทัศน์ 3. เป็นความรู้สึกลึกเชื่อมโยงและชื่นชอบองค์กร 4. สัมพันธ์อารมณ์เชิงบวกกับความสำเร็จของการเรียนรู้ 5. ความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น 6. ความกระตือรือร้นในการเรียน <p style="text-align: right;">รวม</p>
		/ / 2

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ
		<p>1. ปฏิริยาทางอารมณ์เชิงบวกโดยรวมต่อการเรียนรู้</p> <p>2. สิ่งสำคัญในการนำเสนอวิธีทัศน์</p> <p>3. เป็นความรู้สึกเชื่อมโยงและชื่นชมของค้กร</p> <p>4. สัมพันธ์อารมณ์เชิงบวกกับความสำเร็จของการเรียนรู้</p> <p>5. ความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น</p> <p>6. ความกระตือรือร้นในการเรียน</p> <p>รวม</p>
		ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้
	(Connell, 1990; Finn, 1989)	ความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ที่เกี่ยวข้องกับการเรียน ได้แก่ ผู้สอน เพื่อนร่วมชั้น สถานศึกษา และยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้เรียน เช่น ความสนใจ ความสุขความอยากรู้ ความ
	(Connell & Wellborn, 1991)	
	(Reeve, 2012)	
		/ / 2

ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ	1. ปฏิริยาทางอารมณ์เชิงบวกโดยรวมต่อการเรียนรู้	2. สิ่งสำคัญในการนำเสนอวิธีทัศน์	3. เป็นความรู้สึกเชื่อมโยงและชื่นชอบองค์กร	4. สัมพันธ์อารมณ์เชิงบวกกับความสำเร็จของการเรียนรู้	5. ความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	6. ความกระตือรือร้นในการเรียน	รวม
		กระตือรือร้นในการเรียน							
	(Fredricks et al., 2004 ; Osterman, 2000)	อารมณ์และการมีส่วนร่วมที่เชื่อมโยงถึงกันอย่างลึกซึ้ง ทุกจุดสัมผัสของประสบการณ์ของพนักงานสามารถกระตุ้นอารมณ์ได้ การตอบสนองทางอารมณ์ต่อองค์กร เพื่อนฝูง และผู้สอน			/	/	/		3
		รวม	2	1	2	1	3	4	13

สรุปได้ว่า ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ หมายถึง พนักงานเห็นถึงความสำคัญ ของความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ภายในองค์กร ความสุขเวลาอยู่ที่องค์กร มีรู้สึกว่าการทำงานหรือเพื่อนร่วมงาน สนับสนุนในด้านการเรียนรู้ สนใจกิจกรรมต่างๆ สามารถแสดงความรู้สึกทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบ ต่อผู้อื่น

4.3.3 ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement)

เป็นการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการอบรมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้า สังกศ และการทำงานกิจกรรมนอกหลักสูตร (Fredricks et al., 2004): 60-65; (Fredricks, 2011):2

1. การมีส่วนร่วมในงานวิชาการและการเรียนรู้
2. พฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรมที่แสดงถึงสัมพันธ์กับความพยายามของผู้เข้า รับการอบรมที่มีต่อการเรียนรู้และกระบวนการเรียนรู้สำหรับกิจกรรม / งานเดี่ยว สำหรับ ประสิทธิภาพการเรียนรู้โดยรวม
3. การมีส่วนร่วมตามพฤติกรรมเป็นสิ่งที่เราสังเกตได้ เพื่ออนุมานถึงความ พากเพียรความพยายามความเอาใจใส่ และการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการอบรม
4. เชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วม ทั้งการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมวิชาการและ นอกหลักสูตร
5. การกระทำทางกายภาพของพนักงานที่แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมใน เนื้อหา สามารถวัดได้โดยดูจากการมีส่วนร่วมในหลักสูตร การพูดคุยสนทนาการถึงหลักสูตร เป็น โครงสร้างย่อยของพนักงานโดยรวมของการมีส่วนร่วม

ความยึดมั่นผูกพันจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการเรียนรู้เนื่องจากเป็นส่วน หนึ่งของกระบวนการสร้างความเข้มแข็งทางการเรียนรู้ของพนักงาน และถือเป็นแหล่งของความ กระตือรือร้นที่ช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวและเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด ความทำ ทายต่างๆ และความล้มเหลวทางการเรียนรู้ได้ (Ellen A Skinner & Pitzer, 2012): 22 จึงหาก พนักงานขาดความยึดมั่นผูกพันก็จะทำให้พนักงานขาดความสนใจในการเรียนรู้ (Niemi, 2007) ความผูกพันตามพฤติกรรม ลักษณะสำคัญของการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมคือการมีส่วนร่วม (Fredricks et al., 2004) บทสนทนาระหว่างวิทยากรผู้อบรมกับพนักงาน ทำหน้าที่เป็นตัววัด พฤติกรรมมีส่วนร่วมของพนักงาน (Fredricks, 2011) ได้กล่าวว่าเป็นการมีส่วนร่วมของผู้เข้า รับการอบรมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังศ และการทำงานกิจกรรมนอกหลักสูตร เป็น

ต้น พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในด้านวิชาการ กิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมนอกหลักสูตร สอดคล้องกับ (Connell, 1990); (Finn, 1989) ได้กล่าวว่า ความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม (Behavioral Engagement) เป็นการที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการเรียน สอดคล้องกับ (Li & Lerner, 2013) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมถือว่ามีผลดีต่อการมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด และอารมณ์ของผู้เรียน นอกจากนี้ นักวิจัยคนอื่นๆ ยังได้แย้งว่า แง่มุมหลายมิติของการมีส่วนร่วมของมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงถึงกัน สอดคล้องกับ (Cooper, 2014) ได้กล่าวว่ปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนและผู้สอนมีความสำคัญเป็นความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและเป็นบวก เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมทางการเรียนรู้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ (Larson, 2011); (Goldin, Epstein, Schorr, & Warner, 2011); (Wilhelm & Novak, 2011) ได้กล่าวว่า การเลือกกิจกรรมการเรียนรู้และโครงสร้างของกิจกรรม มีอิทธิพลอย่างมากต่อการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมของการเรียนรู้ในห้องเรียน สอดคล้องกับ (Renninger & Bachrach, 2015) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมการมีส่วนร่วม มีความเต็มใจ คือการคัดเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกิจกรรมที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง สอดคล้องกับ (Martin, 2009) ได้กล่าวว่า การพัฒนาตัวบ่งชี้ที่สะท้อนถึงความยึดมั่นผูกพัน ด้านพฤติกรรมของ ได้แก่ การจัดการเกี่ยวกับการเรียน

ตาราง 4 สังเคราะห์ความหมายหรือคำจำกัดความของความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม
(Behavioral engagement)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัย อ้างอิง	คำจำกัด ความ	1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม	2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม	3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้	4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง	5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้	6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง	รวม
ความยึดมั่น ผูกพันเชิง พฤติกรรม (Behavioral engagement)	Fredricks, et al, (2011)	เป็นการมี ส่วนร่วมของ ผู้เข้ารับการ อบรมใน ความสัมพันธ์ ทางการ เรียนรู้ การ เข้าสังคม และการร่วม กิจกรรมนอก หลักสูตร เป็น ต้น	/	/					2

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ		รวม
		พฤติกรรม การมีส่วนร่วมของในด้านวิชาการ กิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมนอกหลักสูตร	1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม 2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม 3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้ 4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง 5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้ 6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง	
Connell, 1990;	ความยึดมั่น		/ /	2
Finn, (1989)	ผูกพันด้านพฤติกรรม (Behavioral Engagement) เป็นการที่ผู้เรียน			

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อตัว แปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ
	มีส่วนร่วมใน กิจกรรมที่ เกี่ยวข้องกับการ เรียน	1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม 2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม 3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้ 4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง 5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้ 6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง รวม
Li and Lerner (2013)	การมีส่วนร่วม ทางพฤติกรรม ถือว่ามึผลดีต่อ การมีส่วนร่วม ทางปัญญา ความคิด และ อารมณ์ของ ผู้เรียน นอกจาก นี้ นักวิจัยคน	/ / 2

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ
อื่นๆ ยังโต้แย้งว่า แง่มุมหลายมิติ ของการมีส่วนร่วม ร่วมของมี ความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงถึง กัน	Cooper, 2014;	ปฏิสัมพันธ์ของ ผู้เรียนและผู้สอน มีความสำคัญ เป็น ความสัมพันธ์ที่
		1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม 2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม 3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้ 4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง 5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้ 6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง รวม
		รวม

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อตัวแปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ	1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม	2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม	3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้	4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง	5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้	6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง	รวม
		แข็งแกร่งและ เป็นบวก เป็นสิ่ง สำคัญสำหรับ การเพิ่มการมี ส่วนร่วมทาง พฤติกรรม ทางการเรียนรู้							
	Larson, (2011; Rossmann, Schorr, & Warner, (2011; Wilhelm	บทบาทในการ เป็นครู การเลือก กิจกรรมการ เรียนรู้ และ	/			/		/	3

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อตัว แปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ							
			1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม	2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม	3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้	4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง	5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้	6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง	รวม
& Novak, (2011)	โครงสร้างของ กิจกรรม มี อิทธิพลอย่าง มากต่อการมี ส่วนร่วมทาง พฤติกรรมของ นักเรียนใน ห้องเรียน								
Renninger & Bachrach, (2015)	พฤติกรรมการมี ส่วนร่วม มีความ เต็มใจ คือการคัดเลือก		/	/		/		3	

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อตัว แปร	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ	1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม	2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม	3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้	4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง	5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้	6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง	รวม
		เนื้อหาหรือ ประเภทของ กิจกรรมที่มี ความน่าสนใจ ด้วยตนเอง							
Martin et al, (2009)	การพัฒนาตัว บ่งชี้ที่สะท้อนถึง ความยึดมั่น ผูกพัน ด้าน พฤติกรรมของ ได้แก่ การจัดการ เกี่ยวกับการ						/	/	2

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อตัว	งานวิจัยอ้างอิง	คำจำกัดความ						
แปร			1. การมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม					
			2. การร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร การมีกิจกรรมทางสังคม					
			3. ปฏิสัมพันธ์เพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมในการเรียนรู้					
			4. มีความเต็มใจการคัดเลือกเนื้อหาที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง					
			5. การจัดการตนเองเกี่ยวกับการเรียนรู้					
			6. การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเภทของกิจกรรมด้วยตนเอง					
			รวม					
		เรียน						
		รวม	5	3	2	2	1	3
		รวม						16

สรุปความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม หมายถึง พนักงานมีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม แสดงออกถึงการเข้าสังคม และการร่วมกิจกรรมพยายามและเอาใจใส่ในการเรียน การมีนิสัยพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้อบรม เพื่อสร้างการเรียนรู้ มีส่วนร่วมในการสนทนางานที่ทำเสร็จ คัดเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง

4.4 การวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

มีงานวิจัยในอดีตที่ได้ศึกษาโครงสร้างมาตรวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ไว้หลายประเภท ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นฐานในการวิจัย

และมีองค์ประกอบย่อยที่จำนวนแตกต่างกัน โดยแบบวัดที่ผู้วิจัยมุ่งเน้นได้เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ จึงพิจารณาแบบวัดที่ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแรงจูงใจกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ที่ถูกพัฒนาโดย (Martin, 2009) Motivation and Engagement Scale (MES) ซึ่งได้พัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดของแรงจูงใจและความยึดมั่นผูกพัน โดยศึกษาความยึดมั่นผูกพันในด้านของการรู้คิด และด้านพฤติกรรม โดยแบ่งออกเป็นแบบ ปรับตัวได้ (Adaptive) และปรับตัวไม่ได้ (Mal-adaptive) โดยในงานวิจัยดังกล่าวได้มีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันทั้งในระดับการศึกษา ประเภทของสถานศึกษา โดยแบบวัด MES นั้นประกอบด้วย 11 องค์ประกอบย่อย ที่แสดงถึงความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด และความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม โดยตัวอย่างของตัวบ่งชี้ที่สะท้อนความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด เช่น ความเชื่อในตนเอง (Self-belief) คุณค่าของโรงเรียน (Valuing school) ส่วนความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม เช่น ความสนใจในการเรียนรู้ (Learning focus) ความมุ่งมั่นในการเรียน (Persistence) การวางแผน (Planning) และการจัดการเกี่ยวกับการเรียน (Study management)

ซึ่งในงานวิจัยนี้จะประยุกต์การใช้แบบวัด Motivation and Engagement Scale (MES) ที่ถูกพัฒนาโดย (Martin, 2009) โดยประยุกต์ชุดคำถามให้สอดคล้องกับบริบทของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยแบ่งระดับพฤติกรรมออกเป็น 7 ระดับ จากตรงที่สุดจนถึงตรงน้อยที่สุด ตัวอย่างคำถามเช่น

- 1) ท่านแสดงความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน
- 2) ท่านรู้สึกสนใจกิจกรรมต่างๆ ในการอบรม
- 3) ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ภายในองค์กร
- 4) ท่านมีความพยายามและเอาใจใส่ในการเรียน

ซึ่งข้อคำถามจะสอดคล้องกับองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ในแต่ละด้าน

4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

(Sagayadevan & Jeyaraj, 2012) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีปฏิสัมพันธ์ผู้เข้ารับการอบรมมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ผลลัพธ์ทางวิชาการ (เช่นผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรม การเรียนรู้) ในกลุ่มตัวอย่าง 140 คน เป็นนักศึกษาสาขาจิตวิทยาในระดับปริญญาตรี พบว่าบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้สอนจะมีความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับผู้สอน นอกจากนี้ในขณะที่มีความยึดมั่นผูกพันด้าน

อารมณ์ที่แยจะส่งผลให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนผู้เข้ารับการอบรม ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ที่ต่ำ พบว่า บางส่วนของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เข้ารับการอบรมส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรม ผลการวิจัยในปัจจุบันเน้นความสำคัญของการมีความยึดมั่นผูกพันทางอารมณ์เพื่อการเสริมสร้างผลการเรียนรู้แก่ผู้เข้ารับการอบรม

(Reeve, Jang, Carrell, Jeon, & Barch, 2004) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษา ประสิทธิภาพของโปรแกรมการอบรมที่ส่งเสริมความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาในแง่ของการ สนับสนุนความมีอิสระ ที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ผลจากการวิจัยพบว่าผู้ฝึกอบรม ที่มีพฤติกรรมการสอนที่ส่งเสริมให้เกิดความมีอิสระนั้น ส่งผลต่อระดับความยึดมั่นผูกพันในการ เรียนรู้ที่สูงขึ้นของผู้เข้าอบรม

(Saville, Zinn, & Elliott, 2005) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการสอน แบบการสอนร่วมกัน (Inter-teaching) ที่มีผลต่อแรงจูงใจและความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่าผู้เข้ารับการอบรมในกลุ่มที่ได้รับการเรียนแบบสอนร่วมกันนั้นทำคะแนนได้ดีกว่า กลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปได้ว่าความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขาย หมายถึง การมีส่วนร่วม ในการอบรม กิจกรรมการเรียนรู้ และเห็นความสำคัญของการเรียนรู้ ของพนักงานขาย ซึ่ง ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement) 2. ความ ยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement) 3. ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement)

5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

5.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานขาย

การบริหารงานขาย หมายถึง การตัดสินใจที่มีปัจจัยและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่นผู้บริหารจึงการขายจะต้องเป็นไปตามแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร โดยการใช้การที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารพนักงานรวม ไปถึงการจัดการที่เกี่ยวข้องประสบการณ์ทางการตลาดตลอดจนการจัดสถานการณ์และ สภาพแวดล้อมอำนวยความสะดวกดำเนินการของธุรกิจ (ชัยสุรัตน์, 2537)

การบริหารงานขาย หมายถึง แนวทางกลยุทธ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการขายตั้งแต่ การจัดการเหตุการณ์การคัดเลือกพนักงาน และการพัฒนาพนักงาน การให้ค่าตอบแทน การสร้าง แรงจูงใจในการวิเคราะห์และการประเมินการแจ้งผลการดำเนินงานการให้คำปรึกษาเพื่อให้การ ทำงานเกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด (สุวคนธ์, 2544)

การบริหารงานการขายหมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดการซื้อขาย การแสดงความเป็นเจ้าของในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการขายของบริษัทตามที่กำหนดไว้ (ชัยสนิท, 2544)

การบริหารงานขาย หมายถึง การจัดการทรัพยากรทุกชนิดในหน่วยงานขาย โดยมุ่งเน้นไปที่จัดการที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขายที่ทำหน้าที่ในการขายสินค้า การให้บริการที่ดูแลลูกค้าเพื่อให้การ ทำงานของพนักงานขายมีประสิทธิภาพบรรลุวัตถุประสงค์ของฝ่ายขายของธุรกิจ (บุญทานนท์, 2542)

จากคำจำกัดความที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการบริหารงานขาย หมายถึง การที่ผู้บริหารการขายต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยจะกลยุทธ์การพัฒนาพนักงานขายรวมถึงการจัดการเกี่ยวกับการสอนประสบการณ์การตลาด

1. เพื่อสร้างองค์การขายโดยรวมทั้งหมด หมายความว่า การบริหารการขายนั้น จะต้องมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาพนักงานขายในตำแหน่งต่าง ๆ ในระดับที่แตกต่างกันเพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์การดำเนินการทางการตลาดที่มีทิศทางเดียวกัน

2. เพื่อให้พนักงานขายระดับต่าง ๆ นำไปปฏิบัติพนักงานทุกระดับในองค์การที่ปฏิบัติงานจะสามารถบรรลุเป้าหมายหลุมลึกจะประสบความสำเร็จหรือไม่จะต้องมีการตั้งเป้าหมายของการทำงานแต่ละระดับ รวมไปถึงวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาด

กระบวนการบริหารงานขาย

กระบวนการบริหารงานขายเป็นกิจกรรมที่ผู้ที่มีหน้าที่ขายจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการตามลำดับ ก่อน-หลังโดยทั่วไปกระบวนการบริหารงานขายมีดังนี้ (ชัยสุรัตน์, 2537)

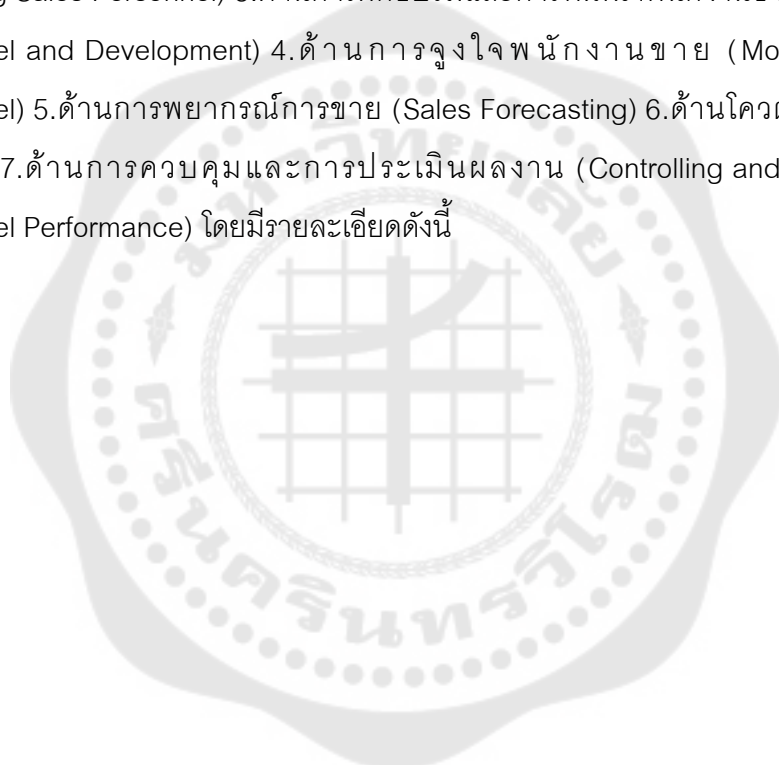
1. องค์กรจะต้องกำหนดกลยุทธ์การขายและแผนการปฏิบัติงาน ผู้จัดการขายต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย การฝึกอบรมพนักงานขาย การจูงใจ การจ่ายค่าตอบแทน ตลอดจนการจัดการเกี่ยวกับการปฏิบัติงานภาคสนามของพนักงานขาย

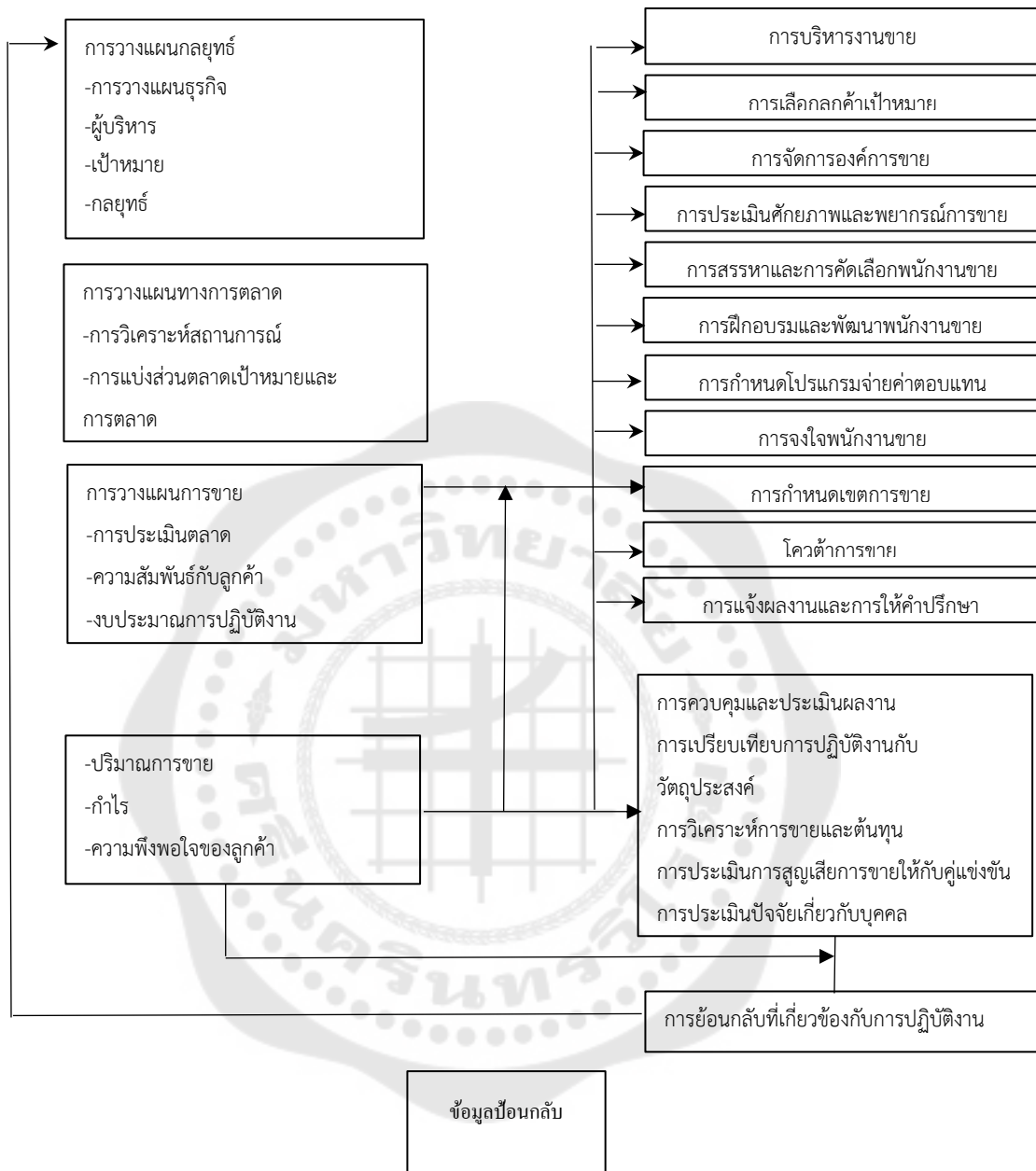
2. กระบวนการบริหารงานขาย จะต้องทำงานร่วมกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานขาย โดยการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้า เทคนิคการเสนอขาย รวมถึงจรรยาบรรณของพนักงานขาย

3. ความสำเร็จของการขายจะขึ้นอยู่กับ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า ทำให้เกิดการสั่งซื้อ การซื้อซ้ำ การบริการหลังการขายทำให้องค์กรได้กำไรตามวัตถุประสงค์และได้ลูกค้าประจำตามมา

4. ในกระบวนการขาย ผลที่ได้รับออกมาคือได้รับคำสั่งซื้อ (ขายได้) ยกเลิกคำสั่งซื้อ ฯลฯ

5. ในกระบวนการขายจะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และข้อมูลย้อนกลับ เช่น คำแนะนำของผู้บริหารระดับสูงขึ้นไปเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานต่อไป การบริหารงานขาย ทั้งนี้การบริหารงานขายมีองค์ประกอบ สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่ใช้เป็นตัววัดการบริหารงานขายจำนวน 7 ด้าน จึงประกอบด้วย 1.ด้านการจัดการองค์การขาย (Managing Sales Organization) 2.ด้านการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย (Recruiting and Selecting Sales Personnel) 3.ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานขาย (Training Sales Personnel and Development) 4.ด้านการจูงใจพนักงานขาย (Motivating the Sales Personnel) 5.ด้านการพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting) 6.ด้านโควตาการขาย (Sales Quotas) 7.ด้านการควบคุมและการประเมินผลงาน (Controlling and Evaluating Sales Personnel Performance) โดยมีรายละเอียดดังนี้





ภาพประกอบ 2 กระบวนการบริหารงานขาย

1. **ด้านการจัดการองค์การการขาย (Managing Sales Organization)** องค์การการขาย หมายถึง สถาบัน กลุ่มคน มีหน้าที่ต้องปฏิบัติงานร่วมกัน มีกรรมวิธีในการจัดองค์การ มีแบบแผนในการจัดวางตำแหน่งของงาน มีการแบ่งงานระหว่างสมาชิกในองค์การเพื่อให้การดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ ในสถานะที่ธุรกิจต้องแข่งขันทางการค้าสูง

เผชิญการกีดกันทางการค้าอย่างรุนแรง เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคของโลก ทำให้โครงสร้างองค์กรดังกล่าวอาจเป็นอุปสรรคในการแข่งขันทางการค้า อาทิ การแบ่งงานกันทำออกไปโดยไม่มีสิ้นสุด อาจทำให้คุณค่าของงานที่ถูกแบ่งแยกออกไปด้อยค่าลง พนักงานเกิดความเบื่อหน่าย ประสิทธิภาพการทำงานลดลง เป็นต้น จึงมีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริหารองค์กรที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อให้สถานประกอบองค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ (สุวรรณ, 2541) องค์กรขายสามารถใช้เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารช่วยให้งานในองค์กรดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะองค์กรได้กำหนดลักษณะงานและผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน องค์กรจะได้แน่ใจว่างานนั้น ๆ ได้ดำเนินการไปแล้วได้ผลเป็นอย่างไรเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนและทุ่มงานอย่างเต็มที่ การจะช่วยลดความสูญเปล่าความยุ่งยากในการทำงาน ต้องพยายามให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันมากที่สุดและช่วยประหยัดเวลาของฝ่ายบริหาร (ชัยสุรัตน์, 2537)

1.1 กระบวนการจัดองค์กรขาย (1) ขั้นตอนการจัดองค์กรขาย 1.การกำหนดรายละเอียดของงาน เพราะงานทุกงานจะมีรายละเอียดของงานว่ามีงานอะไรบ้าง งานแต่ละอย่างมีวิธีทำอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายขององค์กร 2.การแบ่งงานนั้นออกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ภารกิจที่แต่ละคนจะทำได้ต้องมีหลักการและถูกต้อง 3.เป็นกลไกเพื่อประสานการดำเนินงานของสมาชิกในองค์กรให้ทำงาน ร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อความสุขของสมาชิกและความสำเร็จของงาน

1.2 ลักษณะที่ดีขององค์กร (1) มีความชัดเจนในเรื่องของลักษณะของงาน วิธีการทำงานและผู้รับผิดชอบ (2) ประหยัด – ประหยัดคนประหยัดเวลาในการควบคุมถ้าสามารถให้ พนักงานรู้จักปกครองตนเองและมีแรงจูงใจในตัวได้จะดีมาก (3) มีทิศทางในการทำงาน โครงสร้างขององค์กรควรมุ่งผลงานมากกว่าเช่น ทุกคนในองค์กรต้องตอบได้ว่าผลงานที่ต้องการคืออะไรคุณภาพปริมาณเป็นอย่างไร คือการทำงาน ต้องมีทิศทางไปสู่ความสำเร็จของงานนั้น ๆ (4) พนักงานทุกคนจะต้องเข้าใจและปฏิบัติภารกิจของตนเองได้ รวมถึงภารกิจที่ต้องทำร่วมกันกับสมาชิกในองค์กร (5) การตัดสินใจทุกคนต้องทราบว่ามีหน้าที่ความรับผิดชอบเรื่องอะไรขอบเขตความรับผิดชอบมากน้อยเพียงใดเพื่อให้การตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ ถูกต้อง (6) มีหลักการแน่นอนแต่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปได้ตามสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกขณะนั้น ๆ (7) มีความมั่นคง คือสามารถสร้างผู้นำในองค์กรนั้นขึ้นมาทำงานได้อย่างสง่างามบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

1.3 วัตถุประสงค์ขององค์การขาย (1) การตอบสนองของความต้องการทางการตลาด หน้าที่หลักขององค์การ สำคัญ คือ ผู้บริหารการขายต้องประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด เช่น ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนไป ลูกค้าซื้อสินค้าตามสมัยนิยมมากขึ้นและใช้วิธีการซื้อผ่านเครื่องมือสื่อสาร เช่น ทางบัตรเครดิต ทางอินเทอร์เน็ต ฉะนั้นผู้บริหารต้องปรับตัวสินค้า ปรับวิธีการขายสินค้าให้สอดคล้องกับตลาด (2) การจัดกิจกรรม มีประสิทธิภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์การขายจัดขึ้น เช่น จัดให้กับลูกค้าโดยการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ กิจกรรมที่จัดให้พนักงานขาย เพื่อสร้างขวัญกำลังใจ เพื่อทำยอดขายให้บรรลุเป้าหมาย จะต้องทำให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นผลสำเร็จในการปฏิบัติการกิจประจำ จะต้องมีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ (3) การกำหนดช่องทางการติดต่อสื่อสารในองค์การ จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผู้ขายวัตถุดิบ พนักงาน รวมถึงผู้ถือหุ้น ฉะนั้นข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์การ มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การจะต้องแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ

1.4 รูปแบบขององค์การขาย รูปแบบขององค์การขายสามารถจัดตั้งได้หลายวิธี แต่ละวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์การนั้นๆ รูปแบบที่ใช้กันโดยทั่วไปมีดังนี้

(1) องค์การขายโดยตรง การจัดองค์การขายแบบนี้เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุด โดยเฉพะอย่างยิ่งสำหรับบริษัทขนาดเล็กจึงจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียงไม่กี่ชนิด และมีตลาดไม่กว้างขวางนัก สายการบังคับบัญชามีสายตรงจากผู้จัดการขาย ผู้ช่วยต่าง ๆ ไปตามลำดับ จนถึงพนักงานขาย ไม่มีผู้ให้คำแนะนำปรึกษา พนักงานแต่ละคนจะรายงานตรงต่อผู้บังคับบัญชาที่ เหนือกว่าเพียงคนเดียว หัวหน้าฝ่ายบริหารจะทำหน้าที่วางแผนกำหนดนโยบายในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ตลอดจนการควบคุมบังคับบัญชาเอง

(2) องค์การขายโดยตรงและโดยตำแหน่ง เมื่อธุรกิจขยายตัว ฝ่ายบริหารทางการตลาดก็เริ่มเล็งเห็นถึงความจำเป็น ต้องมีผู้ให้คำปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในด้านต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การวิจัยตลาด การวิเคราะห์การขาย การออกแบบผลิตภัณฑ์

(3) องค์การขายตามหน้าที่งาน ในการจัดองค์การขายตามหน้าที่จะต้องพิจารณาถึงภาระหน้าที่ ที่จะมอบหมายให้ทำฝ่ายบริหารมีความเชี่ยวชาญพิเศษเฉพาะด้านจะมีอำนาจหน้าที่ตามสายงาน เกี่ยวกับกิจกรรมของตนโดยมีอำนาจสั่งงานแก่พนักงานขายได้

(4) การแบ่งส่วนงานขององค์การขาย

ก. การแบ่งส่วนงานตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป็นวิธีที่นิยมใช้กันกว้างขวางที่สุด โดยเฉพาะสำหรับบริษัทขนาดใหญ่ที่ทำการขายไปทั่วประเทศ และมีลูกค้าจึงมีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งปัญหาในการขายก็แตกต่างกัน

ข. การแบ่งกันตามแต่ละท้องถิ่นการแบ่งขายแบบนี้ จะแบ่งอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของฝ่ายขายออกไปให้แก่ผู้จัดการขายประจำภาค ผู้จัดการขายประจำส่วนหรือเขต และผู้จัดการขายประจำสาขา จึงทำให้การขายสามารถครอบคลุมตลาดได้ทั่วถึงตลอดจนควบคุมพนักงานขายได้ดียิ่งขึ้น

ค. การแบ่งส่วนงานตามประเภทของผลิตภัณฑ์ การแบ่งความรับผิดชอบและกิจกรรมภายในฝ่ายขายตามประเภทของผลิตภัณฑ์ กลุ่มของผลิตภัณฑ์เหมาะแก่บริษัทที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หลายประเภทและเข้าสู่ตลาดแต่ละแห่งสินค้าต่างชนิดกัน แต่การที่ต้องมีผู้บริหารและพนักงานขายหลายกลุ่ม จึงต่างดำเนินการขายผลิตภัณฑ์ในความรับผิดชอบของตนเท่านั้น

ง. การแบ่งส่วนงานตามประเภทของลูกค้า ช่องทางการจำหน่ายการแบ่งส่วนงานแบบนี้เหมาะกับบริษัทที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งคล้ายกันให้กับลูกค้าต่างประเภทกัน มีลักษณะแตกต่างกันและปัญหาในการขายก็แตกต่างกันบริษัทจึงต้องจัดพนักงานขายเป็นหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มรับผิดชอบทำการขายให้กับลูกค้าแต่ละประเภทไป ทำให้มีความชำนาญในการใช้ความพยายามขายและการเข้าถึงลูกค้าประเภทนั้น ๆ

2. ด้านการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย (Recruiting and Selecting Sales Personnel) การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญ จะทำให้ทั้งขายโฆษณาประสบความสำเร็จ การที่องค์กรคัดเลือกพนักงานที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลต่อผลลัพธ์ที่สำเร็จของบริษัทจากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของพนักงานชั้นเลิศมี 4 ประการ คือ แรงจูงใจภายใน วินัยในการทำงาน ความสามารถในการปิดการขาย และความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสรรหาพนักงานนั้น ผู้สรรหาจำเป็นต้องพิจารณาจากหลายประการ โดยวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์และการทดลองงาน อีกทั้งยังมีการวิเคราะห์จากแบบทดสอบ จะวัดประเมินความถนัดด้านการขายทักษะ การวิเคราะห์และมนุษยสัมพันธ์ อุบนิสัยเป็นต้น การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขายเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด เป็นกระบวนการและมีขั้นตอนต่าง ๆ จะต้องดำเนินการต่อเนื่อง ตั้งแต่ต้นจนจบ แต่ละขั้นตอนจะมีเทคนิคต่าง ๆ จะแนะนำได้ แต่การนำเทคนิคที่แนะนำให้ไปใช้ได้ผลนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ทรัพยากรองค์การและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของผู้บริหารงานขาย (ชัยสุรัตน์, 2537)

สรุปได้ว่าการบริหารงานขาย หมายถึง การที่พนักงานขายต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยพนักงานขายระดับต่าง ๆ นำไปดำเนินการทางการตลาดในทิศทางเดียวกัน และเพื่อให้พนักงานทุกระดับในองค์กรที่ปฏิบัติงานสามารถบรรลุเป้าหมาย จะประสบความสำเร็จหรือไม่จะต้องมีการตั้งเป้าหมายของการทำงานแต่ละระดับ

5.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

การฝึกอบรมการขายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่องค์กรต้องมี เพราะเป็นการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทคู่แข่ง สินค้า เทคนิคการขายและทัศนคติต่อสังคม การฝึกอบรม การขายต้องกำหนดงบประมาณในการฝึกอบรมและผลลัพธ์ จะได้จากการฝึกอบรมมีการประเมินผล การฝึกอบรมโดยการพิจารณาจากการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานขาย ปริมาณการขาย การขาดงาน อัตราคำสั่งซื้อ คำติเตียนและคำชมจากลูกค้า จำนวนลูกค้าใหม่เป็นต้น (Babakus, Yavas, Karatepe, & Avci, 2003) พบว่าการผูกพันของผู้บริหารกับคุณภาพการบริการ มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การฝึกอบรมพนักงาน รางวัลและการเสริมแรงให้กับพนักงาน นอกจากนี้ยังพบว่าการผูกพันของผู้บริหารกับคุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความพึงพอใจของพนักงานและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่งของผู้จัดการขายคือการฝึกอบรมพนักงานขาย ซึ่งมีความสำคัญต่อพนักงานขายเป็นอย่างมาก พนักงานขายที่ได้รับการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยเสริมความรู้ และทักษะในการทำงานและมีความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (ชัยสุรัตน์, 2537)

การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานขาย หมายถึงการฝึกทักษะความรู้และความสามารถในการขายเพื่อให้พนักงานขายรู้จักข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้าลูกค้าคู่แข่งชั้นวิธีการขาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

ความสำคัญของการอบรมและพัฒนา

(1) เพื่อความอยู่รอดขององค์กรเอง เพราะปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันระหว่างองค์กรรุนแรงมาก การฝึกอบรมจะช่วยให้องค์กรเข้มแข็งและช่วยให้บุคลากรมีประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น

(2) เพื่อให้องค์กรเจริญเติบโต มีการขยายการผลิตการขายและการขยายงานด้านต่างๆ ออกไปในกรณีนี้จำเป็นต้องสร้างบุคคลที่มีความสามารถเพื่อที่จะรองรับงานเหล่านั้น

(3) เมื่อรับบุคลากรใหม่ จำเป็นต้องให้เขารู้จักองค์การเป็นอย่างดีในทุก ๆ ด้าน และต้องฝึกอบรมให้รู้วิธีทำงานขององค์การแม้จะมีประสบการณ์มาจากที่อื่นแล้วก็ตาม เพราะสภาพการทำงานในแต่ละองค์การย่อมแตกต่างกัน

(4) ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าไปรวดเร็วมาก จึงจำเป็นต้องฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ทันสมัยเสมอถ้าบุคลากรมีความคิดล้าหลังองค์การก็จะล้าหลังตามไป

(5) เมื่อบุคลากรทำงานมาเป็นเวลานาน จะทำให้เฉื่อยชาเบื่อหน่ายไม่กระตือรือร้น การฝึกอบรมจะช่วยกระตุ้นให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

(6) เพื่อเตรียมบุคลากรสำหรับรับตำแหน่งใหม่ที่สูงขึ้น โยกย้ายงาน แทนคนที่ลาออกไป

ประโยชน์ของการอบรมและพัฒนา

การฝึกอบรมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การ เพราะการฝึกอบรมช่วยพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้การดำเนินงานขององค์การเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คุณค่าของการฝึกอบรมสรุปเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

(1) ช่วยให้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้มากขึ้น โดยจะเวลาน้อยลงเนื่องจากวิทยากรส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเป็นอย่างดีในเรื่องที่ให้การฝึกอบรม

(2) ช่วยให้มีผลผลิตมีคุณภาพสูงขึ้น เนื่องจากการฝึกอบรมแต่ละครั้ง จะมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนและสอดคล้องกับงานที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องปฏิบัติ การที่บุคลากรเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จำเป็นต่อการทำงาน จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้เป็นอย่างดี

(3) ช่วยให้ผู้บุคลากรได้พัฒนาตนเอง ทำให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถมากขึ้น ช่วยให้ผู้บุคลากรเห็นคุณค่าของตนเอง ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานก็เห็นคุณค่าของบุคลากร จึงเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน

(4) ตอบสนองความต้องการด้านแรงงานของหน่วยงานได้เป็นอย่างดี การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในสังคมเป็นไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบไปยังผลผลิตทางการศึกษา ทำให้ผู้สำเร็จการศึกษาบางส่วนว่างงานเนื่องจากสิ่งที่ศึกษาไม่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน และในขณะที่เดียวกันหน่วยงานบางแห่งก็ไม่สามารถหาผู้ที่มีคุณสมบัติตรง ตามที่หน่วยงานต้องการ บางหน่วยงานจึงรับสมัครบุคลากรโดยกำหนดคุณสมบัติไว้กว้าง ๆ เมื่อได้บุคคลที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่กำหนดแล้ว ก่อนจะปฏิบัติงานจริงจะต้องผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับงานที่จะปฏิบัติ

(5) ช่วยให้ผู้บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่องานองค์กรและเพื่อนร่วมงาน กระบวนการฝึกอบรมจะช่วยให้บุคลากรเกิดความรู้ความเข้าใจถูกต้องเกี่ยวกับงานที่ทำ ช่วยให้เกิดความรักสามัคคีในหน่วยงานช่วยลดความเครียดในการทำงานทำให้บุคลากรมีสุขภาพจิตที่ดี

ประเภทของการอบรมและพัฒนา

(1) การฝึกอบรมก่อนประจำการ (Pre-Service Training)

ก. การปฐมนิเทศ การฝึกอบรมก่อนประจำการในลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจใน ถูกต้องเกี่ยวกับกับงานที่จะทำ ทั้งในด้านนโยบายและหน้าที่ของหน่วย ขอบข่ายของงานที่จะต้องรับผิดชอบ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ สิทธิประโยชน์ ความก้าวหน้าในอาชีพและเพื่อเสริมสร้างความสามัคคีในกลุ่มบุคลากร จึงจะช่วยให้บุคลากรเกิดความรู้สึกที่ดีต่องาน หน่วยงานและเพื่อนร่วมงาน สำหรับงาน มีความซับซ้อน อาจเป็นงานใหม่ จึงบุคลากรจะต้องมีทักษะในการปฏิบัติหน้าที่อย่างแท้จริง มิฉะนั้นจะเกิดผลเสียต่อหน่วยงานได้ การปฐมนิเทศเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ควรมีการฝึกอบรมในลักษณะแนะนำงาน

ข. การแนะนำงาน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีวิธีการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน การฝึกอบรมก่อนประจำการจึงเป็นสิ่งจำเป็น การแนะนำงานใหม่ที่บุคลากรจะต้องปฏิบัติจะช่วยให้บุคลากรเกิดความรู้สึกที่ดีต่องานที่ทำและต่อเพื่อนร่วมงาน ทั้งจะช่วยให้รู้จักวิธีที่ถูกต้องในการทำงาน การฝึกอบรมลักษณะนี้อาจใช้เวลามากน้อยต่างกันแล้วแต่ลักษณะงานที่จะต้องทำ สิ่งที่ควบคู่กับการแนะนำงานก็คือการปฐมนิเทศ

(2) การอบรมระหว่างประจำการ (In - Service Training)

ก. การฝึกอบรมขณะปฏิบัติหน้าที่ (On - The - Job Training) เป็นการฝึกอบรมพร้อมๆ กับการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมได้ทดลองปฏิบัติงานในหน้าที่ โดยมีหัวหน้างานคอยดูแลให้คำปรึกษาแนะนำอย่างใกล้ชิด ถ้ามีปัญหาสามารถสอบถามจากหัวหน้างานได้ การฝึกอบรมประเภทนี้จึงช่วยให้ผู้รับการฝึกอบรมสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข. การฝึกอบรมนอกรงาน (Off-The-Job Training) เป็นวิธีการฝึกอบรมโดยการแนะนำ อาจสอนงานทั่วไป โดยให้ผู้เข้ารับการอบรมละจากงานไปชั่วคราว เพื่อรับการฝึกอบรมอย่างเต็มที่ ไม่ต้องกังวลเรื่องภาระในงานหน้าที่ที่ปฏิบัติอยู่ การฝึกอบรมอาจจัดได้หลายรูปแบบ เช่นการสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ การเปิดหลักสูตรระยะสั้น ฯลฯ เป็นต้น ทั้งนี้เนื้อหาของหลักสูตร ฝึกอบรมอาจเป็นการเสริมความรู้เพื่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดีขึ้น อาจเป็นเนื้อหาความรู้ที่เตรียมไว้เพื่อการปฏิบัติงานในอนาคตของผู้เข้ารับการฝึกอบรมก็ได้

จากที่ได้กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า กระบวนการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ ทักษะ อาจความชำนาญตลอดจน ประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

6. กรอบแนวคิดการโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

จากการศึกษาในข้างต้นเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ตามหลักของทฤษฎีการกำหนดตนเอง ที่กล่าวถึงการที่สิ่งแวดล้อมและสังคมส่งผลต่อการสนับสนุนให้บุคคลมีความพึงพอใจในความต้องการพื้นฐาน อันได้แก่ ต้องการมีอิสระ ต้องการมีความสามารถ และการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Ryan & Deci, 2000) as cited in (McLachlan & Hagger, 2010): 1204 - 1205 ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและพัฒนาโปรแกรมเพื่อส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ตามทฤษฎีดังกล่าวที่อธิบายถึงการที่แต่ละบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยา โดยได้รับการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมที่ส่งผลดีต่อผู้เรียนโดยการใช้แรงจูงใจภายใน (Hollembek & Amorose, 2005); (Ntoumanis, 2005); (Wentzel, 1999) as cited in (Maulana, Helms-Lorenz, Imdiyanti, & van de Grift, 2016) และระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้น (Ellen A Skinner & Belmont, 1993) ด้วยการประยุกต์การใช้การวางเป้าหมาย (Goal-setting theory of motivation) (Locke & Latham, 1990) เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดแรงจูงใจที่จะเพิ่มพฤติกรรมการทำงาน เพื่อไปสู่เป้าหมายของตนเองที่ได้กำหนดเอาไว้ และได้รับการตอบสนองต่อความต้องการทางจิตวิทยาที่ได้กล่าวไปในข้างต้น

6.1 การออกแบบโปรแกรมแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research)

ในการออกแบบโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) แบบ 1 กลุ่มวัดผลก่อนและหลังการทดลอง (One-group Pretest-Posttest design) ซึ่งสามารถอ้างอิงได้จาก (Fitz-Gibbon & Morris, 1987) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ในการศึกษาในสถานการณ์ที่มีการจัดกระทำกับตัวแปรอิสระ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ อาจจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มุ่ง

หาคำตอบของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ ที่มีตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรจัดกระทำ แล้วส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม มีการวัดค่าทางสถิติ แล้วนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาโปรแกรม

โดยในงานวิจัยนี้ได้ทำตามระเบียบวิธีของ (Fitz-Gibbon & Morris, 1987) ในการระบุปัญหาการวิจัยในข้างต้น และได้ทำการพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อค้นคว้าหาองค์ประกอบของตัวแปรในงานวิจัย จากนั้นมีการการพัฒนาโปรแกรมตามแนวคิดของ Self-System Model of Motivational Development (SSMMD) ที่ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้นั้น ว่าเป็นปัจจัยอันสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อระดับแรงจูงใจในการเรียนรู้ ผู้อบรมมีส่วนในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ ซึ่งจะเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เข้าอบรม และนำไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้นได้ ทฤษฎี SSMMD ดังกล่าวนี้อยู่ภายใต้ทฤษฎี Self-Determination Theory (SDT) เมื่อได้ทำการพัฒนาโปรแกรมแล้ว นำไปใช้กับกลุ่มทดลอง จากนั้นทำการประเมินผลที่ได้จากโปรแกรม และนำผลวิจัยที่ได้ไปเผยแพร่ ซึ่งกระบวนการในการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิด Quai-experimental research design ที่กล่าวไปในข้างต้น

6.2 การสนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาในการฝึกอบรม

จากทฤษฎีการกำหนดตัวเอง และแนวคิด Self-System Model of Motivational Development (SSMMD) ที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ได้อ้างอิงถึงความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาของบุคคล โดยสังคมและสภาพแวดล้อมมีส่วนช่วยให้ แต่ละบุคคลเกิดความต้องการมีอิสระ ความต้องการมีความสามารถ และ ความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งจะส่งผลให้บุคคลเหล่านั้นเกิดการกระทำอย่างมุ่งมั่นตั้งใจ (Deci et al., 1991) ในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม จึงมีการจัดการฝึกอบรมที่ช่วยสนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาของผู้เข้าอบรม (Niemiec & Ryan, 2009) ผ่านการตั้งเป้าหมาย อันจะส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันของผู้เข้าอบรม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาโปรแกรมเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยการคำนึงถึงความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา โดยการเสริมแรงจูงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย ซึ่งผู้ฝึกอบรมจะใช้การปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้ารับการอบรม เพื่อสนับสนุนให้เกิดความต้องการมีอิสระ ความต้องการมีความสามารถ และการสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น

1) การสนับสนุนความมีอิสระ

เป็นการที่ผู้ฝึกอบรมนั้นให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมตัดสินใจในพฤติกรรมของตนเอง (Assor, Kaplan, & Roth, 2002) ซึ่งเป็นสิ่งที่สนับสนุนพฤติกรรมหรือการกระทำ และ

ความรู้สึกที่มีต่อการกระทำนั้นๆ โดยออกมาจากตัวของผู้เข้ารับการอบรมเอง (Deci & Ryan, 1987) as cited in (Reeve & Jang, 2006): 209 และการสนับสนุนความมีอิสระ ยังสามารถเชื่อมโยงถึงการสนับสนุนให้ผู้เรียนไปให้ถึงเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งอาจมุ่งเน้นไปที่เป้าหมายการเรียนรู้ โดยผู้อบรมสามารถเสนอทางเลือก (Choices) และกิจกรรมต่างๆ ที่นำมาใช้ในการเรียนรู้ ทั้งนี้ผู้อบรมจะต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้เรียนและไม่ใช้การควบคุม (Jang, Reeve, & Deci, 2010); Reeve (Reeve et al., 2004); (Ellen A Skinner & Belmont, 1993) ตัวอย่างเช่น การให้ความสนใจต่อผู้เข้าอบรม รวมทั้งให้คุณค่ากับผู้เข้าอบรมด้วยการถามถึงสิ่งที่ผู้เข้าอบรมต้องการ เช่น การถามถึงการวางแผนการขาย การให้ผู้เข้าอบรมได้ทดลองแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง (Reeve & Jang, 2006): 210 เมื่อผู้เข้าอบรมมีความรู้สึกว่าได้รับการสนับสนุนความมีอิสระ ผู้เข้าอบรมมีแนวโน้มที่จะใส่ใจและให้ความสำคัญกับภาระหน้าที่ และมีความรู้สึกในทางบวก (Grolnick, Ryan, & Deci, 1991); (Grolnick & Ryan, 1989) อันจะส่งผลให้ผู้เรียนมีความยึดมั่นผูกพันด้านการรู้คิดและด้านพฤติกรรมที่สูงขึ้น (Connell, 1990); (Deci et al., 1991); (Deci, Ryan, & Williams, 1996) (Grolnick, Deci, & Ryan, 1997); (Ryan, 1993) as cited in (Hospel & Galand, 2016)

2) การสนับสนุนด้านความสามารถ

การสนับสนุนด้านความสามารถนั้นมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างผู้สอน (Structure) เป็นอย่างมาก ตามงานวิจัยของ (Grolnick & Ryan, 1989) as cited in (Sierens, Vansteenkiste, Goossens, Soenens, & Dochy, 2009): 59 ซึ่งเกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้อีกด้วย (Tucker et al., 2002) โครงสร้างผู้สอนนั้นมีความเกี่ยวข้องกับความชัดเจนของข้อมูลให้ผู้ฝึกอบรมมีให้กับผู้เข้าฝึกอบรม ด้วยวิธีการที่ทำให้ผู้เข้าฝึกอบรมตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ฝึกอบรม เพื่อให้เกิดความประสบความสำเร็จในการเรียน (Jang et al., 2010); (Ellen A Skinner & Belmont, 1993) as cited in (Hospel & Galand, 2016)

ดังนั้นผู้ฝึกอบรมควรมีการสื่อสารที่แจ้งถึงความคาดหวังในการฝึกอบรม จัดให้มีการท้าทายความสามารถหรือการแข่งขันในระดับที่พอเหมาะ และให้ผลสะท้อนกลับแก่ผู้เข้ารับการอบรม (Reeve & Jang, 2006): 231-232 ; (Vansteenkiste et al., 2012) ผลสะท้อนกลับนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ ผู้ฝึกอบรมใช้ในการแสดงความเชื่อมั่นในความสามารถของผู้เข้าอบรม ว่าได้ทำกิจกรรมในการฝึกอบรมได้สำเร็จตามกำหนด (Connell, 1990); (Reeve et al., 2004) และยังมีวิธีการอื่นๆ เช่น การกระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมฝึกอบรม การยกตัวอย่างเพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เห็นภาพที่ชัดเจน การให้คำแนะนำในลักษณะที่ทำให้ผู้เข้าอบรมนั้นรู้สึกว่ามี

ความสามารถที่จะทำได้สำเร็จตามที่ผู้อบรมคาดหวัง (Reeve & Jang, 2006): 231-232 ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เข้าอบรมได้รับความรู้และสามารถมุ่งไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จได้ (Ellen A Skinner & Belmont, 1993) โดยมีงานวิจัยของ (Jang et al., 2010) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างผู้สอนกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ พบว่าผู้ฝึกอบรมที่มีการจัดการโครงสร้างที่ดีนั้นส่งผลให้ผู้เข้ารับการอบรมเพิ่มความยึดมั่นในการเรียนรู้ได้

3) การสนับสนุนด้านความสัมพันธ์

ในองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ นั้น ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์เป็นสิ่งสำคัญต่อผู้เข้าอบรม เนื่องจากทำหน้าที่ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์นั้นเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฝึกอบรมและผู้เข้ารับการอบรม กับผลลัพธ์ของการเข้าอบรม (Sagayadevan & Jeyaraj, 2012) as cited in (Ulmanen, Soini, Pietarinen, & Pyhältö, 2016): 87 ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์นั้นเชื่อมโยงกับการเป็นส่วนหนึ่งของการอบรม และรวมไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฝึกอบรมและผู้เข้ารับการอบรม และผู้เข้ารับการอบรมกับผู้เข้ารับการอบรมคนอื่นๆ (Finn, 1989); (Goodenow, 1993) as cited in (Ulmanen et al., 2016): 87 และยังมีความสัมพันธ์กับการที่ผู้เข้ารับการอบรมได้รับการยอมรับ การสนับสนุนจากผู้ฝึกอบรม หรือจากผู้เข้ารับการอบรมคนอื่นๆ (Goodenow, 1993) as cited in (Ulmanen et al., 2016): 87 จึงกล่าวได้ว่าผู้เข้ารับการอบรมที่มีส่วนร่วมในการฝึกอบรมหรือมีความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ จะรู้สึกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม (Ulmanen et al., 2016): 86 ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวหรือการเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้น มีความสัมพันธ์กับความพยายามในการเรียน ความตั้งใจ และ ความใส่ใจในกิจกรรมการเรียนรู้ (Furrer & Skinner, 2003); (Li, Lerner, & Lerner, 2010); (Li & Lerner, 2013) as cited in (Ulmanen et al., 2016): 86 รวมไปถึงความสุขที่ได้เกิดการเรียนรู้อีกด้วย (Ulmanen et al., 2016): 86b

ผู้ฝึกอบรมที่ทำการสนับสนุนความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นให้กับผู้เข้ารับการอบรมนั้น มีส่วนช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รู้สึกถึงการเชื่อมต่อกับบุคคลอื่นทางสังคม และทำให้เกิดการตอบสนองด้านอารมณ์ในการมีส่วนร่วมในการอบรม การสร้างแรงจูงใจภายใน และความเชื่อมั่นในความสามารถของผู้เรียน (Sparks et al., 2016): 72 นอกจากนี้การสนับสนุนทางอารมณ์ยังช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความรู้สึกที่เป็นส่วนหนึ่งในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฝึกอบรมกับผู้เข้ารับการอบรม ตัวอย่างเช่น การที่ผู้ฝึกอบรมสนใจใส่ใจต่อพัฒนาการของผู้เข้ารับการอบรม ทำความเข้าใจในทรรคนะของผู้เข้ารับการอบรม และการให้ความยุติธรรมแก่ผู้เข้ารับการ

การอบรม (Hoffman, Richmond, Morrow, & Salomone, 2002); (Lee, 2012); (Pakarinen et al., 2010); (Roeser, Midgley, & Urdan, 1996) as cited in (Ulmanen et al., 2016): 87

6.3 การอบรมที่สนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา

1) การอบรมที่สนับสนุนความมีอิสระ

ในงานวิจัยของ (Reeve et al., 2004); (Reeve, 2011); (O'Donnell, Reeve, & Smith, 2011), (Reeve, 2016) นั้น ได้แสดงถึงลักษณะของการอบรมที่ผู้อบรมช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดความมีอิสระ ดังต่อไปนี้

1.1 ผู้อบรมทำความเข้าใจตามมุมมองของผู้เข้าอบรม สิ่งแรกๆ ที่ช่วยให้ผู้เข้าอบรมเกิดความอิสระนั้น ผู้อบรมต้องทำความเข้าใจมุมมองของผู้เข้าอบรมก่อน เพื่อให้ผู้เข้าอบรมนั้นสามารถจัดการอบรม รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าอบรม สามารถเริ่มต้นด้วยการชวนสนทนาผู้เข้าอบรม กระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมให้ข้อมูลกับผู้อบรม หรือผู้อบรมอาจประเมินการอบรมด้วยการให้ผู้เข้าอบรมแสดงความคิดเห็น เพื่อแสดงความรู้สึกที่มีต่อการอบรมนั้น

1.2 ผู้อบรมเอาใจใส่ต่อสิ่งที่เสริมแรงจิตใจของผู้เข้าอบรม โดยผู้อบรมที่เอาใจใส่ต่อการส่งเสริมแรงใจของผู้เข้าอบรมนั้น จะสามารถจัดแนวทางการอบรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าอบรม อันจะทำให้ผู้เข้าอบรมรู้สึกสนุก และท้าทายความสามารถในการอบรม ตัวอย่างเช่น ผู้อบรมเปิดการอบรมด้วยการตั้งคำถามต่อผู้เข้าอบรมที่ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และน่าสนใจ จัดการอบรมที่มีการท้าทายความสามารถที่เหมาะสมต่อผู้เข้าอบรม เช่นการตั้งถามต่อผู้เข้าอบรม แล้วให้ผู้เข้าอบรมตอบ

1.3 ผู้อบรมจัดให้มีการอธิบายเพื่อให้ผู้อบรมเข้าใจถึงเหตุผลของเรื่องที่อบรม การอธิบายให้ผู้เข้าอบรมได้เข้าใจถึงเหตุผลหรือวัตถุประสงค์นั้น เป็นแนวทางการสื่อสารเพื่อให้ผู้อบรมเห็นประโยชน์ของการอบรม และจะทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดแรงใจที่จะร่วมกิจกรรมในการอบรมนั้นๆ

1.4 ผู้อบรมใช้การสื่อสารที่ทำให้ผู้เข้าอบรมไม่รู้สึกถูกควบคุม ไม่เป็นทางการ มีความยืดหยุ่น เช่น คุณจะมีวิธีแก้เรื่องนี้แบบไหน ทั้งนี้การอบรมอาจเริ่มจากการให้ผู้เข้าอบรมแบ่งกลุ่มย่อย เพื่อทำการอภิปราย และกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็น เป็นวิธีการอบรมที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมเกิดการวิเคราะห์ และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าอบรมและผู้อบรมอีกด้วย

1.5 ผู้อบรมแสดงให้เห็นถึงความอดทนเพื่อให้ผู้เข้าอบรมใช้เวลาในการเรียนรู้ บางครั้งผู้เข้าอบรมอาจต้องเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ หรือเรื่องที่ซับซ้อน หรือไม่คุ้นเคย หรือกิจกรรมเรียนรู้ที่มีการทดสอบ ผู้ฝึกอบรมควรแสดงความอดทนและเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้จัดการสิ่งต่างๆ ด้วยตัวเอง ดำเนินการตามแนวความคิดอบรมที่สนับสนุนความเป็นอิสระ เช่น ให้ออกกำลังกายให้คำแนะนำที่เหมาะสมกับผู้เข้าอบรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจ ตกผลึก และสามารถสะท้อนความคิดได้

1.6 ผู้อบรมแสดงการยอมรับในการแสดงออกของผู้เข้าอบรมในด้านลบ ในบางครั้งกิจกรรม เรื่องการอบรมอาจไม่เป็นไปตามความต้องการของผู้เข้าอบรม ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดอารมณ์ทางลบ ผู้ฝึกอบรมต้องยอมรับความรู้สึกดังกล่าวของผู้เข้าอบรม และสื่อสารด้วยความเข้าใจ ยอมรับในความขัดแย้ง หรือการแสดงออกของผู้เข้าอบรมที่ไม่สนใจในกิจกรรมที่กำลังดำเนินอยู่ พร้อมทั้งรับฟังข้อมูลจากผู้เข้าอบรมเพื่อแก้ไขปัญหา

2) การอบรมที่สนับสนุนด้านความสามารถและด้านความสัมพันธ์

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสอนร่วมกัน (Inter-teaching) เป็นเทคนิคการอบรมที่เป็นการจัดการด้านโครงสร้าง อันประกอบด้วย การเตรียมความพร้อมในการเรียน การอภิปรายกับเพื่อนที่เข้าอบรมด้วยกัน การส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม การได้รับ feedback จากผู้ฝึกอบรม และการประเมินตนเองในการเรียนรู้ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นกระบวนการที่เพิ่มระดับการมีส่วนร่วมในการอบรมโดยการเน้นบทบาทของผู้เข้าอบรมผ่านกระบวนการเรียนรู้

การสอนร่วมกันนั้น เป็นลักษณะการอบรมที่สร้างบรรยากาศการเรียนรู้แบบร่วมมือ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิด Cooperative learning environment ของ (Scoboria & Pascual-Leone, 2009) ซึ่งอาศัยการเสริมแรงทางสังคมจากผู้ฝึกอบรมและเพื่อนผู้เข้าร่วมอบรม ซึ่งการสอนร่วมกันนี้มีส่วนในการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ รวมทั้งการเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ฝึกอบรมและผู้เข้ารับการอบรม อีกทั้งยังก่อให้เกิดการให้ feedback ที่มีประโยชน์ต่อการเรียนรู้ ตามงานวิจัยของ (Scoboria & Pascual-Leone, 2009) ผู้ฝึกอบรมนั้นเป็นผู้วางโครงสร้างและแนะนำถึงการเรียนรู้ และเป็นบุคคลสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการอภิปรายในการอบรมระหว่างเพื่อนผู้เข้าอบรมอีกด้วย ซึ่งการใช้เทคนิคนี้จะส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมเกิดผลการเรียนรู้ที่ดีขึ้น (Querol, Rosales, & Soldner, 2015)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) เป็นอีกหนึ่งแนวทางการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้ฝึกอบรมช่วยสนับสนุนการทำงานร่วมกันในการอบรม อีกทั้งยังสนับสนุนให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้เข้ารับการอบรมกับเนื้อหา

ผ่านการเรียนรู้และการคิดวิเคราะห์ ทั้งนี้ผู้เข้ารับการอบรมจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวด้วยการเห็นคุณค่าในการลงมือปฏิบัติเอง (Petty, 2004) ผู้ฝึกอบรมอาจใช้วิธีการในการแบ่งกลุ่ม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแต่ละกลุ่ม และช่วยกันในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ผู้ฝึกอบรมได้จัดเตรียมไว้ในกิจกรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องนั้นๆ

6.4 แนวคิดการอบรมด้วยจิตวิทยาเชิงบวก (Positive thinking)

มีการศึกษาอีกรูปแบบหนึ่งที่มุ่งพัฒนาผู้เข้าอบรมไม่เพียงแค่เฉพาะผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเท่านั้น แต่ยังมุ่งปลูกฝังความสุข และเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีให้กับผู้เรียนอีกด้วย เรียกว่า การศึกษาทางบวก (Seligman, Ernst, Gillham, Reivich, & Linkins, 2009) แนวทางนี้ให้ความสำคัญกับอารมณ์ จิตใจ สิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อการเรียนรู้ ทำให้ผู้เข้าอบรมมีความสุข สนุกเรียนรู้เรื่อง นำไปใช้ได้ ทำให้มีแรงจูงใจในการเรียนรู้ อยากเรียนด้วยตัวเอง และเรียนรู้ต่อเนื่อง นอกจากนี้ช่วยให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจจากภายใน มีความสุขในการเรียนรู้ มีความผูกพันกันกับเพื่อน ผู้ฝึกอบรมและการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์ดีต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับการอบรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ได้กล่าวถึงก่อนหน้านี้

6.5 ทฤษฎีปัญญาสังคม (Social cognitive theory)

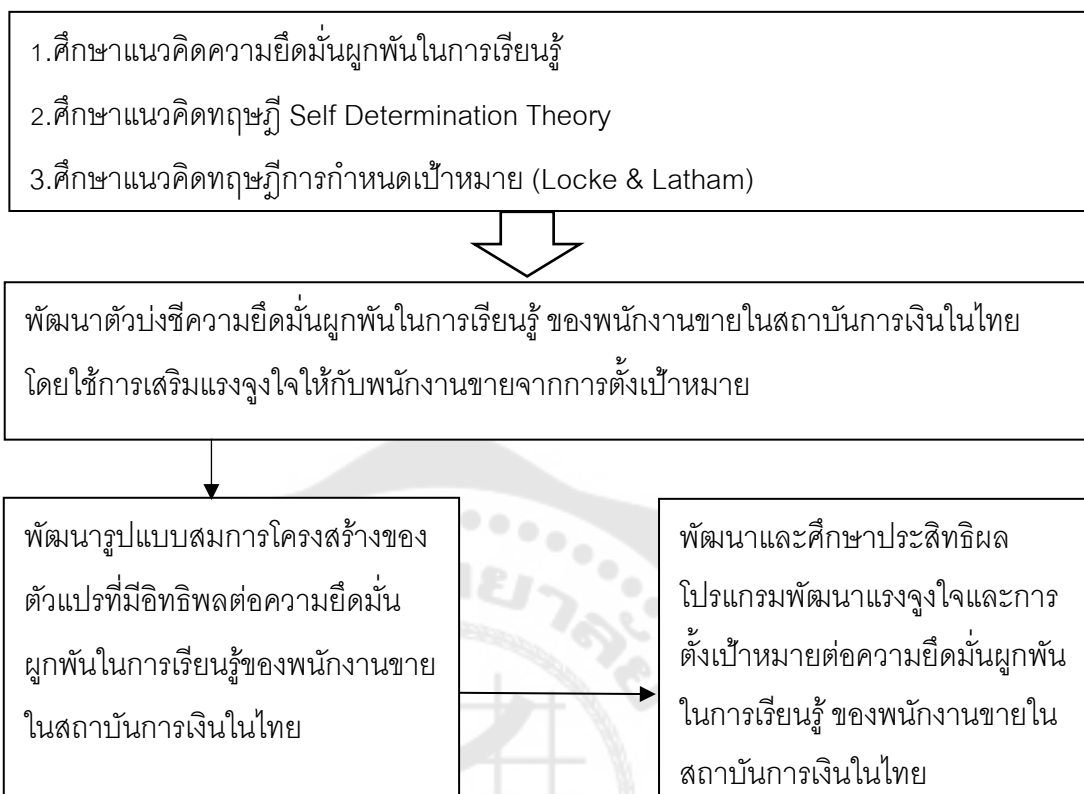
เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีพัฒนาการของวิกทอทสกี ซึ่งถือว่าผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น (ผู้ใหญ่หรือเพื่อน) ในขณะที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรืองาน ในสถานะสังคม (Social Context) ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญและขาดไม่ได้ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทำให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจเดิมให้ถูกต้องหรือซับซ้อนกว้างขวางขึ้น ความคิดพื้นฐานของทฤษฎีปัญญาสังคม 1. ผู้เรียนสร้างความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้ด้วยตนเอง 2. การเรียนรู้สิ่งใหม่ขึ้นกับความรู้เดิมและความเข้าใจที่มีอยู่ในปัจจุบัน 3. การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีความสำคัญต่อการเรียนรู้ 4. การจัดสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่คล้ายคลึงกับชีวิตจริง ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย

ตัวอย่างการเรียนรู้จากทฤษฎีปัญญาสังคม เช่นการเรียนรู้โดยการสังเกต หรือการเลียนแบบ (Observational Learning หรือ Modeling) ซึ่งกล่าวว่า คนเรานั้นมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบข้าง และการเรียนรู้จะเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ดังกล่าว ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าผู้เข้าอบรมและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกัน โดยพฤติกรรมของคนเรานั้นจะเป็นการเรียนรู้จากการสังเกต หรือการเลียนแบบจากตัวต้นแบบ ดังนั้นการจัดอบรมให้มีการนำเสนอตัวต้นแบบที่

เหมาะสม จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมดังเช่นตัวต้นแบบ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีข้างต้น

6.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยมีความสัมพันธ์กันเพื่อให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์จึงได้ศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยก่อน ว่าตัวแปรใดบ้างที่บ่งชี้และควรจะนำมาพัฒนาโปรแกรม ตัวแปรใดที่ไม่เกี่ยวข้องควรตัดออกเพื่อให้โปรแกรมมีความสมบูรณ์มากที่สุด และทำการตรวจสอบอีกครั้งด้วยสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยก่อนที่จะพัฒนาโปรแกรมและศึกษาประสิทธิผลพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยต่อไป โดยใช้รูปแบบการวิจัยก่อนทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนอบรมและหลังอบรม (One group pretest posttest design) เพื่อให้ทราบว่าโปรแกรกดังกล่าวนี้นำไปใช้เสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้กับพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า ภายหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรมแล้วพนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้น โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย มีจุดมุ่งหมายของการวิจัยศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และทำการตรวจสอบอีกครั้งด้วยสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ก่อนที่จะพัฒนาโปรแกรมและศึกษาประสิทธิผลพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยต่อไปขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย

มีหัวข้อวิธีการดำเนินการวิจัย ได้แก่ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ วิธีการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 รายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินที่มีประสบการณ์ทำงาน ไม่น้อยกว่า 3 ปี (ระหว่าง 1 มิถุนายน 2560- ปัจจุบัน)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินที่มีประสบการณ์ทำงาน ไม่น้อยกว่า 3 ปี (ระหว่าง 1 มิถุนายน 2560- ปัจจุบัน) ในสถาบันการเงินจำนวน 400 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาด ตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (วานิชย์ปัญญา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = P(1 - P)Z^2$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม.50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z แทน มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า } n = (.05)(1 - .5)(1.96)^2$$

$$(.05)^2$$

$$= 384.16$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาด ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการตอบกลับผู้วิจัยจึงเก็บเพิ่มเป็นจำนวน 400 ตัวอย่างและได้รับกลับมาทั้งหมด

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วย 3 ด้าน ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชาย หมายถึง คุณลักษณะของพนักงานชายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการเรียน กิจกรรมการเรียนรู้ และเห็นความสำคัญของการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด (Cognitive engagement) 2. ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ (Emotional engagement) 3. ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม (Behavioral engagement)

2.1.1 ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด หมายถึง พนักงานแสดงออกถึงความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด โดยการมีส่วนร่วมโดยแสดงความรู้ความเข้าใจคิดอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแสดงออกเชิงสะท้อนเชิงลึกบนทักษะการแก้ปัญหาที่เป็นจริง การใช้ทรัพยากร เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ หรือเข้าถึงข้อมูลที่หน่วยงานเตรียมไว้และพยายามในเรียนรู้ในกระบวนการเรียนรู้ สำหรับกิจกรรมการชายและเพื่อประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวม สะท้อนความพยายามและแสดงพลังทางปัญญาที่สะท้อนถึงทุ่มเทให้การเรียนรู้จากข้อมูลส่งเสริมด้านการชาย การเรียนรู้และ

เชื่อมโยงกับความรู้ที่มีอยู่ต่อส่วนรวม แสดงถึงกระบวนการภายในของพลังงานความคิดและเต็มใจที่จะเข้าใจความคิด แสดงถึงการมีส่วนร่วมในงานที่ใช้ความพยายามด้วยความตั้งใจและการใช้กลยุทธ์การลงทุนทางปัญญาในการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในอภิปัญญาและการเรียนรู้ด้วยตนเอง แสดงถึงความพยายามในการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจและฝึกฝนความรู้และทักษะที่ตั้งใจไว้

2.1.2 ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ หมายถึง พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์โดยแสดงความกระตือรือร้น เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ภายในองค์กรมาก สนใจกับการเรียนรู้หรือความพยายามอย่างต่อเนื่องในการทำกิจกรรม หรือทำในสิ่งที่ท้าทาย สามารถเชื่อมโยงปฏิกิริยาเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้บุคคลอื่นเช่น หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และลูกค้า แสดงถึงทัศนคติความสัมพันธ์ต่อผู้อื่นและเนื้อหาในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ แสดงความเชื่อทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบ

2.1.3 ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม หมายถึง พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเรียนรู้ การเข้าสังคม และการร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตรฝึกอบรม แสดงความพยายามถึงการเรียนรู้กิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวม มีความพึงพอใจความพยายามความเอาใจใส่ มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมวิชาการและนอกหลักสูตร มีความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรมโดยแสดงออกการกระทำทางกายภาพ เช่น การมีส่วนร่วมในเนื้อหา มีความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรมที่แสดงความเข้มแข็งทางการเรียนรู้ และกระตือรือร้นที่สามารถปรับตัวและเผชิญกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียด ความท้าทายต่างๆ และความล้มเหลวทางการเรียนรู้ได้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้ เป็นแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน อายุงาน ระดับการศึกษา และรายได้ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับข้อมาตรวัดดังนี้

- 1 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ในระดับค่อนข้างน้อย
- 4 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ในระดับปานกลาง
- 5 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ในระดับค่อนข้างมาก
- 6 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ในระดับมาก
- 7 หมายถึง ตรงกับระดับความคิดเห็น ระดับมากที่สุด

การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้มีลักษณะเป็นช่วงคะแนน 5 ช่วงโดยแต่ละช่วงมีคะแนนความหมายดังนี้

- 6.50-7.00 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับมากที่สุด
- 5.50-6.49 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับมาก
- 4.50-5.49 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับค่อนข้างมาก
- 3.50-4.49 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับปานกลาง
- 2.50-3.49 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับค่อนข้างน้อย
- 1.50-2.49 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับน้อย
- 1.00-1.49 หมายถึง พนักงานชายมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ระดับน้อยที่สุด

มาตรวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของพนักงานชายสถาบันการเงิน ทำเครื่องหมายที่ตรงกับท่านมากที่สุด

- 1) ชาย หญิง
- 2) อายุ.....ปี
- 3) ประสบการณ์ทำงาน.....ปี
- 4) ตำแหน่งงาน.....

มาตรวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
ตอนที่2 ข้อมูลการวิเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงาน
ขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือกเพียงคำตอบ
เดียว

ระดับความคิดเห็น

7 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
6 หมายถึง เห็นด้วยมาก
5 หมายถึง เห็นด้วยค่อนข้างมาก
4 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
3 หมายถึง เห็นด้วยค่อนข้างน้อย
2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น						
		7	6	5	4	3	2	1
1	ท่านแสดงความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน							
2	ท่านใช้ความรู้ที่ได้เรียนรู้ในการแก้ปัญหาในชีวิตจริง							
3	ท่านสามารถตั้งคำถามและตอบคำถามเชิงเหตุผลเกี่ยวกับงาน							
4	ท่านสามารถจำแนกสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่จำเป็นในการทำงาน							

ภาพประกอบ 4 มาตรวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ขั้นที่ 1 การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

มีรายละเอียดดังนี้

1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงเชิงบวกให้กับพนักงานขายจากการตั้งเป้าหมาย เพื่อนำมากำหนดกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และแนวทางการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตามกรอบที่ได้ออกแบบไว้

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสม จากนั้นนำกลับมาปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามมีความเหมาะสมมากขึ้น

4) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Congruence: IOC) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ให้คะแนน +1 เมื่อเห็นว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน -1 เมื่อเห็นว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้อง

จากนั้นทำการหาค่าเฉลี่ยของแต่ละข้อ โดยต้องมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ และนำข้อเสนอแนะมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5) สร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ขั้นที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบ Google form แล้วส่งลิงค์ของแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างผ่านระบบไลน์และอีเมล และให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ด้วยการกดลิงค์ที่ได้รับ จะทำให้ได้ข้อมูลตอบกลับมาที่ผู้วิจัยทันที

ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงหรือความสอดคล้องของโมเดลการพัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงเชิงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย ซึ่งเป็นสมมุติฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยใช้โปรแกรม Lisrel สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ค่าสถิติที่ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าสถิติไค-แอสควร์ (Chi-Square Statistics) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index = GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index = AGFI) และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (Root Mean Square Residual = RMR)

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

เป็นการนำผลจากขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ มีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินที่มีประสบการณ์ทำงาน ไม่น้อยกว่า 3 ปี (ระหว่าง 1 มิถุนายน 2560- ปัจจุบัน)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินที่มีประสบการณ์ทำงาน ไม่น้อยกว่า 3 ปี (ระหว่าง 1 มิถุนายน 2560- ปัจจุบัน) ในสถาบันการเงินจำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย แรงจูงใจ และการตั้งเป้าหมาย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้ เป็นการนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์ด้วยการรันสมการโครงสร้าง

ขั้นที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 แล้วทำการวิเคราะห์หาตัวบ่งชี้รายด้าน ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วย 3 ด้าน ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม ผ่านแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อตรวจสอบความตรงหรือความสอดคล้องของโมเดลการพัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย ซึ่งเป็นสมมติฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยใช้โปรแกรม Lisrel สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ค่าสถิติที่ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าสถิติไค-แอสควร์ (Chi-Square Statistics) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index = GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index = AGFI) และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (Root Mean Square Residual = RMR)

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาและศึกษาประสิทธิผลโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย

ขั้นตอนนี้เป็นการนำผลการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม โดยในขั้นตอนนี้ได้แบ่งการดำเนินงาน ได้แก่ การยกย่องโปรแกรมฝึกอบรม การตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรม

ขั้นที่ 1 การยกย่องโปรแกรมฝึกอบรม

ในการยกย่องโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย โปรแกรมนี้ออกแบบมาเพื่อพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยโดยเฉพาะ ซึ่งมีรูปแบบ เนื้อหา และกิจกรรม ที่สอดคล้องกับ

บริบทการทำงานของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วยกิจกรรมทั้งหมด 8 กิจกรรมจำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาทีซึ่งผู้วิจัยนำผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาเป็นข้อมูลสำหรับการยกย่อง ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายของโปรแกรม มีการกำหนดจุดมุ่งหมายตามสภาพที่คาดหวังที่ได้ศึกษา และแนวทางในการส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมายจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมุ่งพัฒนาให้พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมาย จากนั้นนำมากำหนดเป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่สามารถวัดและประเมินผลได้อย่างชัดเจน

2. เนื้อหาสาระ ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาสาระโดยยึดองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมาย จากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขาย ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันด้านปัญญา ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ และความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม จากนั้นนำเนื้อหา มากำหนดโครงสร้างของโปรแกรม โดยใช้แบ่งโปรแกรมออกเป็น 8 กิจกรรมย่อย

3. กระบวนการฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานได้รับทั้งความรู้ ทักษะ และกระบวนการตามโปรแกรมที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้จากการแนวคิดของ Self-System Model of Motivational Development (SSMMD) ที่ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้นั้นว่าเป็นปัจจัยอันสำคัญที่ส่งผลต่อระดับแรงจูงใจในการเรียนรู้ ผู้อบรมมีส่วนในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ ซึ่งจะเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เข้าอบรม และนำไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้นได้ ทฤษฎี SSMMD ดังกล่าวนี้อยู่ภายใต้ทฤษฎี Self-Determination Theory (SDT) ซึ่งได้กำหนดสื่อการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับเนื้อหาสาระและกระบวนการฝึกอบรมที่สนับสนุนความต้องการทางจิตวิทยาของผู้เข้าอบรมตามทฤษฎี SSMMD

4. การวัดและประเมินผล มีการกำหนดแนวทางในการวัดและประเมินผลตามแนวทางการวัดและประเมินตามสภาพจริง

ขั้นที่ 2 การตรวจสอบโครงสร้างโปรแกรม

การตรวจสอบโครงสร้างโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เป็นการประเมินก่อนนำโปรแกรมฝึกอบรมไปทดลองใช้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อศึกษาความเหมาะสมของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

1.2 เพื่อศึกษาความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย กับจุดมุ่งหมายของโปรแกรมฝึกอบรม

2. แหล่งข้อมูล

การตรวจสอบโครงร่างของโปรแกรม จะมีการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ด้านการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินโปรแกรมฝึกอบรม ซึ่งเป็นการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโปรแกรมฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ประเมินความเหมาะสมของโครงร่างโปรแกรมฝึกอบรม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก
- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 2 ประเมินความสอดคล้องของโปรแกรมฝึกอบรม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ โดยประยุกต์ใช้แนวทางของการหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

- 1 หมายถึง แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าสอดคล้อง

โดยมีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษารายละเอียดและองค์ประกอบของโปรแกรมฝึกอบรม รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโปรแกรมฝึกอบรม เพื่อนำมา เป็นข้อมูลในการกำหนดประเด็นที่ต้องประเมินและสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุม

2) สร้างแบบประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของโปรแกรมฝึกอบรม

3) นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมและความ ชัดเจนของข้อคำถาม และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา และ จัดทำแบบประเมินฉบับสมบูรณ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการประสานกับผู้เชี่ยวชาญและนำโครงร่าง โปรแกรมฝึกอบรม ไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของ โปรแกรมฝึกอบรม และขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมของโปรแกรมฝึกอบรม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00 – 1.49 มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

1.50 – 2.49 มีความเหมาะสมน้อย

2.50 – 3.49 มีความเหมาะสมปานกลาง

3.50 – 4.49 มีความเหมาะสมมาก

4.50 – 5.00 มีความเหมาะสมมากที่สุด

การกำหนดเกณฑ์ที่เหมาะสมและถือว่าโปรแกรมที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้ ต้องมีค่าเฉลี่ยจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความสอดคล้องของโปรแกรม ใช้การพิจารณาค่า IOC ซึ่งถ้าค่า IOC มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปถือว่าองค์ประกอบของโปรแกรมมีความสอดคล้อง

5.3 นำข้อมูลจากการประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้องของโปรแกรม และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ มาทำการปรับปรุงโปรแกรมให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์และ เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3.2 การศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมฝึกอบรม

การดำเนินการในขั้นตอนนี้ เป็นการนำโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่ผ่านการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อทดลองใช้โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

1.2 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

2. แบบแผนการวิจัย

ในขั้นตอนนี้ใช้การวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental Research) มีแผนการทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนและหลังทดลอง (One Group Pretest-Posttest Design)

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ในกรุงเทพมหานคร ปี 2564

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานขายในสถาบันการเงินไทย ในกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2564 จำนวน 1 สถาบัน ที่อยู่ในสถานะเป็นพนักงานขาย ปี 2564

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

4.1 แบบวัดเรื่องยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขาย ที่ได้จากการศึกษาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยในขั้นตอนที่ 1

4.2 แบบประเมินความพึงพอใจพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

4.3 โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ได้มาจากการศึกษาในขั้นการพัฒนาโปรแกรม

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการนำโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ที่พัฒนาขึ้น โดยใช้รูปแบบการวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนอบรมและหลังอบรม (One group pretest posttest design) มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

5.1 ทดสอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนเข้าโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

5.2 นำโปรแกรมฝึกอบรมไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เวลาในการทดลองทั้งสิ้น 8 กิจกรรมตามโครงสร้างของโปรแกรมฝึกอบรม และมีการวัดและประเมินผลตามแนวทางในการวัดและประเมินผลของโปรแกรมฝึกอบรม

5.3 ทดสอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง หลังเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

5.4 ประเมินความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

6.2 การเปรียบเทียบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างก่อนอบรมและหลังอบรมด้วยการทดสอบค่า t แบบ dependent sample test

6.3 วิเคราะห์ค่าสถิติของความพึงพอใจของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบกึ่งทดลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 3 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ได้แก่

1. ผลการพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
2. ผลการพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
3. ผลการพัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานขายจากการตั้งเป้าหมาย การพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และการพัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบข้อคำถามความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย โดยประเมินจากนิยามความหมาย งานวิจัยก่อนหน้า และองค์ประกอบต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนึงถึงบริบทของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เพื่อให้ข้อคำถามในแบบวัดที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับบริบทของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยให้มากที่สุด โดยมีผลการตรวจสอบเครื่องมือวัดในขั้นตอนที่ 1 ดังต่อไปนี้

1. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความตามเนื้อหา (IOC)

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความตามเนื้อหา (IOC) โดยทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6

2. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ด้วยวิธีการใช้ Google Form ผ่านทางออนไลน์ ผลการเก็บข้อมูลได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 มีรายละเอียดลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกปัจจัยส่วนบุคคล ออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เงินเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 5 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	187	46.75
	หญิง	213	53.25
	รวม	400	100.00
อายุ	อายุ 20-30 ปี	140	35.00
	อายุ 31-40 ปี	221	55.25
	อายุ 41-50 ปี	29	7.25
	อายุ 51-60 ปี	10	2.5
	รวม	400	100.00
สถานภาพ	โสด	189	47.25
	สมรส	114	28.50
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	51	12.75
	รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	3.00
	ปริญญาตรี	232	58.00
	ปริญญาโท	156	39.00
	รวม	400	100.00
เงินเดือน	15,000 - 30,000 บาท	108	27.00
	30,001 - 45,000 บาท	137	34.25
	45,001-60,000 บาท	97	24.25
	สูงกว่า 60,000 บาท	58	14.50
	รวม	400	100.00

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากที่สุด จำนวน 213 คิดเป็นร้อยละ 53.25 รองลงมา เพศชาย จำนวน 187 คิดเป็นร้อยละ 46.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 30-40 ปี จำนวน 221 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมา อายุ 20-30 ปีมากที่สุด จำนวน 140 คิดเป็นร้อยละ 35.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 29 คิดเป็นร้อยละ 7.25 และ อายุ 51-60 จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาสมรส จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และ หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาพบว่ามากที่สุดปริญญาตรีจำนวน 232 คน ร้อยละ 58.00 รองลงมา ปริญญาโทขึ้นไปจำนวน 156 คน ร้อยละ 39.00 และต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 12 คน ร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านเงินเดือนพบว่า เงินเดือน 30,001- 45,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา 15,000-30,000 บาท จำนวน 108 คนคิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 45,001-60,000 บาทจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และสูงกว่า 60,000 บาทขึ้นไป จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

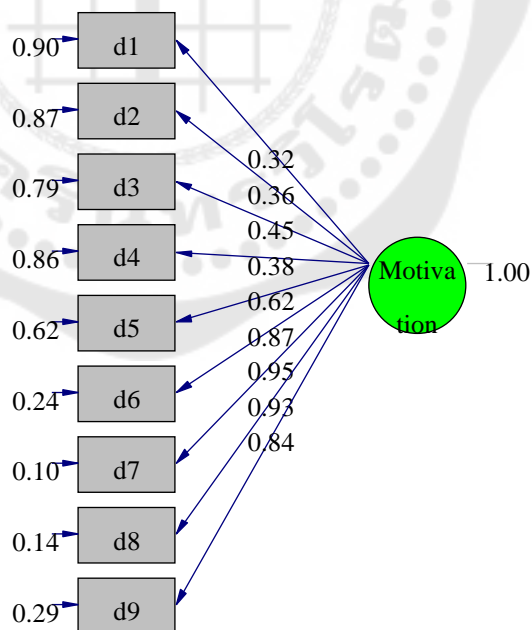
3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงหรือความสอดคล้องของโมเดลการพัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงเชิงจิตผ่านการตั้งเป้าหมาย ซึ่งเป็นสมมุติฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยใช้โปรแกรม Lisrel สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ค่าสถิติที่ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าสถิติไค-แอสควร์ (Chi-Square Statistics) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index = GFI) ดัชนีวัดระดับ

ความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index = AGFI) และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (Root Mean Square Residual = RMR)

วิเคราะห์องค์ประกอบครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยทำการวิเคราะห์กับตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรล และใช้เกณฑ์ค่าสถิติวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Statistics; b) ที่คัดมาบางส่วนจาก นงลักษณ์ วิรัชชัย (2538 : 45-52) และ สุภมาส อังศุโชติ และคณะ (2554 : 24-30) ดังนี้คือ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) หรือ ค่า $\chi^2/df < 2.00$ ค่า RMSEA < 0.05 ค่า GFI > 0.90 ค่า AGFI > 0.90 และค่า SRMR < 0.05 และมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1) องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงภายนอก



Chi-Square=4.77, df=7, P-value=0.68752, RMSEA=0.000

ภาพประกอบ 5 โมเดลองค์ประกอบของตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ

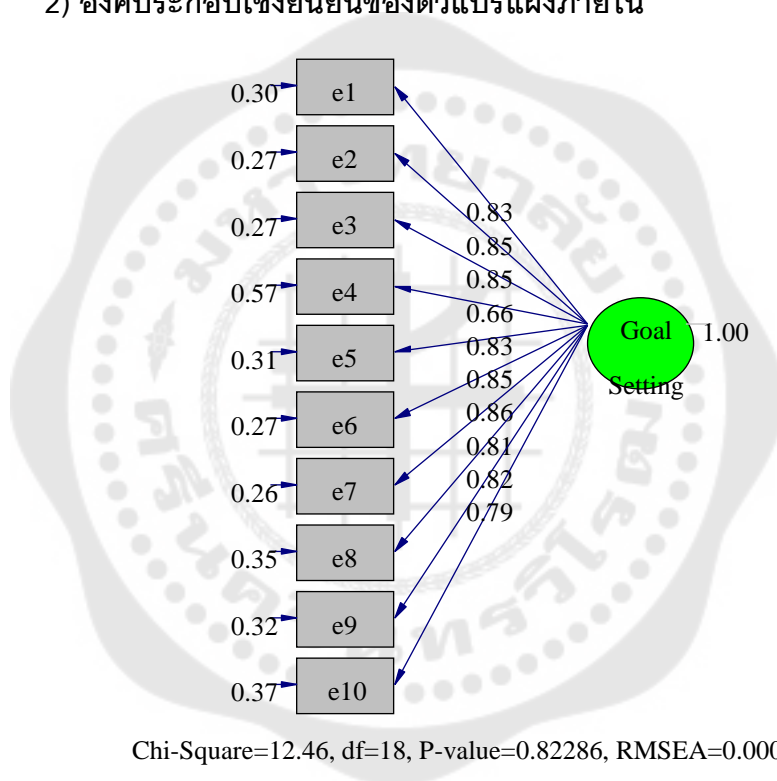
ตาราง 6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของ
ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน	R ²
การพัฒนา แรงจูงใจ (Motivation)	0.47	0.87	ได้รับการยกย่องชมเชยจาก หัวหน้างาน (d1)	0.32	.10
			มีโอกาสดำเนินตำแหน่งงาน ให้สูงขึ้น (d2)	0.36	.13
			มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของ ความสำเร็จในงาน (d3)	0.45	.21
			อาสาทำงานที่ท้าทาย ความสามารถของท่าน (d4)	0.38	.14
			ทำงานตามลำดับขั้นตอนที่ได้ วางแผนเอาไว้ (d5)	0.62	.38
			ปฏิบัติงานด้วยความคิดของ ตนเองโดยไม่ต้องรอใครบังคับ (d6)	0.87	.76
			ชื่นชอบการแข่งขันและมุ่งหวัง ผลประโยชน์ทุกครั้ง (d7)	0.95	.90
			มีโอกาเรียนรู้อะไรต่างๆ จาก การอบรมที่องค์กรมอบให้แก่ ท่าน (d8)	0.93	.86
			เมื่อท่านมีข้อสงสัยในเรื่องที่ เรียน ท่านจะเข้าถามผู้ ฝึกอบรม (d9)	0.84	.71

จากภาพประกอบ 5 และตาราง 6 พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการ
พัฒนาแรงจูงใจ (MC) มีความตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ใน

เกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ที่ทุกตัว ได้แก่ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=0.68$) ค่า $\chi^2/df=0.68$ ค่า RMSEA=0.00 ค่า GFI=0.99 ค่า AGFI=0.98 ค่า RMR=0.01 ค่า SRMR=0.01 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00 ตัวแปรแฝงการพัฒนาแรงจูงใจประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 9 ตัว มีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.47 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.87 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.32–0.95

2) องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงภายใน



ภาพประกอบ 6 โมเดลองค์ประกอบของตัวแปรการวางเป้าหมาย

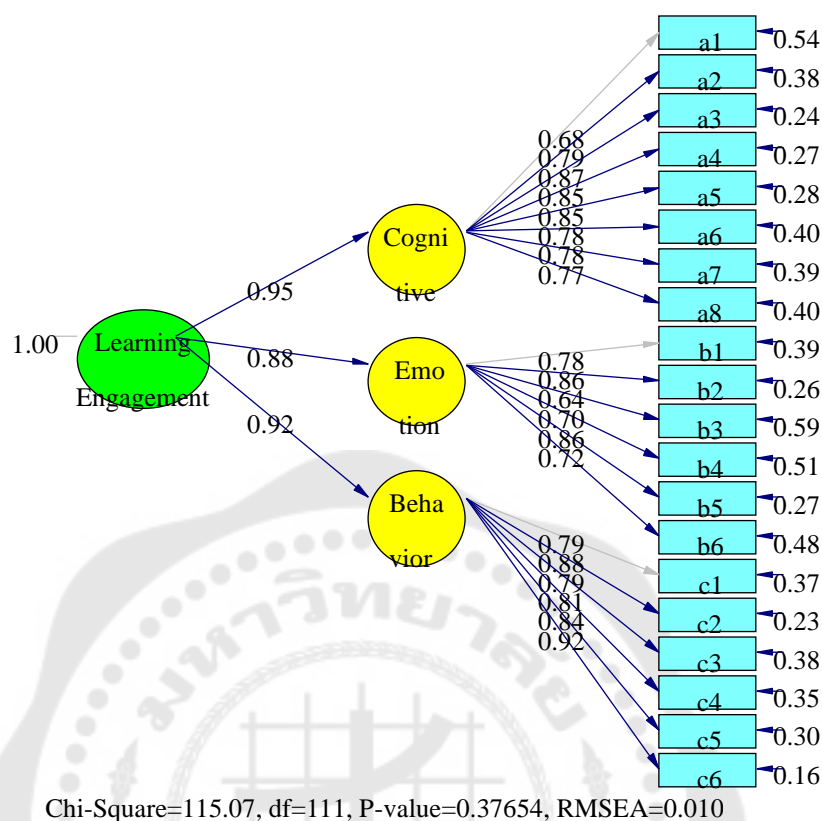
ตาราง 7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของ
ตัวแปรการวางเป้าหมาย

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน	R ²
วางเป้าหมาย (Goal Setting)	0.67	0.95	มีความใส่ใจที่จะบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้ (e1)	0.83	.70
			เอาจริงเอาจังกับเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ (e2)	0.85	.73
			จะไม่ละทิ้งกับเป้าหมายที่ตั้ง ไว้ (e3)	0.85	.73
			คิดว่าเป้าหมายของท่านเป็น เป้าหมายที่ดีที่ควรมุ่งมั่นไปให้ ถึง (e4)	0.66	.44
			มีความพึงพอใจที่จะทำงานให้ ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (e5)	0.83	.69
			เต็มใจที่จะพยายามเพิ่มขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (e6)	0.85	.73
			พยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (e7)	0.86	.74
			คาดหวังที่จะบรรลุเป้าหมาย ตามที่ได้ตั้งไว้ (e8)	0.81	.65
			วางเป้าหมายชัดเจนด้าน ผลตอบแทนเพื่อให้เพียงพอ ต่อการใช้จ่ายและการเก็บ ออมของตนเอง (e9)	0.82	.68
วางเป้าหมายชัดเจนในการ	0.79	.63			

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	R ²
			เรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (e10)		

จากภาพประกอบ 6 และตาราง 7 พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการวางเป้าหมาย (Goal) มีความตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ดีทุกตัว ได้แก่ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=0.82$) ค่า $\chi^2/df = 0.69$ ค่า RMSEA=0.00 ค่า GFI=0.99 ค่า AGFI=0.98 ค่า RMR=0.01 ค่า SRMR=0.01 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00 ตัวแปรแฝงการวางเป้าหมายประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 10 ตัว มีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.67 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.95 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.66–0.86



ภาพประกอบ 7 โมเดลองค์ประกอบของตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ตาราง 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ความแปรปรวนร่วม และลำดับความสำคัญขององค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

องค์ประกอบ	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	ลำดับความสำคัญ
	b	SE			
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (Cognitive)	0.95	0.07	14.35**	0.90	1
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ (Emotion)	0.88	0.06	15.64**	0.77	3
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (Behavior)	0.92	0.05	16.93**	0.85	2

**p < .01

จากภาพประกอบ 7 และตาราง 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองตามโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement) พบว่า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (Cognitive) องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ (Emotion) และองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (Behavior) โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี พิจารณาจาก ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $p = 0.38$) ค่า $\chi^2/df=1.04$ ค่า RMSEA=0.01 ค่า GFI=0.97 ค่า AGFI=0.95 ค่า RMR=0.02 ค่า SRMR=0.02 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00 แสดงว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement) รายองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (b) เป็นบวกระหว่าง 0.88 ถึง 0.95 และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกองค์ประกอบ โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (0.95)

ลำดับที่ 2 องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (0.92)

ลำดับที่ 3 องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ (0.88)

ตาราง 9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของ ตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	R ²
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้าน การรู้คิด (Cognitive)	0.64	0.93	แสดงความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน (a1)	0.68	0.46
			ใช้ความรู้ที่ได้เรียนรู้ในการแก้ปัญหาในชีวิตจริง (a2)	0.79	0.62
			สามารถตั้งคำถามและตอบคำถามเชิงเหตุผลเกี่ยวกับงาน (a3)	0.87	0.76
			สามารถจำแนกสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่จำเป็นในการทำงาน (a4)	0.85	0.72
			เชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับสถานการณ์จริง (a5)	0.85	0.72
			พยายามจดจำในสิ่งที่เรียนรู้ในการอบรม (a6)	0.78	0.60
			สามารถเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมกับตนเองในการเรียนรู้ (a7)	0.78	0.61
			สรุปแนวคิดหรือประเด็นสำคัญเกี่ยวกับสิ่งที่ได้อบรมมา (a8)	0.77	0.60
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้าน อารมณ์ (Emotion)	0.58	0.89	มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (b1)	0.78	0.60
			มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ภายใน	0.86	0.74

ตาราง 9 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน	R ²
			องค์กร (b2)		
			มีความสุขเวลาอยู่ที่องค์กร	0.64	0.41
			(b3)		
			รู้สึกว่าหัวหน้างานหรือเพื่อน ร่วมงานสนับสนุนในด้านการ เรียนรู้ (b4)	0.70	0.48
			รู้สึกสนใจกิจกรรมต่างๆ ใน การอบรม (b5)	0.86	0.73
			แสดงความรู้สึกทั้งในเชิงบวก หรือเชิงลบต่อผู้อื่น (b6)	0.72	0.52
ความยึดมั่น ผูกพันในการ เรียนรู้ด้าน พฤติกรรม (Behavior)	0.71	0.94	แสดงออกถึงการเข้าสังคม และการร่วมกิจกรรมนอกจาก การฝึกอบรม (c1)	0.79	0.63
			มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อ สร้างการเรียนรู้ (c2)	0.88	0.77
			มีความพยายามและเอาใจใส่ ในการเรียน (c3)	0.79	0.62
			พูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้ อบรม เพื่อสร้างการเรียนรู้ของ ท่าน (c4)	0.81	0.65
			มีส่วนร่วมในการสนทนางานที่ ทำเสร็จ ในกลุ่มแชทพูดคุย งาน (c5)	0.84	0.70
			คัดเลือกเนื้อหาหรือประเภท ของกิจกรรมที่ส่งเสริมการ	0.92	0.84

ตาราง 9 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน	R ²
เรียนรู้ด้วยตนเอง (c6)					

สรุปได้ว่าองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (0.95) ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (0.92) ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ (0.88) ทั้ง 3 เป็นตัวบ่งชี้แท้จริงขององค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันของการเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงไปทดสอบหาความสัมพันธ์ตัวแปร แรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายด้วยสมการโครงสร้างของตัวแปรในขั้นตอนต่อไปเพื่อความเป็นไปได้ในการนำว่าพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมต่อไป

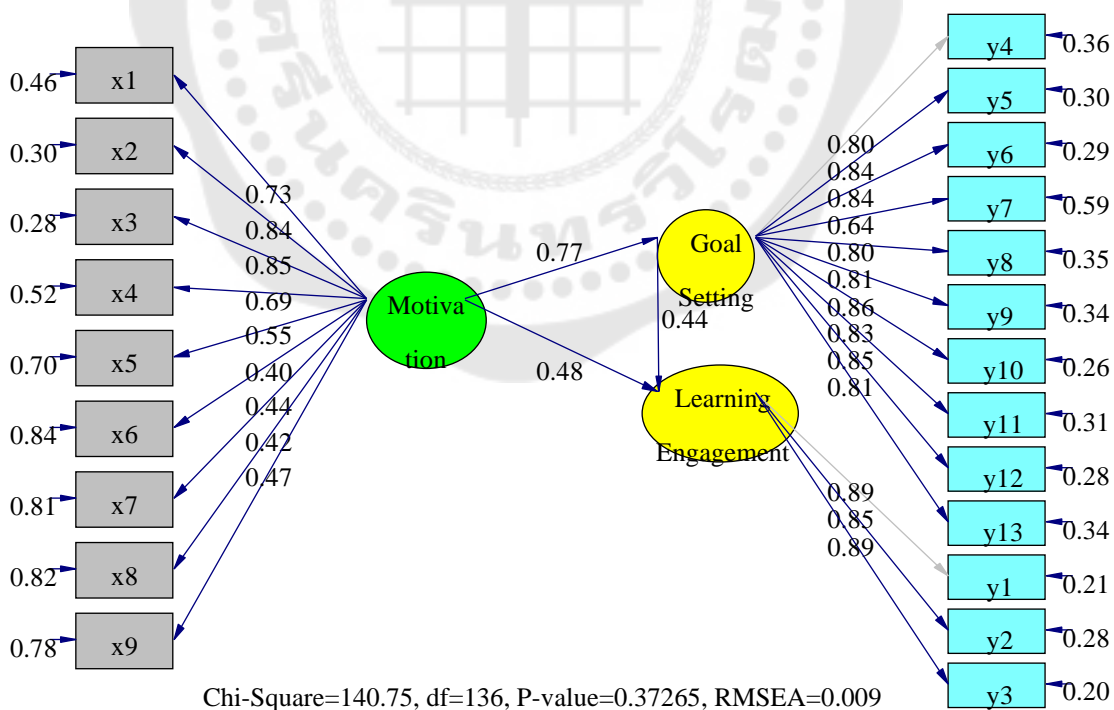
ขั้นตอนที่ 2 ผลการพัฒนาแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผลการวิเคราะห์ความตรงของโมเดลการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดลด้วยวิธีการวิเคราะห์อิทธิพลแบบมีตัวแปรแฝง โดยใช้โปรแกรม LISREL และใช้เกณฑ์ค่าสถิติวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Statistics) คัดมาบางส่วนจาก นงลักษณ์ วิรัชชัย (2538 : 45-52) และ สุภมาส อังศุโชติ และคณะ (2554 : 24-29) ดังนี้คือ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) หรือ ค่า $\chi^2/df < 2.00$ ค่า RMSEA < 0.05 ค่า GFI > 0.90 ค่า AGFI > 0.90 ค่า RMR < 0.05 SRMR < 0.05 ค่า NFI > 0.90 และค่า CFI > 0.90

ตาราง 10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (ได้เส้นทแยงมุม) ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (ρ_c) และความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average variance extracted: AVE)

ตัวแปร	Motivation	Goal Setting	Learning Engagement
การพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation)	1		
การวางเป้าหมาย (Goal Setting)	0.57**	1	
ความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement)	0.57**	0.74**	1
ρ_v (AVE)	0.34	0.66	0.75
ρ_c (Construct Reliability)	0.84	0.95	0.90

**Sig. < .01



ภาพประกอบ 8 โมเดลความเชื่อมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ตาราง 11 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของอิทธิพลในโมเดลความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ตัวแปรตาม	R ²	Effect	ตัวแปรอิสระ	
			Motivation	Goal Setting
การวางเป้าหมาย (Goal Setting)	0.59	DE	0.77**	
		IE	-	
		TE	0.77**	
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement)	0.67	DE	0.48**	0.44**
		IE	0.34**	-
		TE	0.82**	0.44**

**Sig. < .01

ตาราง 12 ค่าดัชนีความตรงของโมเดลความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลวิเคราะห์	ผล
1. ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญ	$p > 0.05$	0.37	ผ่าน
2. Chi-square: χ^2/df	< 2.00	1.03	ผ่าน
3. ค่า RMSEA	< 0.05	0.01	ผ่าน
4 ค่า GFI	> 0.90	0.97	ผ่าน
5. ค่า AGFI	> 0.90	0.94	ผ่าน
6. ค่า RMR	< 0.05	0.02	ผ่าน
7. ค่า SRMR	< 0.05	0.02	ผ่าน
8. ค่า NFI	> 0.90	0.99	ผ่าน
9. ค่า CFI	> 0.90	1.00	ผ่าน

จากภาพประกอบ 7 และตาราง 11-12 พบว่า โมเดลการสร้างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีความตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ทุกตัว ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า $\chi^2/df=1.03$ ค่า RMSEA=0.01 ค่า GFI=0.97 ค่า AGFI=0.94 ค่า RMR=0.02 ค่า SRMR=0.02 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00

เมื่อพิจารณาตัวแปรสาเหตุทั้งหมดในโมเดลมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement) เป็นรายด้านพบว่า โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (R^2) ได้ร้อยละ 67 ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ มีจำนวน 2 ตัว คือ ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) และตัวแปรการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.82 และ 0.44 ตามลำดับ โดยตัวแปรสาเหตุแต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและค่าอิทธิพลต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1) ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ ยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และมีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นลำดับแรก โดยเป็นอิทธิพลทางตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.48 อิทธิพลทางอ้อม อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.34 และอิทธิพลรวม อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.82

2) ตัวแปรการวางเป้าหมาย (Goal Setting) เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และมีอิทธิพลรวมมากเป็นลำดับที่ 2 โดยเป็นอิทธิพลเฉพาะ ทางตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.44 และอิทธิพลรวม อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.44

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โมเดลการพัฒนาความยึดมั่นผูกพัน ในการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นมีความตรง และสามารถนำไปออกแบบโปรแกรมอบรมเพื่อพัฒนาความยึด มั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ในขั้นตอนถัดไปของการวิจัยได้

ขั้นตอนที่ 3 ผลการพัฒนาและศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการ ตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินใน ไทย

เป็นงานวิจัยแบบทดลองในรูปแบบกลุ่มทดลองกลุ่มเดียวมีการวัดก่อนและหลังการ ทดลอง เพื่อพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการ เรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ผู้วิจัยทำการออกแบบกิจกรรมโดยใช้ผลวิจัยใน ขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 และทบทวนวรรณกรรมที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งใช้แนวคิดจัดการเรียน การสอนที่สนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาตามแนวคิดของ (Reeve et al., 2004) อัน ได้แก่ การสนับสนุนความมีอิสระของผู้เข้าอบรม การจัดการด้านโครงสร้างของผู้อบรม และการ สนับสนุนด้านความสัมพันธ์ มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ภายใน โปรแกรม โดยใช้การพัฒนาโปรแกรมตามแนวคิดของ Self-System Model of Motivational Development (SSMMD) ซึ่ง อยู่ ภายใต้ ทฤษฎี Self-Determination Theory (SDT) ซึ่งมี องค์ประกอบของการสนับสนุนความมีอิสระ, การจัดการด้านโครงสร้าง และการสนับสนุนด้าน ความสัมพันธ์ โดยในการดำเนินกิจกรรมในโปรแกรม ผู้เข้าอบรมจะทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความ ยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการพัฒนาของ SSMMD

1. ผลการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่น ผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมที่ได้พัฒนาขึ้นมาไปเสนอให้กับผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งสิ้น 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบค่าความสอดคล้องภายใน (IOC) ของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ผลการออกแบบโปรแกรม แบ่งย่อยออกเป็น 8 กิจกรรมดังแสดงในตาราง 13 และวัตถุประสงค์ของแต่ละกิจกรรมที่ออกแบบ

ผลของการตรวจสอบค่าความสอดคล้องภายในของกิจกรรมในโปรแกรม พบว่าแต่ละกิจกรรมนั้น มีค่าความสอดคล้องภายในมากกว่า 0.6 ทุกด้าน ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เนื้อหา กิจกรรม และการประเมินผล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารายละเอียดของแต่ละกิจกรรมตามผู้เชี่ยวชาญได้ทำการแนะนำมา เพื่อให้แต่ละกิจกรรมในโปรแกรมมีความละเอียดและสมบูรณ์

ตาราง 13 ผลการพัฒนากิจกรรมและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้	กิจกรรม	แนวคิดที่ใช้	วัตถุประสงค์	กิจกรรมและวิธีการสอน
ด้านการรู้คิด	กิจกรรมที่ 1 “ปฐมนิเทศและสร้างควมมี ส่วนร่วมทางการเรียนรู้”	แนวคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้	ผู้เข้าอบรมสามารถอธิบายถึงความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ของพนักงานขายได้	- Active learning: เปิดโอกาสให้ผู้เข้าระดมสมอง (Brainstorming) เพื่ออภิปรายและทำความเข้าใจถึงความหมาย และการส่งเสริมความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ - แนะนำให้ผู้เข้าอบรมได้เข้าใจถึงความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ ทั้งแนวคิด และความสำคัญ
ด้านการรู้คิด	กิจกรรมที่ 2 “ประสบการณ์และตัวแบบ	Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนควมมีอิสระ	ผู้เข้าอบรมสามารถอธิบายความสำเร็จในแง่มุมมองของตัวเองได้	- ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีส่วนร่วมในการนิยามของคำว่า ความสำเร็จ ใน

ตาราง 13 (ต่อ)

ความยึดมั่น ผูกพันใน การเรียนรู้	กิจกรรม	แนวคิดที่ใช้	วัตถุประสงค์	กิจกรรมและวิธีการสอน
	ความสำเร็จ"	<p>ในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) และการสนับสนุนความต้องการด้านความสามารถ</p> <p>ทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) – Observation & Modeling</p>	<p>ผู้เข้าอบรมสามารถระบุ ความสำคัญของวิธีคิดและ พฤติกรรมของบุคคลที่ประสบ ความสำเร็จ</p>	<p>ความหมายของตนเอง นำเสนอบุคคลมีชื่อเสียงที่ ประสบความสำเร็จ ว่าเขา เหล่านั้นมีวิธีคิดและ พฤติกรรมอย่างไร - เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมทุกคนร่วมกัน นำเสนอประสบการณ์ที่เขา เคยประสบความสำเร็จว่าเขา เหล่านั้นมีวิธีการคิด พฤติกรรม และแนวทางการ เรียนรู้ และปฏิบัติงานอย่างไร</p>
ด้านพฤติกรรม	กิจกรรมที่ 3 “รู้จักการ ตั้งเป้าหมาย”	<p>Self- system Model of Motivational Development (SSMMD)</p> <p>การสนับสนุนความมีอิสระ ในชั้นเรียน (Autonomy Supportive)</p> <p>ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting Theory)</p>	<p>ผู้เข้าอบรมสามารถระบุถึง ความสำคัญของการ ตั้งเป้าหมายได้</p> <p>ผู้เข้าอบรมสามารถบอก องค์ประกอบของการ ตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ ได้</p>	<p>- วิเคราะห์บรรยายให้เห็นถึง ความสำคัญของการ ตั้งเป้าหมาย โดยเชื่อมโยง จากความสำเร็จในขั้นตอน ก่อนหน้า - ยกกรณีศึกษา (case study) จากการตั้งเป้าหมาย ของพนักงานผู้ประสบ ความสำเร็จ เน้นย้ำถึง ความสำคัญของการ ตั้งเป้าหมาย และให้ผู้เข้า อบรมอภิปรายถึงการ ตั้งเป้าหมายที่นำไปสู่ ความสำเร็จ - อธิบายเชื่อมโยงวิธีการ ตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ SMART Goal</p>

ตาราง 13 (ต่อ)

ความยึดมั่น ผูกพันใน การเรียนรู้	กิจกรรม	แนวคิดที่ใช้	วัตถุประสงค์	กิจกรรมและวิธีการสอน
ด้านพฤติกรรม	กิจกรรมที่ 4 “ฝึกการ ตั้งเป้าหมาย”	Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระ ในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting Theory)	ผู้เข้าอบรมสามารถ ตั้งเป้าหมายส่วนบุคคลได้ ผู้เข้าอบรมสามารถ ตั้งเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้ได้	- ให้ผู้เข้าอบรมทุกคน ตั้งเป้าหมายส่วนบุคคล โดย ใช้หลักการของ SMART Goal - ให้ผู้เข้าอบรมทุกคน นำเสนอเป้าหมายส่วนบุคคล ที่ได้วางเอาไว้ ให้ผู้เข้าอบรม ท่านอื่นฟัง แล้วให้ทุกคน ช่วยกันอภิปรายถึงเป้าหมาย ที่ได้นำเสนอมา - ให้ผู้เข้าอบรม ตั้งเป้าหมาย ในการเรียนรู้ว่าจะต้องเรียนรู้ อะไรเพิ่มเติมบ้าง เพื่อที่จะ สามารถทำให้ได้ตาม เป้าหมายที่ได้วางไว้
ด้านการรู้คิด	กิจกรรมที่ 5 “กลยุทธ์การ เรียนรู้”	Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระ ในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) สนับสนุน ด้านความสามารถ	ผู้เข้าอบรมสามารถใช้กลยุทธ์ ในการเรียนรู้ได้	- ผู้ฝึกอบรมนำเสนอ กลยุทธ์ การเรียนรู้ต่างๆ และ ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การ เรียนรู้แต่ละวิธี ให้กับผู้เข้า อบรม - Active learning: ให้ผู้เข้า อบรมแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-7 คน เพื่อให้แต่ละกลุ่มระดม สมองกันเพื่อที่จะเลือกกล ยุทธ์การเรียนรู้ในการทำ ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้ ฝึกอบรมกำหนดให้ แล้วให้ ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอ การใช้กลยุทธ์การเรียนรู้

ตาราง 13 (ต่อ)

ความยึดมั่น ผูกพันใน การเรียนรู้	กิจกรรม	แนวคิดที่ใช้	วัตถุประสงค์	กิจกรรมและวิธีการสอน
				เพื่อที่จะทำความเข้าใจ ผลิตภัณฑ์ใหม่
ด้านการรู้คิด	กิจกรรมที่ 6 “กลยุทธ์การ แก้ปัญหา”	Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระ ในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) สนับสนุน ด้านความสามารถ	ผู้เข้าอบรมสามารถใช้กลยุทธ์ เพื่อพัฒนาการขาย ผู้เข้าอบรมสามารถแก้ปัญหา เพื่อพัฒนาการขาย	- ผู้ฝึกอบรมนำเสนอ ความสำคัญของการฟัง (Active Listening) และการ ตั้งคำถาม (Probing Question) - Active learning: ให้ผู้เข้า อบรมแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-7 คน เพื่อให้แต่ละกลุ่มระดม สมองกันและคิดวิธีแก้ไข ปัญหาที่เกิดจากการขาย แล้ว ให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอ กลยุทธ์การแก้ปัญหาในแต่ละ ประเด็น และอภิปราย วิธีการแก้ปัญหา
ด้านอารมณ์	กิจกรรมที่ 7 “มองมุมกลับ ปรับมุมมอง”	Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนด้าน ความสัมพันธ์ (Involvement)	ผู้เข้าอบรมสามารถระบุถึง ความสำคัญของการมีเจตคติที่ ดีต่อการขาย	- ผู้ฝึกอบรมยกตัวอย่าง สถานการณ์ที่ถูกค้าปฏิเสธ หรือเจอเรื่องที่ไม่ดีในการขาย - Active learning: ให้ผู้เข้า อบรมแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-7 คน พร้อมมอบหมาย สถานการณ์การขายในแต่ละ กลุ่มที่แตกต่างกัน แล้วให้ใน แต่ละกลุ่มระดมสมองกัน เพื่อหาวิธีคิด มุมมองต่อ สถานการณ์ดังกล่าวและ อภิปรายในกลุ่มเพื่อนำเสนอ วิธีคิด มุมมองที่เหมาะสมกับ

ตาราง 13 (ต่อ)

ความยึดมั่น ผูกพันใน การเรียนรู้	กิจกรรม	แนวคิดที่ใช้	วัตถุประสงค์	กิจกรรมและวิธีการสอน
				สถานการณ์ที่กำหนดให้
ด้านอารมณ์	กิจกรรมที่ 8 “เขียนตำนาน ให้ตัวคุณเอง”	Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนด้าน ความสัมพันธ์ (Involvement) และการ สนับสนุนความต้องการด้าน ความสามารถ แนวคิด Positive Psychology แนวคิดเป้าหมายเพื่อความ เป็นเลิศส่วนบุคคล (Personal Best Goal)	ผู้เข้าอบรมสามารถ ตั้งเป้าหมายในระยะยาวได้	สถานการณ์ที่กำหนดให้ - ให้ผู้เข้าอบรมจินตนาการว่า ทำงานในองค์กรจนถึงวาระ เกษียณ ในวันสุดท้ายของการ ทำงาน องค์กรมีการจัดงาน เลี้ยงส่ง และไฮไลต์คือการ กล่าวสดุดีตัวเราส่งผลให้เรามี ความสุข - ให้ผู้เข้าอบรมเขียนคำระลึก ถึงเพื่อใช้กล่าวในวัน เกษียณอายุของตัวเอง แล้ว ออกมาอ่านให้ผู้เข้าอบรม ท่านอื่นๆ ฟัง

1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในชั้นตอนที่ 3 นี้ คือ พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่มีความสนใจที่จะเข้าอบรมตามโปรแกรมเพื่อพัฒนาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของตนเอง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการประชาสัมพันธ์ไปในยังอีเมลล์ของพนักงานขาย กลุ่มตัวอย่างมี 1 กลุ่ม จำนวน 100 คน ผู้วิจัยทำการสุ่มผู้สมัครเข้าร่วมโปรแกรม และผู้เข้าร่วมโปรแกรมทุกคนจะต้องทำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ก่อนเริ่มโปรแกรม (ก่อนทดลอง) และหลังจบกิจกรรมตามโปรแกรม (หลังทดลอง) รายละเอียดลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความถี่และค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกปัจจัยส่วนบุคคล ออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง อายุงาน เงินเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 14 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	38	38.00
	หญิง	62	62.00
	รวม	100	100.00
อายุ	อายุ 20-30 ปี	30	30.00
	อายุ 31-40 ปี	46	46.00
	อายุ 41-50 ปี	23	23.00
	อายุ 51-60 ปี	1	1.00
	รวม	100	100.00
สถานภาพ	โสด	63	63.00
	สมรส	28	28.00
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	9	9.00
	รวม	100	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0
	ปริญญาตรี	66	66.00
	ปริญญาโท	34	34.00
	รวม	100	100.00
ระดับตำแหน่ง	ผู้จัดการการขาย	20	20.80
	หัวหน้าทีดูแลทีมขาย	35	35.40
	ตัวแทนขายของบริษัท	45	45.00
	รวม	100	100.00

ตาราง 14 (ต่อ)

		จำนวน	ร้อยละ
อายุงาน	ต่ำกว่า 5 ปี	12	12.00
	5 - 10 ปี	33	33.00
	11 - 15 ปี	19	19.00
	16 - 20 ปี	21	21.00
	20 ปีขึ้นไป	15	15.00
	รวม	100	100.00
เงินเดือน	10,001 – 20,000 บาท	5	5.00
	20,001 – 30,000 บาท	25	25.00
	30,001 – 40,000 บาท	40	40.00
	40,001 บาท ขึ้นไป	30	30.00
	รวม	100	100.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มากที่สุด จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา เพศชาย จำนวน 38คิดเป็นร้อยละ 38.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 30 ปี มากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา อายุ 30-40 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 อายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ไปตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาสมรส จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และหย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมา ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับตำแหน่ง พบว่า ระดับตำแหน่ง ตัวแทนขายของบริษัท มากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา ตำแหน่งหัวหน้าทีมและทีมขาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และผู้จัดการการขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงานพบว่า อายุงาน 5-10 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และรองลงมา 16 - 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมา 11 - 15 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รองลงมา 20 ปี ขึ้นไปจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และค่าร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลด้านเงินเดือน พบว่า 40,001 บาท รองลงมา เงินเดือน 30,001 – 40,000 บาท มากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ขึ้นไปรองลงมา 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

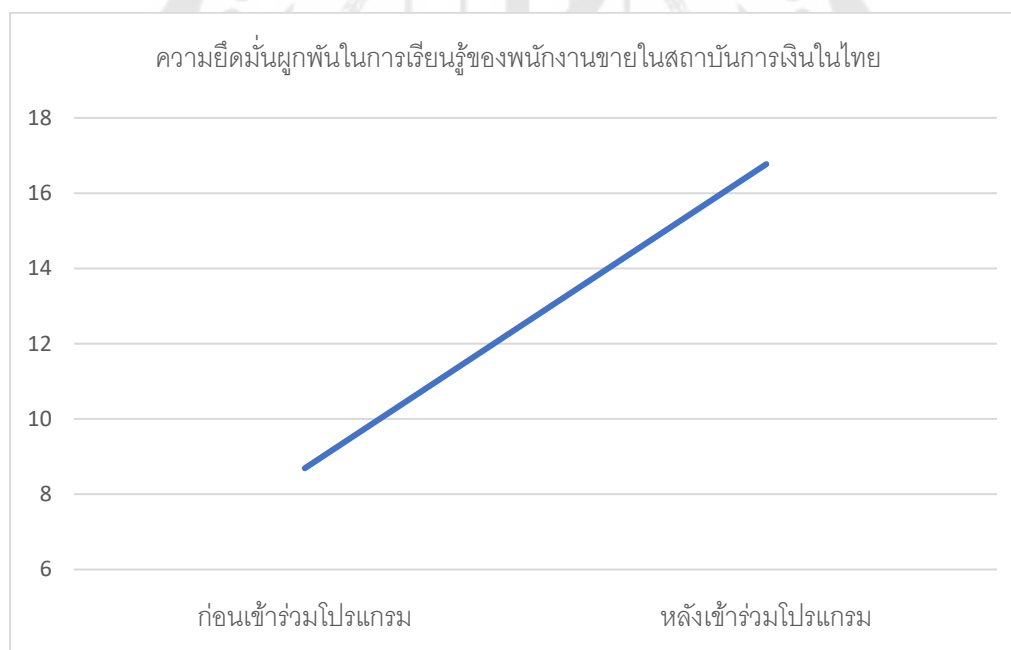
2. ผลการศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการจัดโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เพื่อทำการประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมในกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental design) แบบ one-group pretest posttest design และมีการใช้ค่าสถิติ paired sample t-test เพื่อทำการวิเคราะห์ระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนและหลังการเข้าร่วมโปรแกรม โดยคาดหวังว่าพนักงานขายที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จะมีระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในการดำเนินการเพื่อทำการทดสอบค่าเฉลี่ยในสองตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (dependent samples) นั้น เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยก่อนและหลังการเข้าร่วมโปรแกรม จึงทำการใช้สถิติรูปแบบ one-group pretest-posttest design (t-test)

ตาราง 15 ผลการทดลองใช้โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยก่อนอบรมและหลังอบรม

การทดสอบ	N	Mean	Std. Deviation	Correlation	t	Sig.
ก่อนอบรม	100	8.69	3.651	0.533	-25.983	0.000
หลังอบรม	100	16.77	2.309			



ภาพประกอบ 9 ค่าเฉลี่ยความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม

จากตาราง 15 และภาพประกอบ 8 พบว่าผลการทดลองใช้โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย พบว่าหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ก่อนเรียน $\bar{X} = 8.69$ S.D. = 3.651 และหลังเรียน เรียน $\bar{X} = 16.77$ S.D. = 2.309 $t = -25.983$ Sig = 0.000 อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย มีอิทธิพลต่อระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

นอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เข้ารับโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ที่มีต่อกิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยมีระดับการประเมินความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 5 หมายถึง พอใจมาก ไปจนถึง 1 หมายถึง ไม่พอใจมาก โดยมีรายละเอียดดังในตาราง 16

ตาราง 16 ความพึงพอใจโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ประเด็น	N	Mean	Std. Deviation
ด้านกระบวนการก่อนการจัดอบรม			
การประชาสัมพันธ์โครงการ	100	4.63	0.597
ความเหมาะสมของสถานที่	100	4.56	0.538
ความเหมาะสมด้านระยะเวลา	100	4.81	0.486
ความเหมาะสมช่วงเวลาที่ดี	100	4.68	0.566
การจัดลำดับขั้นตอนกิจกรรม	100	4.69	0.506
ด้านผู้ฝึกอบรม			

ตาราง 16 (ต่อ)

ประเด็น	N	Mean	Std. Deviation
ความรอบรู้ในเนื้อหาของผู้ฝึกอบรม	100	4.81	0.443
ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้	100	4.65	0.575
ความสามารถในการตอบคำถาม	100	4.67	0.551
ความเหมาะสมของผู้ฝึกอบรมในภาพรวม	100	4.71	0.556
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
เอกสารมีความพร้อม	100	4.58	0.606
โสตทัศนอุปกรณ์	100	4.71	0.518
เจ้าหน้าที่สนับสนุน	100	4.58	0.554
ด้านประโยชน์			
ได้รับความรู้แนวคิดและประสบการณ์ใหม่	100	4.66	0.572
สิ่งที่ได้จากโครงการเพื่อต่อยอดในงาน	100	4.74	0.543
กิจกรรมนี้ตรงตามความคาดหวัง	100	4.60	0.550
สัดส่วนระหว่างการฝึกอบรมภาคทฤษฎีและ การปฏิบัติเหมาะสม	100	4.66	0.497
หลักสูตรเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้การพัฒนา ความสามารถ	100	4.71	0.498
ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการภาพรวม	100	4.63	0.544

ผลความพึงพอใจโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่น
ผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยพบว่าผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่มี
ความเห็นดังนี้

ด้านกระบวนการก่อนการจัดอบรมพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือ
ความเหมาะสมด้านระยะเวลา ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.81$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.486 รองลงมา
ด้าน การจัดลำดับขั้นตอนกิจกรรม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.69$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.506 และ
ความเหมาะสมช่วงเวลาที่จัด ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.68$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.566 และการ
ประชาสัมพันธ์โครงการ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.63$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.597 และความ
เหมาะสมของสถานที่ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.56$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.538ตามลำดับ

ด้านผู้ฝึกอบรมพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือความรอบรู้ในเนื้อหา
ของผู้ฝึกอบรม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.81$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.443 รองลงมาด้าน ความ
เหมาะสมของผู้ฝึกอบรมในภาพรวม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.71$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.556
และความสามารถในการตอบคำถาม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.67$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.551
และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.65$ S.D. = 0.575 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือ สิ่งที่ได้รับจากโครงการ
เพื่อต่อยอดในงาน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.74$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.543 รองลงมาด้าน
หลักสูตรเนื้อหาอันเกี่ยวข้องต่อการเรียนรู้การพัฒนาความสามารถ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.71$ ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน S.D. = 0.498 และได้รับความรู้แนวคิดและประสบการณ์ใหม่ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.66$ ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.572 และสัดส่วนระหว่างการฝึกอบรมภาคทฤษฎีและการปฏิบัติ
เหมาะสม $\bar{X} = 4.66$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.497 และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ
ภาพรวม $\bar{X} = 4.63$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.544และกิจกรรมนี้ตรงตามความคาดหวัง
 $\bar{X} = 4.60$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.550 ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือ
โสตทัศนูปกรณ์ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.71$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.518 รองลงมาด้าน เอกสาร
มีความพร้อม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.58$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.606 และเจ้าหน้าที่สนับสนุน
ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.58$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.554 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยสำหรับการวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้วิธีวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) โดยแบ่งการทำวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
2. เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย
3. เพื่อพัฒนาโปรแกรมและศึกษาประสิทธิผลโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยเริ่มต้นการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 โดยทำการศึกษาวรรณกรรม ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย อันประกอบไปด้วย การพัฒนาแรงจูงใจ การตั้งเป้าหมาย และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้จัก ความยึดมั่นผูกพันเชิงอารมณ์ ความยึดมั่นผูกพันเชิงพฤติกรรม จากนั้นผู้วิจัยได้นำความหมายของตัวแปรดังกล่าว มาสร้างเป็นข้อคำถามในแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ทั้งนี้ข้อคำถามในแบบวัดดังกล่าว จะเป็นข้อคำถามที่คำนึงถึงบริบทของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยโดยเฉพาะ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความตรงตามเนื้อหา (index of the item-objective congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ พนักงานฝ่ายงานขาย ในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่ายงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี สุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งปัจจุบันยังคงเป็นได้แก่ พนักงานฝ่ายงานขาย

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงหรือความสอดคล้องของโมเดลการพัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย ซึ่งเป็นสมมุติฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยใช้โปรแกรม Lisrel โดยใช้ค่าสถิติที่ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าสถิติไค-แอสควร์ (Chi-Square Statistics) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index = GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index = AGFI) และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (Root Mean Square Residual = RMR)

ในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เมื่อพิจารณาตัวแปรสาเหตุทั้งหมดในโมเดลมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ เป็นรายด้านพบว่า โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ มีจำนวน 2 ตัว คือ ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) และตัวแปรการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.82 และ 0.44 ตามลำดับ โดยตัวแปรสาเหตุแต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและค่าอิทธิพลต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1) ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และมีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นลำดับแรก จากข้อค้นพบเป็นเชิงประจักษ์ว่าการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน หากปล่อยให้พนักงานไม่มีความสุข ไม่รู้สึกสนุกกับการทำงาน จะส่งผลต่อประสิทธิผลของงานที่ทำ และผลการทำงานตกต่ำ พนักงานมีอัตราการเปลี่ยนหรือเปลี่ยนงานสูงขึ้น หัวหน้างานจึงต้องทำงานหนักเพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจและทุ่มเทให้กับการทำงาน ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การสร้างแรงจูงใจจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปพัฒนาโปรแกรม

2) ตัวแปรการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และมีอิทธิพลรวมมากเป็นลำดับที่ 2 โดยเป็นอิทธิพลเฉพาะทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากข้อค้นพบเป็นเชิงประจักษ์ว่า การทำงานทุกอย่าง ถ้าอยากประสบความสำเร็จ ก็ต้องมีเป้าหมาย หนาคาร์ควรต้องมีและต้องทำเพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายซึ่งก็คือ การตั้งเป้าหมายยอดขาย (Sales Target) การ

กำหนดยอดขายที่มุ่งหวังไว้ การวางแผนเป้าหมายยอดขายเป็นรายเดือน รายไตรมาส รายปีให้กับทีมขายและพนักงานขายแต่ละคน เป็นแนวทางในการทำงานและทำให้ยอดขายของธนาคารนั้นเกิดการเติบโตที่สูงขึ้น ซึ่งยอดขายจะเป็นตัวบ่งบอกถึงศักยภาพการทำงานของพนักงานขายในองค์กรได้ ดังนั้นอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ตัวแปรการตั้งเป้าหมาย จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่นำไปพัฒนาโปรแกรม

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โมเดลการพัฒนาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นมีความตรง และสามารถนำไปออกแบบโปรแกรมอบรมเพื่อพัฒนาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ในขั้นตอนถัดไปของการวิจัยได้

ในขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยนำข้อค้นพบที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เป็นข้อมูลสำหรับการยกวางโดยกำหนดจุดมุ่งหมายตามสภาพที่คาดหวังที่ได้ศึกษา และแนวทางในการส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมายจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมุ่งพัฒนาให้พนักงานมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมาย จากนั้นนำกำหนดเป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่สามารถวัดและประเมินผลได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาสาระโดยยึดองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมาย จากการศึกษา เอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขาย ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความยึดมั่นผูกพันด้านความรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันด้านอารมณ์ และความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม จากนั้นนำเนื้อหาที่กำหนดโครงสร้างของโปรแกรม โดยใช้แบ่งโปรแกรมออกเป็น 8 กิจกรรมย่อยและจัดกระบวนการฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานได้รับทั้งความรู้ ทักษะ และกระบวนการ ตามโปรแกรมที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้จากการแนวคิดของ Self-System Model of Motivational Development (SSMMD) ที่ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้นั้น ว่าเป็นปัจจัยอันสำคัญที่ส่งผลต่อระดับแรงจูงใจในการเรียนรู้ ผู้อบรมมีส่วนในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ ซึ่งจะเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เข้าอบรม และนำไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้นได้ ทฤษฎี SSMMD ดังกล่าวนี้อยู่ภายใต้ทฤษฎี Self-Determination Theory (SDT) นอกจากนี้ยังได้กำหนด

สื่อการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับเนื้อหาสาระและกระบวนการฝึกอบรมและประเมินผลตามแนวทางการวัดและประเมินตามสภาพจริง

ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมการทดลองใช้โปรแกรมเป็นลักษณะงานวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ในรูปแบบกลุ่มทดลองกลุ่มเดียวมีการวัดก่อนและหลังการทดลอง การดำเนินการในขั้นตอนนี้เป็น การนำผลการนำผลหลังจากนำโปรแกรมฝึกอบรม ที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยโดยทำการวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินไทยด้วยแบบข้อสอบก่อนอบรมและหลังอบรม (One group pretest posttest design) ทำการเปรียบเทียบคะแนนความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินไทยและหลังการได้รับโปรแกรม เพื่อประเมินประสิทธิผลของโปรแกรมโดยใช้การวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงจากการเปรียบเทียบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายก่อนอบรมและหลังอบรมด้วยการทดสอบค่า t แบบ dependent sample test และประเมินความพึงพอใจของพนักงานชายที่มีต่อโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินไทยโดยการเสริมแรงจูงใจจากการตั้งเป้าหมาย

ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอนะจากการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อจำกัดและข้อเสนอนะจากการวิจัย

1.สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1.1 สรุปผลการพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย และการพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยทำการออกแบบชุดข้อคำถามของแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ทั้งนี้ได้พิจารณาจากความหมายและองค์ประกอบที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และแนวคิดที่

เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังพิจารณาถึงบริบทของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เพื่อให้ข้อความของแบบวัดที่ได้สร้างขึ้น มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยมากที่สุด หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความตามเนื้อหา (IOC)

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 พนักงานขาย ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความตามเนื้อหา (IOC) โดยทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6

1.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ในลำดับถัดไป ผู้วิจัยได้นำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย ทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ด้วยวิธีการใช้ Google Form ผ่านทางออนไลน์ ผลการเก็บข้อมูลได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ผู้วิจัยใช้แบบวัดเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ผลการเก็บข้อมูล ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ใช้การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของพนักงานขาย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานขายให้ความสำคัญกับการวางเป้าหมายมากที่สุดค่าเฉลี่ย = .96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.75 รองลงมา ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ค่าเฉลี่ย =6.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.76 และการพัฒนาแรงจูงใจ ค่าเฉลี่ย =5.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. = .96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุด พยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ย = 6.40ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.87 อยู่ในระดับมาก รองลงมาจะไม่ละทิ้งกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ ค่าเฉลี่ย =6.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.90 อยู่ในระดับมากและวางเป้าหมายชัดเจนด้านผลตอบแทนเพื่อให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายและการเก็บออมของตนเอง ค่าเฉลี่ย =6.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.83 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาด้านความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ พบว่าพบว่าพนักงานขายจะมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิดมากที่สุด ค่าเฉลี่ย =6.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.76 อยู่ในระดับมาก รองลงมาความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม ค่าเฉลี่ย

=6.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.89 อยู่ในระดับมาก และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้าน
อารมณ์ค่าเฉลี่ย =6.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =.84 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาด้านการพัฒนาแรงจูงใจพบว่าพนักงานชายจะมีแรงจูงใจ มากที่สุด
คือได้รับการยกย่องชมเชยจากหัวหน้างาน ค่าเฉลี่ย =6.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =1.05
อยู่ในระดับมาก รองลงมามีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งงานให้สูงขึ้นค่าเฉลี่ย =6.30 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน SD. =.96 อยู่ในระดับมากและอาสาทำงานที่ทำทลายความสามารถของพนักงานชาย
ค่าเฉลี่ย =6.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD. =1.05 อยู่ในระดับมากตามลำดับ

1.1.3 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second order
confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงหรือความสอดคล้องของโมเดลการพัฒนา
ตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริม
แรงจูงใจผ่านการตั้งเป้าหมาย ซึ่งเป็นสมมุติฐานทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องกับ
ข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยใช้โปรแกรม Lisrel สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ค่าสถิติที่
ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าสถิติไค-แอสควร์ (Chi-Square
Statistics) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index = GFI) ดัชนีวัดระดับ
ความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index = AGFI) และค่าดัชนีรากของ
ค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษ (Root Mean Square Residual = RMR) ผลวิจัยมีดังนี้

โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) มี
ความตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความ
กลมกลืนผ่านเกณฑ์ที่ทุกตัว ได้แก่ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=0.68$) ค่า $\chi^2/df=0.68$ ค่า
RMSEA=0.00 ค่า GFI=0.99 ค่า AGFI=0.98 ค่า RMR=0.01 ค่า SRMR=0.01 ค่า NFI=0.99
และค่า CFI=1.00 ตัวแปรแฝงการพัฒนาแรงจูงใจประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 9 ตัว มี
ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.47 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR)
เท่ากับ 0.87 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.32–0.95
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพนักงานชายมีความเห็นว่า ชื่นชอบการแข่งขันและมุ่งหวังผลประโยชน์ทุก
ครั้ง โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.95 ค่า $R^2=0.90$ รองลงมา
ต้องการมีโอกาสเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการอบรมที่องค์กรมอบให้แก่พนักงานชาย โดยมีค่าน้ำหนัก
องค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.93 ค่า $R^2=0.86$ และต้องการปฏิบัติงานด้วยความคิด

ของตนเองโดยไม่ต้องรอใครบังคับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.87 ค่า $R^2=0.76$ ตามลำดับ

โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการวางเป้าหมาย โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการวางเป้าหมาย (Goal Setting) มีความตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ดีทุกตัว ได้แก่ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=0.82$) ค่า $\chi^2/df=0.69$ ค่า RMSEA=0.00 ค่า GFI=0.99 ค่า AGFI=0.98 ค่า RMR=0.01 ค่า SRMR=0.01 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00 ตัวแปรแฝงการวางเป้าหมายประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 10 ตัว มีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.67 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.95 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.66–0.86 โดยพบว่าพนักงานขายพยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.86 ค่า $R^2=0.74$ รองลงมา เต็มใจที่จะพยายามเพิ่มขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เขาจริงใจกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ จะไม่ละทิ้งกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ พนักงานให้ความสำคัญเท่ากัน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.85 ค่า $R^2=0.73$ และมีความพึงพอใจที่จะทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.83 ค่า $R^2=0.69$ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองตามโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ พบว่า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ 20 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (Cognitive) องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ (Emotion) และองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (Behavior) โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี พิจารณาจาก ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $p = 0.38$) ค่า $\chi^2/df=1.04$ ค่า RMSEA=0.01 ค่า GFI=0.97 ค่า AGFI=0.95 ค่า RMR=0.02 ค่า SRMR=0.02 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00 แสดงว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement) รายองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (b) เป็นบวก ระหว่าง 0.88 ถึง 0.95 และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกองค์ประกอบ โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (0.95) ลำดับที่ 2

องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (0.92) ลำดับที่ 3 องค์ประกอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ (0.88)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด พนักงานชายเห็นว่า สามารถตั้งคำถามและตอบคำถามเชิงเหตุผลเกี่ยวกับงาน ได้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.87 ค่า $R^2 = 0.76$ รองลงมาสามารถจำแนกสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่จำเป็นในการทำงาน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.85 ค่า $R^2 = 0.72$ และเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับสถานการณ์จริง โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.85 ค่า $R^2 = 0.72$ ตามลำดับ

ด้านความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม พบว่า พนักงานชายต้องการคัดเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง มากที่สุดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.92 ค่า $R^2 = 0.84$ รองลงมามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.88 ค่า $R^2 = 0.77$ และมีส่วนร่วมในการสนทนางานที่ทำเสร็จ ในกลุ่มแชทพูดคุยงาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.84 ค่า $R^2 = 0.70$ ตามลำดับ

ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์พบว่าพนักงานชายมีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ภายในองค์กรมากที่สุดค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.86 ค่า $R^2 = 0.74$ รองลงมาพนักงานชายรู้สึกสนใจกิจกรรมต่างๆ ในการอบรม ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.86 ค่า $R^2 = 0.73$ และพนักงานชายมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน factor loading = 0.78 ค่า $R^2 = 0.60$ ตามลำดับ

สรุปได้ว่าความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ และ 20 ตัวบ่งชี้ โดยมีองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบคือ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม โดยก่อนการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบทดสอบ ผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าดัชนี ของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัว ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยมีค่าตัวแปรสังเกตทุกตัวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 140.75$, $df = 136$, $p = .37$) จึงสรุปได้ว่าข้อมูลสามารถนำไปวิเคราะห์ได้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรวิเคราะห์โมเดลการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรในโมเดลด้วยวิธีการวิเคราะห์อิทธิพลแบบมีตัวแปรแฝง โดยใช้โปรแกรม LISREL และใช้เกณฑ์ค่าสถิติวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Statistics) คัดมาบางส่วนจากนงลักษณ์ วิรัชชัย (2538 : 45–52) และ ศุภมาส อังคุโชติ และคณะ (2554 : 24–29) ดังนี้คือ ค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) หรือ ค่า $\chi^2/df < 2.00$ ค่า RMSEA < 0.05 ค่า GFI > 0.90 ค่า AGFI > 0.90 ค่า RMR < 0.05 SRMR < 0.05 ค่า NFI > 0.90 และค่า CFI > 0.90

การหาค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของแบบวัด ด้วยองค์ประกอบเชิงยืนยัน เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ความกลมกลืนที่แนะนำโดย (Schermelele-Engel, Moosbrugger, & Müller, 2003) พบว่า โมเดลการสร้างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงเนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ทุกตัว ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า $\chi^2/df=1.03$ ค่า RMSEA=0.01 ค่า GFI=0.97 ค่า AGFI=0.94 ค่า RMR=0.02 ค่า SRMR=0.02 ค่า NFI=0.99 และค่า CFI=1.00

ตัวแปรสาเหตุทั้งหมดในโมเดลมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement) โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (R^2) ได้ร้อยละ 67 ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ มีจำนวน 2 ตัว คือ ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) และตัวแปรการวางเป้าหมาย (Goal Setting) โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.82 และ 0.44 ตามลำดับ โดยตัวแปรสาเหตุแต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและค่าอิทธิพลต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1) ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และมีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นลำดับแรก โดยเป็นอิทธิพลทางตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.48 อิทธิพลทางอ้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.34 และอิทธิพลรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.82

2) ตัวแปรการวางเป้าหมาย (Goal Setting) เป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และมีอิทธิพลรวมมากเป็นลำดับที่ 2 โดยเป็นอิทธิพลเฉพาะทางตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.44 และอิทธิพลรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.44

1.2 สรุปผลการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ผู้วิจัยทำการออกแบบกิจกรรมโดยใช้ผลวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 และทบทวนวรรณกรรมที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งใช้แนวคิดจัดการเรียนการสอนที่สนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาตามแนวคิดของ (Reeve et al., 2004) อันได้แก่ การสนับสนุนความมีอิสระของผู้เข้าอบรม การจัดการด้านโครงสร้างของผู้อบรม และการสนับสนุนด้านความสัมพันธ์ มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ภายในโปรแกรม โดยใช้การพัฒนาโปรแกรมตามแนวคิดของ Self-System Model of Motivational Development (SSMMD) ซึ่งอยู่ภายใต้ทฤษฎี Self-Determination Theory (SDT) ซึ่งมีองค์ประกอบของการสนับสนุนความมีอิสระ, การจัดการด้านโครงสร้าง และการสนับสนุนด้านความสัมพันธ์ โดยในการดำเนินกิจกรรมในโปรแกรม ผู้เข้าอบรมจะทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการพัฒนาของ SSMMD โดยโปรแกรมที่ออกแบบมีทั้งสิ้น 8 กิจกรรม และทุกกิจกรรมได้มีผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความสอดคล้องภายใน รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน

ผลของการตรวจสอบค่าความสอดคล้องภายในของกิจกรรมในโปรแกรม พบว่าแต่ละกิจกรรมนั้น มีค่าความสอดคล้องภายในมากกว่า 0.6 ทุกด้าน ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เนื้อหา กิจกรรม และการประเมินผล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารายละเอียดของแต่ละกิจกรรมตามผู้เชี่ยวชาญได้ทำการแนะนำมา เพื่อให้แต่ละกิจกรรมในโปรแกรมมีความละเอียดและสมบูรณ์ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 “ปฐมนิเทศและสร้างความมีส่วนร่วมทางการเรียนรู้” พนักงานขายผู้เข้าอบรมสามารถอธิบายถึงความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายได้

กิจกรรมที่ 2 “ประสบการณ์และตัวแบบความสำเร็จ” พนักงานขายผู้เข้าอบรมสามารถอธิบายความสำเร็จในแง่มุมมองของตัวเองได้ พนักงานขายผู้เข้าอบรมสามารถระบุความสำคัญของวิถีคิดและพฤติกรรมของบุคคลที่ประสบความสำเร็จ

กิจกรรมที่ 3 “รู้จักการตั้งเป้าหมาย” พนักงานขายผู้เข้าอบรมสามารถระบุถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมายได้ และสามารถบอกองค์ประกอบของการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพได้

กิจกรรมที่ 4 “ฝึกการตั้งเป้าหมาย” พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถตั้งเป้าหมายส่วนบุคคลได้ พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถตั้งเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้ได้

กิจกรรมที่ 5 “กลยุทธ์การเรียนรู้” พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถใช้กลยุทธ์ในการเรียนรู้ได้

กิจกรรมที่ 6 “กลยุทธ์การแก้ปัญหา” พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถใช้กลยุทธ์เพื่อพัฒนาการขาย พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถแก้ปัญหาเพื่อพัฒนาการขาย

กิจกรรมที่ 7 “มองมุมกลับ ปรับมุมมอง” พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถระบุถึงความสำคัญของการมีเจตคติที่ดีต่อการขาย

กิจกรรมที่ 8 “เขียนตำนานให้ตัวเอง” พนักงานชายผู้เข้าอบรมสามารถตั้งเป้าหมายในระยะยาวได้

1.3 สรุปผลการศึกษาประสิทธิผลโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) แบบ One-group pretest posttest design โดยได้ทำการทดสอบความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนเข้าโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และทดสอบอีกครั้งภายหลังการเข้าร่วมโปรแกรม จากนั้นใช้ค่าสถิติ paired sample t-test เพื่อทำการวิเคราะห์ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยก่อนและหลังการเข้าร่วมโปรแกรม

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้เข้าร่วมโปรแกรม มีทั้งหมด 100 คน ส่วนใหญ่อายุ 30-40 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 เป็นเพศหญิง 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66 มีอายุงานของการเป็นพนักงานขาย 5-10 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 โดยทุกคนจะต้องทำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ 2 ครั้ง คือ ก่อนเริ่มโปรแกรม (ก่อนการทดลอง) และ หลังเริ่มโปรแกรม (ภายหลังการทดลอง)

ภายหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เข้าร่วมโปรแกรม โดยผลการศึกษาพบว่า ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายก่อนการเข้าร่วมโปรแกรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.69 (SD = 3.651) ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วมโปรแกรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.77 (SD = 2.309) จะเห็นได้ว่าความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างภายหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรม มีค่าสูงกว่าก่อนการเข้าร่วม

โปรแกรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 25.983$) ซึ่งสามารถตีความได้ว่าโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ส่งผลต่อระดับความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย

ผลความพึงพอใจโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยพบว่าผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่มีความเห็นดังนี้

ด้านกระบวนการก่อนการจัดอบรมพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือความเหมาะสมด้านระยะเวลา ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.81$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.486 รองลงมาด้านการจัดลำดับขั้นตอนกิจกรรม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.69$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.506 และความเหมาะสมช่วงเวลาจัด ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.68$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.566 และการประชาสัมพันธ์โครงการ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.63$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.597 และความเหมาะสมของสถานที่ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.56$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.538 ตามลำดับ

ด้านผู้ฝึกอบรมพบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือความรอบรู้ในเนื้อหาของผู้ฝึกอบรม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.81$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.443 รองลงมาด้าน ความเหมาะสมของผู้ฝึกอบรมในภาพรวม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.71$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.556 และความสามารถในการตอบคำถาม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.67$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.551 และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.65$ S.D. = 0.575 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือ สิ่งที่ได้รับจากโครงการเพื่อต่อยอดในงาน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.74$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.543 รองลงมาด้าน หลักสูตรเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้การพัฒนาความสามารถ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.71$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.498 และได้รับความรู้แนวคิดและประสบการณ์ใหม่ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.66$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.572 และสัดส่วนระหว่างการฝึกอบรมภาคทฤษฎีและการปฏิบัติเหมาะสม $\bar{X} = 4.66$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.497 และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการภาพรวม $\bar{X} = 4.63$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.544 และกิจกรรมนี้ตรงตามความคาดหวัง $\bar{X} = 4.60$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.550 ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมพึงพอใจมากที่สุดคือ โสตทัศนูปกรณ์ ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.71$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.518 รองลงมาด้าน เอกสารมีความพร้อม ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.58$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.606 และเจ้าหน้าที่สนับสนุน ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4.58$ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.554 ตามลำดับ

จากผลการวิจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวในข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า แบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายที่ได้สร้างขึ้นในงานวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือและมีความตรง อีกทั้งโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่ได้สร้างขึ้นในงานวิจัยครั้งนี้มีประสิทธิภาพดี พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมนี้ จะมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่สูงขึ้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

2.อภิปรายผลการวิจัย

จากผลงานวิจัยที่ได้กล่าวสรุปไว้ข้างต้น ได้ตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยทั้ง 3 ข้อ คือ เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้และพัฒนาแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และเพื่อพัฒนาและศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยผู้วิจัยได้อภิปรายประเด็นเพิ่มเติมดังนี้

2.1 การพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย และผลการพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผลการพัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานขายจากการตั้งเป้าหมายพบว่าตัวแปรสาเหตุทั้งหมดมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Learning Engagement) โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ มีจำนวน 2 ตัว คือ ตัวแปรการพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) และตัวแปรการวางเป้าหมาย (Goal Setting) โดยมีตัวบ่งชี้ที่สำคัญดังนี้

ตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด (Cognitive) พบว่าพนักงานแสดงออกถึงความยึดมั่นผูกพันเชิงการรู้คิด โดยการมีส่วนร่วม การคิดทบทวนเพื่อการเรียนรู้

ความคิดพยายามที่เต็มใจทุ่มเทในการทำงาน พยายามคิดในการทำความเข้าใจที่จะเรียนรู้ การคิดแยกแยะข้อเท็จจริง การเรียนรู้ คิดอย่างลึกซึ้ง สามารถตั้งคำถามและตอบคำถามเชิงเหตุผลเกี่ยวกับงาน โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน=0.87 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2=0.76$ สอดคล้องกับ (Sesmiyanti, 2016) การมีส่วนร่วมทางปัญญาความคิด เป็นสิ่งสำคัญมากมีจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้สามารถจูงใจให้สนใจในกระบวนการเรียนรู้ ทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้ การทำงานแยกแยะข้อเท็จจริง เข้าใจคิดอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจำแนกสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่จำเป็นในการทำงาน โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน=0.85 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2=0.72$ สอดคล้องกับ (Fredricks, 2004) & (Pintrich, 2003) เป็นการทุ่มเทเพื่อการเรียนรู้ ผู้เข้ารับการอบรมแสดงออกมาในแง่ของการพิจารณาไตร่ตรองและความพร้อมที่จะทุ่มเทพยายามในการทำความเข้าใจแนวคิดที่สลับซับซ้อน และฝึกฝนทักษะที่ยากจนเกิดความชำนาญได้อย่างแท้จริง เชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับสถานการณ์จริง โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน=0.85 ความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2=0.72$ สอดคล้องกับ (Christenson et al., 2012) การรับรู้ในการมีส่วนร่วมของเกี่ยวข้องกับความทุ่มเท คิด กระตือรือร้น การแก้ปัญหาที่ยืดหยุ่น อีสระมีกลยุทธ์ในการเรียนรู้เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนรู้นั้นแสดงถึงความพยายามในการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจและฝึกฝนความรู้และทักษะที่ตั้งใจไว้

ตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์ พบว่า การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองทั้งในเชิงบวกและลบที่มีต่อผู้อบรม เพื่อน การเรียนรู้การสอนที่อาจจะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรและความพยายามทุ่มเทในการทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับการเรียนรู้ภายในองค์กร มีอิทธิพลมากที่สุด โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.86 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2=0.74$ สอดคล้องกับ (Fredricks et al., 2004) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ คือ ปฏิกริยาทางอารมณ์เชิงบวกโดยรวมต่อการเรียนรู้รวมถึงความเพลิดเพลินกระตือรือร้น รองลงมา รู้สึกสนใจกิจกรรมต่างๆ ในการอบรม โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.86 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2=0.73$ สอดคล้องกับ (Connell, 1990), (Finn, 1989), (Connell & Wellborn, 1991) และ (Reeve, 2012) ที่กล่าวว่า ความต้องการของผู้เรียนในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ที่เกี่ยวข้องกับการเรียน ได้แก่ ผู้ฝึกอบรม เพื่อนร่วมงาน องค์กร และยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้เรียน เช่น ความสนใจ ความสุขความอยากรู้ ความกระตือรือร้นในการเรียน และ รู้สึกว่าหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานสนับสนุนในด้านการเรียนรู้ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.70 และค่าความผัน

แปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.48$ สอดคล้องกับ (Fredricks et al., 2004); (Osterman, 2000) ที่กล่าวว่า อารมณ์และการมีส่วนร่วมนั้นเชื่อมโยงถึงกันอย่างลึกซึ้ง ทุกจุดสัมผัสของประสบการณ์ของพนักงานสามารถกระตุ้นอารมณ์ได้ การตอบสนองทางอารมณ์ต่อองค์กร เพื่อนฝูง และผู้ฝึกอบรม

ตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการอบรมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม และการร่วมกิจกรรม พบว่า มากที่สุดคือคัดเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.92 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.84$ สอดคล้องกับ (Renninger & Bachrach, 2015) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมมีความเต็มใจคือการคัดเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกิจกรรมที่มีความน่าสนใจด้วยตนเอง รองลงมาคือมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.88 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ ความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.77$ สอดคล้องกับ (Connell, 1990); (Finn, 1989) ที่กล่าวว่า ความยึดมั่นผูกพันด้านพฤติกรรม (Behavioral Engagement) เป็นการที่ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการเรียน และคือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.88 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ ความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.77$ สอดคล้องกับ (Cooper, 2014) ที่กล่าวว่า ปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนและผู้สอนมีความสำคัญเป็นความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและเป็นบวกเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเพิ่มการมีส่วนร่วมทางพฤติกรรมทางการเรียนรู้ และ (Fredricks, et al, 2011) เป็นการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการอบรมในความสัมพันธ์ทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม และการร่วมกิจกรรมนอกหลักสูตร เป็นต้น พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของในด้านวิชาการ กิจกรรมทางสังคม และกิจกรรม

ตัวบ่งชี้การพัฒนาแรงจูงใจ (Motivation) พบว่า ตัวบ่งชี้แสดงถึงการตอบสนองของพฤติกรรมจะได้รับการเสริมความแข็งแกร่งด้วยรางวัล ซึ่งนำไปสู่การทำซ้ำของพฤติกรรมที่ต้องการ รางวัลคือสิ่งกระตุ้นเสริมแรง ความสำเร็จในการเรียนรู้ 3 อันดับสำคัญอันดับแรก ขึ้นชอปปการแข่งขันและมุ่งหวังผลประโยชน์ทุกครั้ง โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.95 สอดคล้องกับ (McClelland, 2018) ที่ได้กล่าวว่า ความต้องการหรือแรงจูงใจเป็นความสำเร็จ ความผูกพัน และอำนาจ และเห็นว่าสิ่งเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยขับเคลื่อนภายในขึ้นชอปปการแข่งขันและต้องการผลประโยชน์จากการกระทำและค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.90$ รองลงมามีโอกาสเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการอบรมที่องค์กรมอบให้แก่ท่าน โดยมีน้ำหนัก

องค์ประกอบมาตรฐาน = 0.93 สอดคล้องกับ (Chileshe, N. and Haupt, T. C., 2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานพบว่า พนักงานให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเอง คุณภาพชีวิต ความสัมพันธ์กับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานเป็นปัจจัยสำคัญและค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.86$ และอันดับสุดท้ายปฏิบัติงานด้วยความคิดของตนเองโดยไม่ต้องรอใครบังคับ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.87 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.76$ สอดคล้องกับ (Walker, Greene and Mansell, 2006) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยตนเองมีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ซึ่งอาจเป็นเพราะ การที่มีแรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยตนเองอันเกิดจากแรงจูงใจภายในจะทำให้เห็นคุณค่า ประโยชน์ และความสำคัญของการเรียน จึงสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ ด้วยความตั้งใจและกระตือรือร้น และมีความสุขในการเรียน ดังนั้นเมื่อมีแรงจูงใจในการตัดสินใจด้วยตนเองก็ย่อมส่งผลให้มีความยึดมั่นผูกพันต่อการเรียนสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับ (Christian, Garza, & Slaughter, 2011) ความยึดมั่นผูกพันในงานเป็นแรงจูงใจที่ทำให้พนักงานใช้ความสามารถของตนเองที่มีอยู่ในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ อีกทั้งยังสนใจงานที่นอกเหนือจากหน้าที่อีก เช่น การทำงานในเชิงรุก การคิดริเริ่ม

ตัวบ่งชี้การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) ผลการวิจัยพบว่า การตั้งเป้าหมายชัดเจน ด้านการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้การทำงานเป็นไปตามที่กำหนดไว้ มาตรฐานของการปฏิบัติงาน เกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวัดผลจึง ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นที่จะต้องรู้ทั้งก่อนและหลังปฏิบัติงานเสร็จ ให้ข้อมูลย้อนกลับมีผลต่อการปฏิบัติงานได้ดีกว่าการไม่ให้ข้อมูลย้อนกลับ เพราะผู้ปฏิบัติงานจะได้ทราบว่าควรปรับปรุงแก้ไขการทำงานอย่างไร เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีอิสระในการทำงาน ในการที่จะกระทำกรใดๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายภายใต้ขอบเขตความสามารถของตนเอง ตัวบ่งชี้สำคัญประกอบด้วย เต็มใจที่จะพยายามเพิ่มขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.85 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.73$ สอดคล้องกับ ของ (Burns et al., 2019) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การตั้งเป้าหมายนั้นเป็นกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมนั้นได้มุ่งเน้นไปที่การเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ซึ่งส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ในสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันกับคนรอบข้าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Antonio & Tuffley, 2015) ซึ่งได้ศึกษาผลของการตั้งเป้าหมายกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยเป้าหมายจะต้องมีความชัดเจน และสามารถเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ (Andriessen et al., 2006); (Greene et al., 2004); (Orthner et al., 2013); (Tan, 2007) จะทำให้เกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้น ความยึดมั่นผูกพันกับการเรียน ได้ให้ความหมายว่ากระบวนการเชิงกลยุทธ์สำหรับการเรียนรู้และความรับผิดชอบต่อ

เป้าหมายหรือผลแก่ตัวเอง รองลงมา จะไม่ละทิ้งกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.85 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.73$ สอดคล้องกับ (Locke & Latham, 1990) ตั้งเป้าหมายเป็นกระบวนการพิสูจน์การทำงานของคนและกลุ่มกับเป้าหมายที่กำหนดหรือมาตรฐานคุณภาพ และเสนอแนวคิดที่ว่า แรงจูงใจในการทำงานที่สำคัญของบุคคล คือ ความตั้งใจหรือความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การตั้งเป้าหมายที่ดีนั้นต้องเป็นเป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจง มีความท้าทายหรือมีความยากแต่สามารถปฏิบัติได้ มีการวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายนั้น และอันดับสามการเอาจริงเอาจังกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน = 0.85 และค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ $R^2 = 0.73$ สอดคล้องกับ (Hulleman, Schrage, Bodmann, & Harackiewicz, 2010) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ การพยายามอย่างจริงจังกับเป้าหมายสะท้อนถึงความสามารถในงานนั้นตามลำดับ และสอดคล้องกับ การตั้งเป้าหมายนั้น เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการวางแผนการทำงาน (action plan) ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อสร้างแรงจูงใจและชี้นำบุคคลนั้นให้ไปถึงเป้าหมายได้สำเร็จ (Grant, 2012) เป้าหมายนั้นมีความละเอียดอ่อนกว่าแรงปรารถนา หรือความตั้งใจชั่วขณะ ดังนั้นการตั้งเป้าหมาย จึงหมายถึง การที่บุคคลนั้นๆ มีความมุ่งมั่นทั้งในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม ไปสู่การได้รับเป้าหมาย เพื่อให้ไปถึงสถานะดังกล่าว ผู้ตั้งเป้าหมายจะต้องมีการตั้งสถานะในอนาคต ซึ่งมีความแตกต่างจากสถานะที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวจะทำให้การกระทำในอนาคตเปลี่ยนไปเพื่อไปสู่สถานะที่ได้ตั้งเอาไว้ (Inzlicht et al., 2014) และ (Schunk & Mullen, 2012) ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่นั้นเกิดจากการรับรู้ความสามารถในการเรียนของตนเอง ซึ่งจะรักษาความคาดหวังผลทางการเรียนในเชิงบวก มีการให้คุณค่าในการเรียน รวมถึงมีการตั้งเป้าหมายและประเมิน ความก้าวหน้าในการเรียนของตนเอง และมีการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ตนเองเชื่อว่าจะเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ (สิริปัญญา สาคี, 2555) ที่กล่าวว่าความเชื่อ มั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ เป็นลักษณะของบุคคลที่มีความ เชื่อด้านทัศนคติเชิงบวกต่อองค์การมีความผูกพัน อย่างแท้จริงต่อค่านิยมและเป้าหมายขององค์การ พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์การซึ่งเป็นเป้าหมาย ของตน ด้วยมีความเชื่อว่าองค์การนี้เป็นองค์การที่ ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วยภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ซึ่งไม่เพียงแต่ความเชื่อถือ การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ เท่านั้นที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงาน

ด้วยกระบวนการค้นหาความหมายและการพัฒนาข้อคำถามในการวิจัยนี้มีความ สอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาแบบวัดความยึดมั่น

ผู้ค้นพบในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับความมุ่งหมายการวิจัยข้อ 1 และข้อที่ 2 และสามารถกล่าวได้ว่า แบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย สามารถนำไปใช้กับกลุ่มพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยได้ และรูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยได้

2.2 การพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ในการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างนิยามและแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาเป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม โดยใช้แนวคิดการพัฒนาแรงจูงใจ และการตั้งเป้าหมาย ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวัตถุประสงค์ของโปรแกรม คือ เพื่อเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยขอแบ่งการอภิปรายการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นนั้น ได้ออกแบบตามแนวคิดการสนับสนุนความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยาของผู้เข้ารับการอบรม ในการส่งเสริมความมีอิสระของผู้เข้ารับการอบรม ความต้องการมีความสามารถ ความต้องการมีอิสระและความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น ตามแนวคิดของ Self-system Model of Motivational Development (SSMMD) ซึ่งอยู่ภายใต้ทฤษฎี Self-Determination Theory ที่อธิบายถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจ และสภาพแวดล้อมมีส่วนสนับสนุนให้บุคคลเกิดความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา และสอดคล้องกับแนวคิดของ (Reeve et al., 2004) ที่สามารถกล่าวโดยสรุปว่า การสนับสนุนความมีอิสระนั้น จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดแรงจูงใจในการเรียน และจะนำไปสู่การสร้างความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ได้ อีกทั้งยังมีงานวิจัยของ (Buil, Catalán, & Martínez, 2020) ที่ได้ทำการวิจัยผลของ Self-system Model of Motivational Development ที่มีต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ผ่านการ

เล่นเกมส์แบบจำลอง โดยผลการวิจัยพบว่า Self-system Model of Motivational Development นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการพัฒนาความยึดมั่นผูกพันในการเรียน

ดังนั้นโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นนั้น จะถูกออกแบบมาเพื่อทำหน้าที่ในการช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยใช้แนวทางการสนับสนุนความมีอิสระผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดแรงจูงใจในการเรียน เช่น การตั้งเป้าหมาย ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ซึ่งเป็นพนักงานขายนั้น ผู้วิจัยจึงออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับ ทฤษฎีการเรียนรู้ในผู้ใหญ่ (Adult Learning) ซึ่งเป็นแนวคิดของ (Lippitt, Knowles, & Knowles, 1984) โดยหัวใจสำคัญคือ ผู้เข้าอบรมในวัยผู้ใหญ่ นั้น พร้อมที่จะเรียนรู้ แต่ต้องให้ทำการกำหนดเรื่องที่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง เนื่องจากพวกเขามีประสบการณ์ดั้งเดิมเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว และจะนำประสบการณ์มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่เรียนรู้ใหม่ ซึ่งแรงจูงใจในการเรียนจะเกิดจากประโยชน์ที่สามารถนำไปใช้จริงได้ จากการเรียนนั้นๆ ดังนั้นกิจกรรมที่ออกแบบทั้งหมดจะถูกแจ้งวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการอบรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเกิดความสนใจในกิจกรรม และให้ความร่วมมือในกิจกรรมที่ผู้ฝึกอบรมจัดขึ้น ซึ่ง มีงานวิจัยของ (Gutierrez, Baralt, & Shuck, 2013) ที่ได้กล่าวว่า การใช้ Adult learning มาออกแบบรูปแบบการเรียน จะทำให้ ผู้ใหญ่มี engagement ที่สูงขึ้น อีกทั้งยังออกแบบให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีการแบ่งกลุ่มเพื่ออภิปรายประเด็นต่างๆ ที่ผู้ฝึกอบรมกำหนด ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) ที่เป็นอีกหนึ่งแนวคิดการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้ฝึกอบรมช่วยสนับสนุนการทำงานร่วมกันในการอบรม อีกทั้งสนับสนุนให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้เข้ารับการอบรมกับเนื้อหา ผ่านการเรียนรู้และการคิดวิเคราะห์ ทั้งนี้ผู้เข้ารับการอบรมจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวด้วยการเห็นคุณค่าในการลงมือปฏิบัติเอง (Petty, 2004) ผู้ฝึกอบรมสามารถใช้วิธีการในการแบ่งกลุ่ม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแต่ละกลุ่ม และช่วยกันในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ผู้ฝึกอบรมได้จัดเตรียมไว้ในกิจกรรม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องนั้นๆ และยังมีงานวิจัยของ (Ginting, 2021) ที่ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้สอนควรใช้สไตล์การสอนแบบ Active Learning หรือ Problem Based solving เพื่อที่จะกระตุ้นผู้เรียน และจะส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

จากผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 2 นั้นพบว่า การเสริมแรงจูงใจนั้นส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ผ่านการตั้งเป้าหมาย ดังนั้นการออกแบบกิจกรรมจึงเป็นการออกแบบกิจกรรมที่เริ่มต้นจากการตั้งเป้าหมายให้ชัดเจนก่อน ในกิจกรรมต้นๆ จากนั้นกิจกรรมในลำดับถัดมาจะเป็น

การเสริมแรงจูงใจให้กับผู้เข้าอบรมหลังจากที่ได้ตั้งเป้าหมายไปแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 2

กล่าวโดยสรุปว่าผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ซึ่งเป็นไปตามความมุ่งหมายการวิจัยที่ 3 โดยอาศัยผลจากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และ 2 ประกอบกับหลักการและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.3 การศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดให้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยก่อนการทดลองเป็นตัวแปรควบคุม เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับ ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยหลังการทดลอง โดยใช้วิธีการทดสอบค่า t แบบ dependent sample test พบว่า ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายก่อนการเข้าร่วมโปรแกรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.69 (SD = 3.651) ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วมโปรแกรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.77 (SD = 2.309) จะเห็นได้ว่าความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างภายหลังจากการเข้าร่วมโปรแกรม มีค่าสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมโปรแกรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 25.983$) ซึ่งสามารถตีความได้ว่าโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ส่งผลต่อระดับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยจริง พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยที่ได้รับโปรแกรมนี้จะมี ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้น โดยผลการวิจัยนี้สามารถเทียบได้กับผลการศึกษาของ (หวังรุ่งกิจ et al., 2561) ที่ได้ทำการศึกษาผลของการใช้โปรแกรมเพื่อส่งเสริมคุณลักษณะความยึดมั่นผูกพันในวิชาการของนักศึกษาปริญญาตรีโดยมีการวางเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศ ส่วนบุคคลเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้การประเมินความยึดมั่นผูกพันในวิชาการของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบที่ระยะก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับการอบรมมีความยึดมั่นผูกพันในวิชาการภายหลังการอบรมที่สูงกว่าก่อนการอบรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลของงานวิจัยก่อนหน้านี้ ที่แสดงให้เห็นว่า เป้าหมายภายในส่วนบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเรียนรู้ รวมถึงความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ (Vansteenkiste et al., 2012) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Reeve et al., 2004) ที่ได้นำเสนอว่า การสนับสนุนความมีอิสระในการเรียน ช่วยส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมเกิดแรงจูงใจในการเรียน ซึ่งนำไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของผู้เข้า

อบรมได้ ซึ่งผู้อบรมต้องคำนึงถึงเป้าหมายของผู้เรียนเป็นสำคัญ และผู้อบรมต้องเอาใจใส่ต่อสิ่งที่ส่งเสริมแรงจูงใจของผู้เข้าอบรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Wu, 2019) ที่ได้ทำการวิจัยถึงอิทธิพลของแรงจูงใจของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่มีผลกระทบต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียน ซึ่งผลวิจัยได้กล่าวว่า แรงจูงใจของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยนั้นส่งผลในเชิงบวกต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียน สอดคล้องกับ (Collie et al., 2016) ได้ทำการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของผู้เข้ารับการอบรม เป้าหมายส่วนบุคคล และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ โดยผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของผู้เข้ารับการอบรมกับผู้เข้ารับการอบรมคนอื่น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับเป้าหมายส่วนบุคคล และนอกจากนั้นยังพบว่า เป้าหมายเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความสัมพันธ์ของผู้เข้ารับการอบรมกับผู้เข้ารับการอบรมคนอื่นและผู้อบรม ไปสู่ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ (Liem et al., 2012) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับตัวแปรด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้ารับการอบรมและผู้อบรม (Yu & Martin, 2014) ได้ทำการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลและเป้าหมายเชิงสัมฤทธิ์ เพื่อตรวจสอบถึงความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับแรงจูงใจในการเรียนรู้และความยึดมั่นผูกพันของผู้เข้าอบรม ผลการศึกษาพบว่าเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคลและเป้าหมายเพื่อความเชี่ยวชาญนั้นมีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรทางด้านแรงจูงใจ และความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรม ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ (Martin & Elliot, 2016) ที่ศึกษาเป้าหมายเชิงสัมฤทธิ์ของผู้เรียนเช่นเดียวกัน และพบผลลัพธ์เชิงบวกระหว่างเป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล แรงจูงใจและความยึดมั่นผูกพันของผู้เรียนในลักษณะเดียวกัน

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ซึ่งเป็นไปตามความมุ่งหมายการวิจัยที่ 3 และแสดงให้เห็นว่า เมื่อพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ได้รับโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น จะช่วยให้พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยมีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่เพิ่มมากขึ้น

3. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

3.1 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1) งานวิจัยนี้ออกแบบมาอย่างเฉพาะเจาะจงสำหรับพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยเท่านั้น รวมถึงการกำหนดข้อคำถามต่างๆ ในแบบวัด อีกทั้งกิจกรรมในโปรแกรมในงานวิจัยนี้ ได้ถูกออกแบบเนื้อหาขึ้นมาสำหรับบริบทของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยเท่านั้น ไม่สามารถนำไปอ้างอิงกับกลุ่มประชากรอื่นๆ ได้ เพราะอาจมีบริบทของประชากรที่ไม่เหมือนกัน

2) ผลการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการจัดโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยเพียงครั้งเดียว ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะได้ทำการตรวจสอบความตรงจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว แต่ผู้ฝึกอบรมได้ดำเนินการโดยชุดเดียวเท่านั้น ทั้งนี้แนวทางการนำเสนอของผู้ฝึกอบรมแต่ละท่านอาจไม่เหมือนกัน จึงอาจท้าววิจัยเพิ่มโดยการเปลี่ยนผู้ฝึกอบรมเป็นท่านอื่น เพื่อยืนยันความเที่ยงของโปรแกรมที่ใช้ รวมทั้งผู้ฝึกอบรมในโปรแกรมจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในสายงานการขายผลิตภัณฑ์ในสถาบันการเงินในไทยเป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่ดี และสามารถยกตัวอย่างกรณีศึกษาในการปฏิบัติงานจริงของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยได้อย่างสอดคล้อง

3) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การเก็บข้อมูลทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ใช้การสื่อสารผ่านทางช่องทางออนไลน์ทั้งหมด ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลออนไลน์ผ่านทาง Google Form และได้มีการจัดการอบรมตามโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom โดยการติดต่อสื่อสารผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ นั้น มีข้อจำกัดในการใช้งานซึ่งเป็นไปตามสภาพของการสื่อสารออนไลน์ เช่น ความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่ผู้ฝึกอบรมหรือผู้เข้ารับการอบรมใช้งานอาจสะดุด หรือไม่ต่อเนื่องส่งผลต่อความไม่ต่อเนื่องของการอบรม หรือสิ่งแวดล้อมที่ผู้เข้ารับการอบรมอยู่ อาจไม่เอื้ออำนวยต่อการตั้งใจฟัง ทำให้ผู้เข้าอบรมขาดสมาธิในการเรียน ดังนั้นผู้ฝึกอบรมจะต้องมีทักษะในการอบรมผ่านออนไลน์ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้เข้าอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

3.2.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1) สถาบันการเงินในประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในองค์กร ทั้งนี้สถาบันการเงินในไทยอาจนำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ในการวางแผนเพื่อทำการจัดการอบรมพนักงานขายในองค์กร หรือใช้เสริมสำหรับการประเมินผลการทำงานของพนักงานขายในองค์กรนั้นๆ ทั้งนี้สถาบันการเงินในไทยสามารถประยุกต์โปรแกรมที่ออกแบบมาจากงานวิจัยนี้ในการฝึกอบรมพนักงานขายในองค์กร ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นหรือความต้องการของพนักงานขายได้ เนื่องจาก

ผลการวิจัยจากงานวิจัยในครั้งนี้ได้ยืนยันถึงความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยที่ได้เข้ารับการอบรมจากโปรแกรมที่ได้ถูกออกแบบในงานวิจัยนี้

2) สถาบันการเงินในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานชายด้านแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย โดยจัดให้มีการเข้าร่วมโปรแกรมอบรมอย่างต่อเนื่อง และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานชายในองค์กรดีขึ้น

3) พนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยที่มีความสนใจในการเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ สามารถใช้แบบวัดที่พัฒนาขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางในการพัฒนาได้ โดยสามารถใช้แบบวัดดังกล่าวในการประเมินตัวเอง เพื่อให้รู้ถึงสถานะปัจจุบันว่าเราควรพัฒนาหรือปรับปรุงพฤติกรรมใด เพื่อที่จะส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ให้ดียิ่งขึ้น

3.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1) การวิจัยในครั้งถัดไปควรศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานชายที่อาจส่งผลต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย เช่น ความผูกพันในงาน ความต้องการในการฝึกอบรม เจตคติต่องานชายของพนักงานชาย เนื่องจากในงานวิจัยครั้งนี้ได้มีการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย เพื่อเป็นการส่งเสริมความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย แต่อาจมีปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยอีกด้วย

2) งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียวทดสอบก่อนอบรมและหลังอบรม (One group pretest posttest design) ดังนั้นเพื่อให้ข้อมูลมีความละเอียดมากขึ้น เพื่อดูประสิทธิภาพโปรแกรม ควรทำกลุ่มเป็นกลุ่มควบคุมเพื่อนำมาเปรียบเทียบ

3) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การจัดโปรแกรมฝึกอบรมในงานวิจัยนี้จึงเป็นลักษณะการอบรมผ่านแอปพลิเคชัน Zoom ซึ่งเป็นการจัดอบรมรูปแบบใหม่ ซึ่งอาจสามารถพัฒนาต่อยอดให้การอบรมในครั้งต่อไป ต่อยอดจากการอบรมออนไลน์ในรูปแบบนี้ โดยเสริมให้มีกิจกรรมที่เหมาะสมกับการอบรมแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับทั้งผู้เข้าอบรมและผู้ฝึกอบรม

4) ประยุกต์ใช้แนวคิดจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อต่อยอดในการทำการวิจัยในกลุ่มประชากรอื่นที่ไม่ใช่พนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ในงานวิจัยนี้มีการออกแบบมาสำหรับพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทยเท่านั้น โปรแกรมที่ได้จากงานวิจัยจึงอาจไม่สามารถ

นำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างอื่นได้โดยตรง ทั้งนี้ในการวิจัยครั้งถัดไปอาจประยุกต์บางกิจกรรมเพื่อ
ออกแบบไปใช้สำหรับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่ไม่ใช่พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยได้ เช่น
พนักงานขายในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีความใกล้เคียง ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องทำการวิเคราะห์บริบท
ใหม่ของกลุ่มตัวอย่างใหม่ เพื่อออกแบบโปรแกรมที่มีความเหมาะสมสำหรับกลุ่มตัวอย่างนั้นๆ ใน
งานวิจัยครั้งถัดไป



บรรณานุกรม

- Abdulla, A. (2017). *Coaching Students in Secondary Schools: Closing the gap between performance and potential*: Routledge.
- Andriessen, I., Phalet, K., & Lens, W. (2006). Future goal setting, task motivation and learning of minority and non-minority students in Dutch schools. *British Journal of Educational Psychology*, 76(4), 827-850.
- Antonio, A., & Tuffley, D. (2015). First year university student engagement using digital curation and career goal setting. *Research in Learning Technology*, 23(1).
- Appleton, J., Christenson, S., & Furlong, M. (2008). Student engagement with school: Critical conceptual and methodological issues of the construct. *Psychology in the Schools*, 45, 369-386. doi:10.1002/pits.20303
- Appleton, J. J., Christenson, S. L., Kim, D., & Reschly, A. L. (2006). Measuring cognitive and psychological engagement: Validation of the Student Engagement Instrument. *Journal of school psychology*, 44(5), 427-445.
- Assor, A., Kaplan, H., & Roth, G. (2002). Choice is good, but relevance is excellent: Autonomy-enhancing and suppressing teacher behaviours predicting students' engagement in schoolwork. *British Journal of Educational Psychology*, 72(2), 261-278. doi:<https://doi.org/10.1348/000709902158883>
- Astleitner, H., & Wiesner, C. (2004). An integrated model of multimedia learning and motivation. *Journal of Educational multimedia and Hypermedia*, 13(1), 3-21.
- Atkinson, J. W. (1964). An introduction to motivation.
- Babakus, E., Yavas, U., Karatepe, O. M., & Avci, T. (2003). The effect of management commitment to service quality on employees' affective and performance outcomes. *Journal of the Academy of marketing Science*, 31(3), 272-286.
- Banathy, B. H., & Jenks, C. L. (1990). *The Transformation of Education by Design: An Orientation Guide for Educational Decision Makers*.
- Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives. Vol. 1: Cognitive domain. *New York: McKay*, 20(24), 1.

- Bronfenbrenner, U. (1986). Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. *Developmental psychology*, 22(6), 723.
- Buil, I., Catalán, S., & Martínez, E. (2020). Engagement in business simulation games: A self-system model of motivational development. *British Journal of Educational Technology*, 51(1), 297-311.
- Bulger, S. M., Housner, L. D., & Lee, A. M. (2008). Curriculum alignment: A view from physical education teacher education. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 79(7), 44-49.
- Burns, E. C., Martin, A. J., & Collie, R. J. (2019). Understanding the role of personal best (PB) goal setting in students' declining engagement: A latent growth model. *Journal of Educational Psychology*, 111(4), 557.
- Cheon, S. H., Reeve, J., & Moon, I. S. (2012). Experimentally based, longitudinally designed, teacher-focused intervention to help physical education teachers be more autonomy supportive toward their students. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 34(3), 365-396.
- Christenson, S. L., Reschly, A. L., & Wylie, C. (2012). *Handbook of research on student engagement*: Springer Science & Business Media.
- Collie, R. J., Martin, A. J., Papworth, B., & Ginns, P. (2016). Students' interpersonal relationships, personal best (PB) goals, and academic engagement. *Learning and Individual Differences*, 45, 65-76.
- Connell, J. P. (1990). Context, self, and action: A motivational analysis of self-system processes across the life span. *The self in transition: Infancy to childhood*, 8, 61-97.
- Connell, J. P., & Wellborn, J. G. (1991). Competence, autonomy, and relatedness: A motivational analysis of self-system processes.
- Cooper, K. S. (2014). Eliciting engagement in the high school classroom: A mixed-methods examination of teaching practices. *American Educational Research Journal*, 51(2), 363-402.
- Corno, L., & Mandinach, E. B. (1983). The role of cognitive engagement in classroom

- learning and motivation. *Educational psychologist*, 18(2), 88-108.
- Crockett, L., & Churches, A. (2017). Growing global digital citizens: Better learners (A guide to increasing student citizenship and 21st century skills with digital technology). In: Bloomington, IN: Solution Tree.
- Davis, D., & Daley, B. J. (2008). The learning organization and its dimensions as key factors in firms' performance. *Human Resource Development International*, 11(1), 51-66.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of research in personality*, 19(2), 109-134.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1987). The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6), 1024-1037.
doi:10.1037/0022-3514.53.6.1024
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Facilitating optimal motivation and psychological well-being across life's domains. *Canadian psychology/Psychologie canadienne*, 49(1), 14.
- Deci, E. L., Ryan, R. M., & Williams, G. C. (1996). Need satisfaction and the self-regulation of learning. *Learning and Individual Differences*, 8(3), 165-183.
- Deci, E. L., Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., & Ryan, R. M. (1991). Motivation and Education: The Self-Determination Perspective. *Educational psychologist*, 26(3-4), 325-346. doi:10.1080/00461520.1991.9653137
- Domjan, M. (1996). The principles of learning and behavior *Belmont. California: Thomson Wadsworth*.
- Evans, M., & Boucher, A. R. (2015). Optimizing the power of choice: Supporting student autonomy to foster motivation and engagement in learning. *Mind, Brain, and Education*, 9(2), 87-91.
- Finn, J. D. (1989). Withdrawing from school. *Review of educational research*, 59(2), 117-142.
- Fitz-Gibbon, C. T., & Morris, L. L. (1987). *How to design a program evaluation*: Sage.
- Fraser, B., McRobbie, C., & Fisher, D. (1996). *Development, validation and use of*

personal and class forms of a new classroom environment questionnaire. Paper presented at the Proceedings Western Australian Institute for educational research forum.

- Fredricks, J. A. (2011). Engagement in school and out-of-school contexts: A multidimensional view of engagement. *Theory into practice, 50*(4), 327-335.
- Fredricks, J. A. (2015). Academic engagement.
- Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., & Paris, A. H. (2004). School Engagement: Potential of the Concept, State of the Evidence. *Review of educational research, 74*(1), 59-109. doi:10.3102/00346543074001059
- Furrer, C., & Skinner, E. (2003). Sense of relatedness as a factor in children's academic engagement and performance. *Journal of educational psychology, 95*(1), 148.
- Gill, S., & Thomson, G. (2017). *Human-centred education: A practical handbook and guide*: Taylor & Francis.
- Ginting, D. (2021). Student Engagement and Factors Affecting Active Learning in English Language Teaching. *VELES: Voices of English Language Education Society, 5*(2), 215-228.
- Goldin, G. A., Epstein, Y. M., Schorr, R. Y., & Warner, L. B. (2011). Beliefs and engagement structures: Behind the affective dimension of mathematical learning. *ZDM, 43*(4), 547.
- Goodenow, C. (1993). Classroom Belonging among Early Adolescent Students: Relationships to Motivation and Achievement. *The Journal of Early Adolescence, 13*(1), 21-43. doi:10.1177/0272431693013001002
- Grant, A. M. (2012). Making Positive Change: A Randomized Study Comparing Solution-Focused vs. Problem-Focused Coaching Questions. *Journal of Systemic Therapies, 31*(2), 21-35. doi:10.1521/jsyt.2012.31.2.21
- Greene, B. A., Miller, R. B., Crowson, H. M., Duke, B. L., & Akey, K. L. (2004). Predicting high school students' cognitive engagement and achievement: Contributions of classroom perceptions and motivation. *Contemporary educational psychology, 29*(4), 462-482.

- Grolnick, W. S., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1997). Internalization within the family: The self-determination theory perspective. *Parenting and children's internalization of values: A handbook of contemporary theory*, 135-161.
- Grolnick, W. S., & Ryan, R. M. (1989). Parent styles associated with children's self-regulation and competence in school. *Journal of educational psychology*, 81(2), 143.
- Grolnick, W. S., Ryan, R. M., & Deci, E. L. (1991). Inner resources for school achievement: Motivational mediators of children's perceptions of their parents. *Journal of educational psychology*, 83(4), 508.
- Guo, Y. (2018). The Influence of Academic Autonomous Motivation on Learning Engagement and Life Satisfaction in Adolescents: The Mediating Role of Basic Psychological Needs Satisfaction. *Journal of Education and Learning*, 7, 254. doi:10.5539/jel.v7n4p254
- Gutierrez, C. C., Baralt, S. T., & Shuck, M. B. (2013). The integrated process of engagement in adult learning.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. . New York: JohnWiley & Sons.
- Hildrew, C. (2018). *Becoming a Growth Mindset School: The Power of Mindset to Transform Teaching, Leadership and Learning*: Routledge.
- Hoffman, M., Richmond, J., Morrow, J., & Salomone, K. (2002). Investigating "Sense of Belonging" in First-Year College Students. *Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice*, 4(3), 227-256. doi:10.2190/dryc-cxq9-jq8v-ht4v
- Hollembek, J., & Amorose, A. J. (2005). Perceived Coaching Behaviors and College Athletes' Intrinsic Motivation: A Test of Self-Determination Theory. *Journal of Applied Sport Psychology*, 17(1), 20-36. doi:10.1080/10413200590907540
- Hollenbeck, J. R., Klein, H. J., O'Leary, A. M., & Wright, P. M. (1989). Investigation of the construct validity of a self-report measure of goal commitment. . *Journal of Applied Psychology*, 74(6), 951–956., <https://doi.org/10.1037/0021-9010.74.6.951>.
- Hospel, V., & Galand, B. (2016). Are both classroom autonomy support and structure

- equally important for students' engagement? A multilevel analysis. *Learning and Instruction*, 41, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2015.09.001>
- Hughes, C. L. (1965). *Goal setting*: AMACOM/American Management Association.
- Hulleman, C. S., Schrager, S. M., Bodmann, S. M., & Harackiewicz, J. M. (2010). A meta-analytic review of achievement goal measures: Different labels for the same constructs or different constructs with similar labels? *Psychological bulletin*, 136(3), 422.
- Inzlicht, M., Legault, L., & Teper, R. (2014). Exploring the Mechanisms of Self-Control Improvement. *Current Directions in Psychological Science*, 23(4), 302-307. doi:10.1177/0963721414534256
- Jang, H., Reeve, J., & Deci, E. L. (2010). Engaging students in learning activities: It is not autonomy support or structure but autonomy support and structure. *Journal of educational psychology*, 102(3), 588.
- Khan, M. (2012). The impact of training and motivation on performance of employees. *Business review*, 7(2), 84-95.
- Kolesnik, W. B. (1978). *Motivation: Understanding and influencing human behavior*. Allyn & Bacon.
- Larson, S. C. (2011). *The effects of academic literacy instruction on engagement and conceptual understanding of biology of ninth-grade students*.
- Lee, J.-S. (2012). The effects of the teacher–student relationship and academic press on student engagement and academic performance. *International Journal of Educational Research*, 53, 330-340. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijer.2012.04.006>
- Li, Y., Lerner, J. V., & Lerner, R. M. (2010). Personal and Ecological Assets and Academic Competence in Early Adolescence: The Mediating Role of School Engagement. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(7), 801-815. doi:10.1007/s10964-010-9535-4
- Li, Y., & Lerner, R. M. (2013). Interrelations of behavioral, emotional, and cognitive school engagement in high school students. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(1), 20-32.

- Liem, G. A. D., Ginns, P., Martin, A. J., Stone, B., & Herrett, M. (2012). Personal best goals and academic and social functioning: A longitudinal perspective. *Learning and Instruction, 22*(3), 222-230. doi:<https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2011.11.003>
- Lippitt, G. L., Knowles, M. S., & Knowles, M. S. (1984). *Andragogy in action: applying modern principles of adult learning*.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting & task performance*: Prentice-Hall, Inc.
- Locke, E. A., Shaw, K. N., Saari, L. M., & Latham, G. P. (1981). Goal setting and task performance: 1969—1980. *Psychological bulletin, 90*(1), 125.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1984). *Consumer behavior: Concepts and applications*. McGraw-Hill Companies.
- Maehr, M. L., & Meyer, H. A. (1997). Understanding Motivation and Schooling: Where We've Been, Where We Are, and Where We Need to Go. *Educational Psychology Review, 9*(4), 371-409. doi:10.1023/A:1024750807365
- Martin, A. J. (2009). Motivation and engagement across the academic life span: A developmental construct validity study of elementary school, high school, and university/college students. *Educational and psychological measurement, 69*(5), 794-824.
- Martin, A. J., & Elliot, A. J. (2016). The role of personal best (PB) and dichotomous achievement goals in students' academic motivation and engagement: A longitudinal investigation. *Educational Psychology, 36*(7), 1285-1302.
- Maulana, R., Helms-Lorenz, M., Iridayanti, Y., & van de Grift, W. (2016). Autonomous Motivation in the Indonesian Classroom: Relationship with Teacher Support Through the Lens of Self-Determination Theory. *The Asia-Pacific Education Researcher, 25*(3), 441-451. doi:10.1007/s40299-016-0282-5
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving society*. Simon and Schuster. (Vol. 92051).
- McCrudden, M. T., & McNamara, D. S. (2017). *Cognition in education*: Routledge.
- McLachlan, S., & Hagger, M. S. (2010). Associations Between Motivational Orientations and Chronically Accessible Outcomes in Leisure-Time Physical Activity. *Research*

Quarterly for Exercise and Sport, 81(1), 102-107.

doi:10.1080/02701367.2010.10599633

Miller, R. B., Greene, B. A., Montalvo, G. P., Ravindran, B., & Nichols, J. D. (1996).

Engagement in academic work: The role of learning goals, future consequences, pleasing others, and perceived ability. *Contemporary educational psychology*, 21(4), 388-422.

Morris, B. U., & Bronfenbrenner, U. (2006). The bioecological model of human development. *Handbook of child psychology*, 6, 793-828.

Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality: a clinical and experimental study of fifty men of college age*. Oxford, England: Oxford Univ. Press.

Niemi, A. M. (2007). *What are Effective Strategies to Support Student Engagement and Learning?* Evergreen State College,

Niemiec, C. P., & Ryan, R. M. (2009). Autonomy, competence, and relatedness in the classroom: Applying self-determination theory to educational practice. *Theory and Research in Education*, 7(2), 133-144. doi:10.1177/1477878509104318

Ntoumanis, N. (2005). A prospective study of participation in optional school physical education using a self-determination theory framework. *Journal of educational psychology*, 97(3), 444.

O'Donnell, A. M., Reeve, J., & Smith, J. K. (2011). *Educational psychology: Reflection for action*: John Wiley & Sons.

Orthner, D. K., Jones-Sanpei, H., Akos, P., & Rose, R. A. (2013). Improving middle school student engagement through career-relevant instruction in the core curriculum. *The Journal of Educational Research*, 106(1), 27-38.

Osterman, K. F. (2000). Students' need for belonging in the school community. *Review of educational research*, 70(3), 323-367.

Pakarinen, E., Kiuru, N., Lerkkanen, M.-K., Poikkeus, A.-M., Siekkinen, M., & Nurmi, J.-E. (2010). Classroom organization and teacher stress predict learning motivation in kindergarten children. *European Journal of Psychology of Education*, 25(3), 281-300. doi:10.1007/s10212-010-0025-6

- Petty, G. (2004). Active learning. In.
- Pintrich, P. R. (2003). A motivational science perspective on the role of student motivation in learning and teaching contexts. *Journal of educational psychology, 95*(4), 667.
- Querol, B. I. D., Rosales, R., & Soldner, J. L. (2015). A comprehensive review of interteaching and its impact on student learning and satisfaction. *Scholarship of Teaching and Learning in Psychology, 1*(4), 390.
- Reeve, J. (2011). Teaching in ways that support students' autonomy. *Enhancing teaching and learning, 90-103*.
- Reeve, J. (2012). A self-determination theory perspective on student engagement. In *Handbook of research on student engagement* (pp. 149-172): Springer.
- Reeve, J. (2016). Autonomy-Supportive Teaching: What It Is, How to Do It. In W. C. Liu, J. C. K. Wang, & R. M. Ryan (Eds.), *Building Autonomous Learners: Perspectives from Research and Practice using Self-Determination Theory* (pp. 129-152). Singapore: Springer Singapore.
- Reeve, J., & Halusic, M. (2009). How K-12 teachers can put self-determination theory principles into practice. *Theory and Research in Education, 7*(2), 145-154. doi:10.1177/1477878509104319
- Reeve, J., & Jang, H. (2006). What teachers say and do to support students' autonomy during a learning activity. *Journal of educational psychology, 98*(1), 209.
- Reeve, J., Jang, H., Carrell, D., Jeon, S., & Barch, J. (2004). Enhancing students' engagement by increasing teachers' autonomy support. *Motivation and emotion, 28*(2), 147-169.
- Renninger, K. A., & Bachrach, J. E. (2015). Studying triggers for interest and engagement using observational methods. *Educational psychologist, 50*(1), 58-69.
- Robb, M. K. (2004). *Factors that influence cognitive engagement and academic success of pre-licensure baccalaureate millennial nursing students*: Indiana University of Pennsylvania.
- Roeser, R. W., Midgley, C., & Urdan, T. C. (1996). Perceptions of the school psychological environment and early adolescents' psychological and behavioral functioning in

- school: The mediating role of goals and belonging. *Journal of educational psychology*, 88(3), 408.
- Ryan, R. M. (1993). Agency and Organization: Intrinsic. *Developmental perspectives on motivation*, 40(1).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.
- Sagayadevan, V., & Jeyaraj, S. (2012). The role of Emotional Engagement in Lecturer-Student interaction and the Impact on Academic Outcomes of Student Achievement and Learning. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 12(3), 1-30.
- Saville, B. K., Zinn, T. E., & Elliott, M. P. (2005). Interteaching versus traditional methods of instruction: A preliminary analysis. *Teaching of Psychology*, 32(3), 161-163.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.
- Schiffmann, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). Consumer behavior.
- Schunk, D. H., & Mullen, C. A. (2012). Self-efficacy as an engaged learner. In *Handbook of research on student engagement* (pp. 219-235): Springer.
- Scoboria, A., & Pascual-Leone, A. (2009). An 'interteaching'informed approach to instructing large undergraduate classes. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 29-37.
- Seligman, M. E., Ernst, R. M., Gillham, J., Reivich, K., & Linkins, M. (2009). Positive education: Positive psychology and classroom interventions. *Oxford review of education*, 35(3), 293-311.
- Sesmiyanti, S. (2016). Student's cognitive engagement in learning process. *Polingua: Scientific Journal of Linguistics, Literature and Language Education*, 5(2), 48-51.
- Sharan, S., & Tan, I. G. C. (2008). Student engagement in learning. *Organizing schools for productive learning*, 41-45.
- Sierens, E., Vansteenkiste, M., Goossens, L., Soenens, B., & Dochy, F. (2009). The

- synergistic relationship of perceived autonomy support and structure in the prediction of self-regulated learning. *British Journal of Educational Psychology*, 79(1), 57-68. doi:<https://doi.org/10.1348/000709908X304398>
- Skinner, E., Furrer, C., Marchand, G., & Kindermann, T. (2008). Engagement and disaffection in the classroom: Part of a larger motivational dynamic? *Journal of educational psychology*, 100(4), 765.
- Skinner, E. A., & Belmont, M. J. (1993). Motivation in the classroom: Reciprocal effects of teacher behavior and student engagement across the school year. *Journal of educational psychology*, 85(4), 571.
- Skinner, E. A., Kindermann, T. A., Connell, J. P., & Wellborn, J. G. (2009). Engagement and disaffection as organizational constructs in the dynamics of motivational development. In *Handbook of motivation at school*. (pp. 223-245). New York, NY, US: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Skinner, E. A., & Pitzer, J. R. (2012). Developmental dynamics of student engagement, coping, and everyday resilience. In *Handbook of research on student engagement* (pp. 21-44): Springer.
- Smith, M., & Firth, J. (2018). *Psychology in the Classroom: A Teacher's Guide to what Works*: Routledge.
- Sparks, J. W., Landrigan-Ossar, M., Vinson, A., Dearden, J., Navedo, A. T., Waisel, D. B., & Holzman, R. S. (2016). Individualized remediation during fellowship training. *Journal of Clinical Anesthesia*, 34, 452-458.
- Szilagyi Jr., A. D., & Wallace Jr., M. J. (1990). *Organizational Behavior and Performance*. Scott, Foresman, and Company, Glenview.
- Tan, K. (2007). Conceptions of self-assessment: what is needed for long-term learning? In *Rethinking assessment in higher education* (pp. 124-137): Routledge.
- Tucker, C. M., Zayco, R. A., Herman, K. C., Reinke, W. M., Trujillo, M., Carraway, K., . . . Ivery, P. D. (2002). Teacher and child variables as predictors of academic engagement among low-income African American children. *Psychology in the Schools*, 39(4), 477-488. doi:<https://doi.org/10.1002/pits.10038>

- Ulmanen, S., Soini, T., Pietarinen, J., & Pyhältö, K. (2016). Students' experiences of the development of emotional engagement. *International Journal of Educational Research*, 79, 86-96. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijer.2016.06.003>
- Upadyaya, K., & Salmela-Aro, K. (2013). Development of school engagement in association with academic success and well-being in varying social contexts. *European Psychologist*.
- Vansteenkiste, M., Niemiec, C. P., & Soenens, B. (2010). The development of the five mini-theories of self-determination theory: An historical overview, emerging trends, and future directions. In *The decade ahead: Theoretical perspectives on motivation and achievement*: Emerald Group Publishing Limited.
- Vansteenkiste, M., Sierens, E., Goossens, L., Soenens, B., Dochy, F., Mouratidis, A., . . . Beyers, W. (2012). Identifying configurations of perceived teacher autonomy support and structure: Associations with self-regulated learning, motivation and problem behavior. *Learning and Instruction*, 22(6), 431-439. doi:<https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2012.04.002>
- Walker, C. O., Greene, B. A., & Mansell, R. A. (2006). Identification with academics, intrinsic/extrinsic motivation, and self-efficacy as predictors of cognitive engagement. *Learning and Individual Differences*, 16(1), 1-12. doi:<https://doi.org/10.1016/j.lindif.2005.06.004>
- Wang, M. T., & Degol, J. (2014). Staying engaged: Knowledge and research needs in student engagement. *Child development perspectives*, 8(3), 137-143.
- Wentzel, K. R. (1999). Social-motivational processes and interpersonal relationships: Implications for understanding motivation at school. *Journal of educational psychology*, 91(1), 76.
- Wilhelm, J. D., & Novak, B. (2011). *Teaching literacy for love and wisdom: Being the book and being the change*: Teachers College Press.
- Woolfolk, A. E. (1995). Educational psychology, the complexity of the Classroom.
- Wotruba, T. R. (1989). The effect of goal-setting on the performance of independent sales agents in direct selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 9(1), 22-

29.

Wu, Z. (2019). Academic motivation, engagement, and achievement among college students. *College Student Journal*, 53(1), 99-112.

Yu, K., & Martin, A. J. (2014). Personal best (PB) and 'classic' achievement goals in the Chinese context: their role in predicting academic motivation, engagement and buoyancy. *Educational Psychology*, 34(5), 635-658.

เกษาคุปต์, ส. (2536). พฤติกรรมองค์การ. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไชยแก้ว, อ. (2563). ความหมายของหลักการจัดการ.

คูศรีเทพประทาน, ส. (2551). การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ABC จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (บธ.ม. (การจัดการทรัพยากรมนุษย์)) - - มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2551.

จันทร์ทวี, อ. (2514). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับความคิด แบบสอบถาม และความถนัดทางการเรียน.

จันทร์นวล, ณ. (2546). การตั้งเป้าหมาย. เอกสารประกอบการฝึกอบรมทักษะชีวิต 2 ประจำปีการศึกษา 2546. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัยสนิท, ด. (2544). การจัดการขาย = Sales management. กรุงเทพฯ : วังอักษร.

ชัยสุรัตน์, ส. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร, ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.

บุญณสะ, ว. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจคงอยู่ในงานของพยาบาลใหม่กับการตั้งเป้าหมายส่วนบุคคลและความผูกพันต่อเป้าหมาย: กรณีศึกษาโรงพยาบาลแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญทานนท์, ส. (2542). การบริหารการขาย. นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542.

บุญราศรี, ไ. (2553). ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสำนักงานเขตเวียงพิงค์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553, ว/ภน 658.31422 ท96ป.

ปาละวงศ์, ร. (2532). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานกับภูมิหลังทางสังคมและเศรษฐกิจของเจ้าหน้าที่ตำรวจฝ่ายสืบสวนสังกัดกองบัญชาการตำรวจนครบาลกรมตำรวจ. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พันธ์มณี, อ. (2541). กลยุทธ์สู่ความสุขและความสำเร็จในการทำงาน. วารสารการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา. 1 (1) : 6-10.

ว่องวิทย์สกุล, น. (2557). การพัฒนาโปรแกรมเพื่อส่งเสริมความยืดหยุ่นผูกพันกับการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษา: การทดลองแบบอนุกรมเวลา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วานิชย์บัญชา, ก. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจิตรเมธาวณิชย์, โ. (2563). การพัฒนาของธุรกิจธนาคารในโลกดิจิทัล.

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_15Apr2020.aspx.

สุวรรณ, ท. (2544). บริหารงานขาย. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สูงศ์วาร, ธ. (2541). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพในงานบริการส่วนหน้าของโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามการรับรู้ของหัวหน้างาน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หวังรุ่งกิจ, ป., วัฒนานนท์สกุล, ส., & ศรีพหล, ส. (2561). การพัฒนาตัวบ่งชี้คุณลักษณะความยืดหยุ่นผูกพันในวิชาการของนักศึกษาปริญญาตรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Vol.38 No.1

อรดา รัชตานนท์, ก. ส., โชติพัฒน์ กลิ่นสุคนธ์ จิรวัดน์ ภู่งาม มณฑล ศิริธนะ. (2564). ผลกระทบจากธุรกิจ e-commerce ต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น.

<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/ECommercePaper.pdf>.

อาษาสร้อย, ส. (2540). การศึกษาแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 5รูปแบบ. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อุดมรัชตวนิชย์, ว. (2562). การปรับตัวของสถาบันการเงินในยุคดิจิทัล.

<https://www.ktbs.co.th/th/knowledge-detail.php?id=198>.





การวิจัยขั้นตอนที่1 การพัฒนาตัวบ่งชี้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานขาย
ในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานขายจากการตั้งเป้าหมาย

1. รองศาสตราจารย์ ดร. อัครพงศ์ สุขมาตย์

อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ พิมพ์ดี

อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์ รัตนโอฬาร

อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4. อาจารย์ ดร. ศุภลียา ฤกษ์พิไชย

อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

5. อาจารย์ ดร. พิศิษฐ์ ชำนาญนา

อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

การวิจัยขั้นตอนที่2 การพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความ
ยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นริศรา พิงโพธิ์สภ

อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิทย์ จันประเสริฐ

อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

3. อาจารย์ ดร. ก่อเกียรติ มหาวีระชาติกุล

อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4. คุณ จุฑาภรณ์ เกษประยูร

ผู้ฝึกอบรมพนักงานขาย ธนาคารซีทีแบงก์

5. คุณจิรณัทธ์ อัครศิลป์

ผู้ฝึกอบรมพนักงานขาย ธนาคารซีทีแบงก์



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จาก
การพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย



แบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย จาก การพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย

คำชี้แจง

ข้าพเจ้า นายพาลภ ปรภักศรานนท์ หัวหน้าโครงการวิจัย สังกัด สาขาจิตวิทยาประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มีความประสงค์ทำวิจัย/วิทยานิพนธ์เรื่อง “การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานในสถาบันการเงินในไทย” ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ ได้รับองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ของพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย โดยใช้การเสริมแรงจูงใจให้กับพนักงานชายจากการตั้งเป้าหมาย และโปรแกรมการอบรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงได้กับพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะท่านเป็นพนักงานชายในสถาบันการเงินในไทย ในการนี้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และประสิทธิผลของโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานในสถาบันการเงินในไทย” ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน จำนวน 46 ข้อ ดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานในสถาบันการเงินในไทย ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาโปรแกรม ใช้เวลาในการตอบ 30 นาที

เนื่องจากแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามหลายส่วน จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบตามความรู้สึของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาครั้งนี้โดยออกมาเป็นภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบใดๆต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ เนื่องจากไม่สามารถ นำมาสืบค้นเจาะจงหาผู้ตอบได้ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจหรืออึดอัดที่จะตอบคำถามนั้น หรือไม่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อกรปฏิบัติงานใดๆของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล

หากผู้เข้าร่วมวิจัยมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยหรือแบบสอบถาม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ สถานที่ติดต่อสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ ในวันและเวลาราชการ หรือ โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ 098-919-9599

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย อาคารศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี ชั้น 20 โทร 02-649-5000 ต่อ 11019 โทรสาร: (02) 259-1822

หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อประธานกรรมการฯ หรือผู้แทน ได้ตามสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอแสดงความนับถือ

นายพาลก ประภัสรานนท์

ผู้วิจัย



ขั้นตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือกเพียงคำตอบเดียว หรือ เติมคำในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพสมรส 1. โสด 2. สมรส 3. ม่าย / หย่า / แยกกันอยู่
4. การศึกษาที่สำเร็จสูงสุด 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. ปริญญาโท
5. อายุงาน.....ปี
6. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน
 1. 10,001-20,000 บาท
 2. 20,001-30,000 บาท
 3. 30,001-40,000 บาท
 4. สูงกว่า 40,000 บาท

ขั้นตอนที่2 ข้อมูลการวิเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากการพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมาย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือกเพียงคำตอบเดียว

ระดับความคิดเห็น

- 7 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 6 หมายถึง เห็นด้วยมาก

- 5 หมายถึง เห็นด้วยค่อนข้างมาก
- 4 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 3 หมายถึง เห็นด้วยค่อนข้างน้อย
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อความ	ระดับการบ่งชี้						
	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1.ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้							
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านการรู้คิด							
1.1 ท่านแสดงความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน							
1.2 ท่านใช้ความรู้ที่ได้เรียนรู้ในการแก้ปัญหาในชีวิตจริง							
1.3 ท่านสามารถตั้งคำถามและตอบคำถามเชิงเหตุผลเกี่ยวกับงาน							
1.4 ท่านสามารถจำแนกสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่จำเป็นในการทำงาน							
1.5 ท่านเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับสถานการณ์จริง							
1.6 ท่านพยายามจดจำในสิ่งที่เรียนรู้ในการอบรม							
1.7 ท่านสามารถเลือกใช้วิธีที่เหมาะสมกับตนเองในการเรียนรู้							

1.8 ท่านสรุปแนวคิดหรือประเด็นสำคัญเกี่ยวกับสิ่ง ที่ได้อบรมมา							
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านอารมณ์							
1.9 ท่านมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ประโยชน์ ของผลิตภัณฑ์							
1.10 ท่านมีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมกับการ การเรียนรู้ภายในองค์กร							
1.11 ท่านมีความสุขเวลาอยู่ที่องค์กร							
1.12 ท่านรู้สึกทึ่งว่าหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน สนับสนุนในด้านการเรียนรู้							
1.13 ท่านรู้สึกสนใจกิจกรรมต่างๆ ในการอบรม							
1.14 ท่านแสดงความรู้สึกทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบ ต่อผู้อื่น							
ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ด้านพฤติกรรม							
1.15 ท่านแสดงออกถึงการเข้าสังคม และการร่วม กิจกรรมนอกจากการฝึกอบรม							
1.16 ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้							
1.17 ท่านมีความพยายามและเอาใจใส่ในการเรียน							
1.18 ท่านพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้อบรม เพื่อ สร้างการเรียนรู้ของท่าน							
1.19 ท่านมีส่วนร่วมในการสนทนางานที่ทำเสร็จ ในกลุ่มแชทพูดคุยงาน							

1.20 ท่านคัดเลือกเนื้อหาหรือประเภทของกิจกรรม ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง							
2. การพัฒนาแรงจูงใจ							
2.1 ท่านได้รับการยกย่องชมเชยจากหัวหน้างาน							
2.2 ท่านมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งงานให้สูงขึ้น							
2.3 ท่านมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ ในงาน							
2.4 ท่านอาสาทำงานที่ทำทลายความสามารถของ ท่าน							
2.5 ท่านทำงานตามลำดับขั้นตอนที่ได้วางแผน เอาไว้							
2.6 ท่านปฏิบัติงานด้วยความคิดของตนเองโดยไม่ ต้องรอใครบังคับ							
2.7 ท่านชื่นชอบการแข่งขันและมุ่งหวัง ผลประโยชน์ทุกครั้ง							
2.8 ท่านมีโอกาสเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากการอบรมที่ องค์กรมอบให้แก่ท่าน							
2.9 เมื่อท่านมีข้อสงสัยในเรื่องที่เรียน ท่านจะเข้า ถามผู้ฝึกอบรม							
3. การตั้งเป้าหมาย							
3.1 ท่านมีความใส่ใจที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้							
3.2 ท่านเอาจริงเอาจังกับเป้าหมายที่ตั้งไว้							

3.3 ท่านจะไม่ละทิ้งกับเป้าหมายที่ตั้งไว้							
3.4 ท่านคิดว่าเป้าหมายของท่านเป็นเป้าหมายที่ดี ที่ควรจะมีไปถึง							
3.5 ท่านมีความพึงพอใจที่จะทำงานให้ได้ตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้							
3.6 ท่านเต็มใจที่จะพยายามเพิ่มขึ้นเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้							
3.7 ท่านพยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้							
3.8 ท่านคาดหวังที่จะบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตั้งไว้							
3.9 ท่านตั้งเป้าหมายชัดเจนด้านผลตอบแทน เพื่อให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายและการเก็บออมของ ตนเอง							
3.10 ท่านตั้งเป้าหมายชัดเจนในการเรียนรู้ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงาน							

ขั้นตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาโปรแกรม
ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงจูงใจ และการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้
ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

****ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามในครั้งนี้****



โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของ
พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย



โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของ พนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

ที่มา

โปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย (โปรแกรม) เป็นส่วนหนึ่งในงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย” ในการวิจัยในขั้นตอนแรก ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างนิยามและแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาเป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมฝึกอบรม โดยใช้แนวคิดการพัฒนาแรงจูงใจ และการตั้งเป้าหมาย ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวัตถุประสงค์ของโปรแกรม คือ เพื่อเพิ่มความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย

โปรแกรมนี้ออกแบบมาเพื่อพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทยโดยเฉพาะ ซึ่งมีรูปแบบ เนื้อหา และกิจกรรม ที่สอดคล้องกับบริบทการทำงานของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย ประกอบด้วยกิจกรรมทั้งหมด 8 กิจกรรม ซึ่งในแต่ละกิจกรรมประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

- 1) ขั้นต้น เป็นขั้นตอนเพื่อเตรียมความพร้อม ก่อนที่จะนำเข้าสู่กิจกรรมหลัก จุดประสงค์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการอบรม มีความพร้อม และทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้หรือสิ่งที่เกี่ยวข้อง ก่อนเข้าสู่เนื้อหาถัดไป
- 2) ขั้นดำเนินกิจกรรม เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ได้เตรียมไว้เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผู้อบรมสามารถใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อส่งเสริมความน่าสนใจของกิจกรรมเพิ่มเติมได้ ทั้งนี้ผู้เข้าอบรมจะได้รับ “คู่มือโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย” เพื่อใช้ประกอบในการเข้าร่วมโปรแกรม และช่วยให้ผู้เข้าอบรมสามารถติดตามและดำเนินการตามโปรแกรมการฝึกอบรมได้

- 3) ขั้นยติ เป็นขั้นตอนในการที่ผู้อบรมทำการสรุปเนื้อหากิจกรรม และสิ่งที่ได้รับจากการเรียนรู้ และเป็นขั้นตอนที่ผู้อบรมสามารถทำการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรม โดยผู้ฝึกอบรมหรือผู้ช่วยฝึกอบรมสามารถพิจารณาคำตอบจากการสะท้อนการเรียนรู้ว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมหรือไม่ ทั้งนี้ผู้เข้าอบรมสามารถบันทึกความเข้าใจในคู่มือโปรแกรมที่จะได้จัดส่งให้ล่วงหน้า นอกจากนี้ผู้ฝึกอบรมจะต้องทำการสังเกตปฏิกิริยา ตอบสนอง การให้ความร่วมมือของผู้เข้าร่วมโปรแกรม เพื่อประเมินผลด้วย

กิจกรรมในโปรแกรมทั้งหมดนี้ จะเป็นการดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 และผู้เข้าร่วมโปรแกรมจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด จึงจะถือว่าผ่านการฝึกอบรมด้วยโปรแกรมนี้อย่างสมบูรณ์

การประเมินประสิทธิผลของโปรแกรม ใช้แบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินในไทย โดยให้ผู้เข้าอบรมทำแบบวัดก่อนและหลังเข้าร่วมโปรแกรม เปรียบเทียบกับกลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรม โดยการเว้นขั้นตอนการทำแบบวัดก่อนและหลังการเข้าร่วมโปรแกรม จะห่างกันเป็นเวลา 1 เดือน

กิจกรรมที่ 1 “ปฐมนิเทศและความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถอธิบายถึงความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายได้

แนวคิด

1. แนวคิดเกี่ยวกับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ มีงานวิจัยที่ศึกษาถึงความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ภายใต้แรงจูงใจว่า เป็นตัวที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ในการเรียน (Fredricks et al., 2004) นอกจากนี้ผู้เข้าอบรมที่มีความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ จะรู้สึกถึงความสำคัญของการเรียนรู้ และอุทิศตนให้กับอนาคตในการเรียนรู้ของตนเอง (Christenson, Reschly & Wylie's, 2012: 817)
2. การเรียนรู้เชิงลึก (Active Learning) เป็นเทคนิคการสอนที่ผู้อบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ การแสดงออกต่างๆ ทั้งการคิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ เน้นให้ผู้เข้าอบรมลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ผู้อบรมเป็นผู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมเกิดการเรียนรู้ได้จากการลงมือปฏิบัติและการมีปฏิสัมพันธ์ในกลุ่ม

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม - ใบบางความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมกล่าวต้อนรับ รวมทั้งแนะนำตัวผู้อบรมและทีมงาน เพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองให้กับผู้เข้าอบรม เพื่อทำให้เกิดความสบายใจ และผ่อนคลาย

2. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมแต่ละท่าน แนะนำตัวเอง เพื่อให้สมาชิกแต่ละคนได้รู้จักใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น
3. ผู้ฝึกอบรมเริ่มเกริ่นถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแจ้งตารางการอบรมทั้งหมด และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมสอบถามในกรณีที่มีข้อสงสัย
4. ผู้ฝึกอบรมแจ้งถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมให้กับผู้เข้าอบรมรับทราบ

ขั้นตอนกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้คืออะไร” แล้วให้ผู้เข้าอบรมเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
2. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมอ่านคำตอบที่แต่ละคนเขียนไว้ แล้วขออาสาสมัครเพื่ออภิปรายผลการตอบคำถาม จากนั้นจึงสรุปคำตอบที่ผู้เข้าอบรมเห็นตรงกัน
3. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอความหมายของความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้
4. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “เราจะสามารถนำความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ไปทำให้เกิดประโยชน์กับงานขายของเราได้อย่างไร” แล้วให้ผู้เข้าอบรมเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
5. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมอ่านคำตอบที่แต่ละคนเขียนไว้ แล้วขออาสาสมัครเพื่ออภิปรายผลการตอบคำถาม จากนั้นจึงสรุปคำตอบที่ผู้เข้าอบรมเห็นตรงกัน
6. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอตัวอย่างการประยุกต์ใช้ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ไปใช้ในงานขาย พร้อมกับเชื่อมโยงไปยังคำตอบของผู้เข้าอบรม และให้ผู้เข้าอบรมแสดงความคิดเห็นและอภิปรายร่วมกัน โดยใช้คำถาม “ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้คืออะไร” และ “เราจะสามารถนำความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ไปทำให้เกิดประโยชน์กับงานขายของเราได้อย่างไร”
7. ผู้ฝึกอบรมขอให้ผู้เข้าอบรมพิมพ์สิ่งที่ได้เรียนรู้ในวันนี้มาบนจอภาพ แล้วอ่านคำตอบของทุกคน

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมสรุปเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ในวันนี้อีกครั้ง รวมทั้งเน้นย้ำถึงแนวคิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ และการประยุกต์ใช้ต่องานขาย ในโปรแกรมการอบรมนี้
2. ผู้ฝึกอบรมนัดหมายสำหรับการฝึกอบรมในครั้งถัดไป

3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในชั้นยุติ เพื่อประเมินความรู้อย่างเข้าใจเกี่ยวกับความยืดหยุ่นผู้พันในการเรียนรู้ และการประยุกต์ใช้



กิจกรรมที่ 2 “ประสบการณ์และตัวแบบความสำเร็จ”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถอธิบายความสำเร็จในแง่มุมมองของตัวเองได้
2. ผู้เข้าอบรมสามารถระบุความสำคัญของวิถีคิดและพฤติกรรมของบุคคลที่ประสบความสำเร็จ

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) และการสนับสนุนความต้องการด้านความสามารถ
2. ทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) เป็นทฤษฎีด้านแรงจูงใจที่มุ่งเน้นด้านการเรียนรู้ นั่นคือ บุคคลจะแสดงพฤติกรรมได้ถ้าอยากรู้หรืออยากจะทำอะไร โดยการคาดคะเนเหตุการณ์ไว้ล่วงหน้า ดังนั้นทฤษฎีปัญญาสังคมเน้นหลักการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) เกิดจากการที่บุคคลสังเกตการกระทำของผู้อื่นแล้วพยายามเลียนแบบพฤติกรรมนั้น กิจกรรมนี้จึงมุ่งเน้นที่จะแสดงตัวแบบความสำเร็จ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเกิดแรงจูงใจที่อยากประสบความสำเร็จเหมือนบุคคลต้นแบบ

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม - ใบบงานตัวแบบความสำเร็จ

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมทบทวนเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ไปในกิจกรรมที่ 1 โดยสุ่มถามผู้เข้าอบรมในประเด็น ความรู้ต่างๆ เช่น ความหมายของความยืดหยุ่นผูกพันในการเรียนรู้
2. ผู้ฝึกอบรมชี้แจงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่ 2 ให้กับผู้เข้าอบรม

ขั้นตอนกิจกรรม

1. แบ่งผู้เข้าอบรมเป็นกลุ่มย่อย กลุ่มละ 5-7 คน โดยมีความหลากหลายในแผนกและผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบ
2. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “ความสำเร็จคืออะไร” แล้วให้ผู้เข้าอบรมแต่ละกลุ่มระดมสมองกันและเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
3. ผู้ฝึกอบรมให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอคำตอบที่แต่ละกลุ่มได้เตรียมไว้ และอภิปรายผลการตอบคำถาม จากนั้นจึงสรุปคำตอบที่ผู้เข้าอบรมเห็นตรงกัน
4. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอความหมายของความสำเร็จ
5. ผู้ฝึกอบรมแสดงภาพ “บุคคลที่ประสบความสำเร็จ” ในแวดวงต่างๆ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นบุคคลที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง โดยผู้ฝึกอบรมแนะนำถึงประวัติของแต่ละท่าน แล้วให้ผู้เข้าอบรมอภิปรายร่วมกันว่า แต่ละท่านประสบความสำเร็จอย่างไร เหตุใดจึงประสบความสำเร็จ
6. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมทุกคนร่วมกันนำเสนอ คนที่ประสบความสำเร็จว่าเขาเหล่านั้นมีวิธีการคิด พฤติกรรม และแนวทางการเรียนรู้ และปฏิบัติงานอย่างไร
7. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอถึงความสำคัญของวิธีคิด พฤติกรรม และแนวทางการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้เข้าอบรม

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมสรุปเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ รวมทั้งเน้นย้ำถึงความสำคัญของวิธีคิด พฤติกรรม และแนวทางการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ
2. ผู้ฝึกอบรมประเมินความเข้าใจในเนื้อหาของกิจกรรมของผู้เข้าอบรม โดยการให้ผู้เข้าอบรมอธิบายสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปจากกิจกรรมนี้ และถามถึงการนำไปใช้ประโยชน์ต่อการทำงาน
3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในชั้นยุติ เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจของผู้เข้าอบรมเกี่ยวกับสิ่งที่ส่งผลสู่ความสำเร็จ



กิจกรรมที่ 3 “รู้จักการตั้งเป้าหมาย”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถระบุถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมายได้
2. ผู้เข้าอบรมสามารถบอกองค์ประกอบของการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพได้

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระในชั้นเรียน (Autonomy Supportive)
2. ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting Theory) (Locke & Latham, 1990), ระบุว่าปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกระทำของบุคคลน่าจะเป็นสิ่งที่มีคุณค่ากับเป้าหมายที่บุคคลต้องการ การตั้งเป้าหมายเพื่อบอกทิศทาง เป็นการจูงใจให้มีพฤติกรรมตามที่กำหนด โดยความสำเร็จของการตั้งเป้าหมายเพื่อเป็นการจูงใจให้เกิดการกระทำนั้นขึ้นอยู่กับว่าการตั้งเป้าหมายมีความเหมาะสมเพียงใด โดยในกิจกรรมนี้จะแนะนำถึงวิธีการตั้งเป้าหมายที่เหมาะสมตามหลักการของ SMART Goal ซึ่งมีพื้นฐานแนวคิดมาจากทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. สไลด์กรณีศึกษาเคล็ดลับสู่ความสำเร็จของ วอร์เรน บัฟเฟตต์

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมกล่าวต้อนรับ และเริ่มเกริ่นถึงกิจกรรมก่อนหน้า ที่กล่าวถึงบุคคลที่ประสบความสำเร็จ ว่าพวกเขาเหล่านั้นมีอะไรที่เหมือนกัน เพื่อทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปก่อนหน้านี้ แล้วนำเข้าสู่เนื้อหาการตั้งเป้าหมาย

ขั้นดำเนินการกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “การตั้งเป้าหมายมีความสำคัญอย่างไร” แล้วให้ผู้เข้าอบรมแต่ละกลุ่มระดมสมองกันและเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
1. ผู้ฝึกอบรมให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอคำตอบที่แต่ละกลุ่มได้เตรียมไว้ และอภิปรายผลการตอบคำถาม จากนั้นจึงสรุปคำตอบที่ผู้เข้าอบรมเห็นตรงกัน
2. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมาย โดยเชื่อมโยงกับตัวอย่างของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในกิจกรรมก่อนหน้านี้
3. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอเคล็ดลับสู่ความสำเร็จของ วอร์เรน บัฟเฟตต์ ที่เกี่ยวข้องกับการการตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเห็นถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมาย
4. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอวิธีการตั้งเป้าหมายแบบ SMART Goal เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงวิธีการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ และยกตัวอย่างกันตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพตามแบบ SMART Goal

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมประเมินผู้เข้าอบรมถึงความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้เรียนไป โดยตั้งคำถามต่อผู้เข้าอบรมว่า ได้เรียนรู้อะไรจากกิจกรรมบ้าง และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร
2. ผู้ฝึกอบรมสรุปเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ รวมทั้งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมาย และวิธีการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ
3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในขั้นยุติ เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจของผู้เข้าอบรมเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมาย

กิจกรรมที่ 4 “ฝึกการตั้งเป้าหมาย”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถตั้งเป้าหมายส่วนบุคคลได้
2. ผู้เข้าอบรมสามารถตั้งเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้ได้

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) สนับสนุนด้านความสามารถของผู้เข้ารับการอบรม
2. ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting Theory) (Locke & Latham, 1990), ระบุว่าปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการทำงานของคนน่าจะเป็นสิ่งที่มีคุณค่ากับเป้าหมายที่บุคคลต้องการ การตั้งเป้าหมายเพื่อบอกทิศทาง เป็นการจูงใจให้มีพฤติกรรมตามที่กำหนด โดยความสำเร็จของการตั้งเป้าหมายเพื่อเป็นการจูงใจให้เกิดการกระทำนั้นขึ้นอยู่กับว่าการตั้งเป้าหมายมีความเหมาะสมเพียงใด โดยในกิจกรรมนี้จะเป็นการฝึกให้ผู้เข้าอบรมใช้การตั้งเป้าหมายตามหลักการของ SMART Goal ซึ่งมีพื้นฐานแนวคิดมาจากทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม - ใบงานการตั้งเป้าหมายส่วนบุคคล และการตั้งเป้าหมายการเรียนรู้

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมกล่าวต้อนรับ และเริ่มเกริ่นถึงกิจกรรมก่อนหน้า เน้นย้ำเรื่องความสำคัญของการตั้งเป้าหมาย และทวนเนื้อหา SMART Goal เพื่อนำเข้าสู่กิจกรรมฝึกการตั้งเป้าหมาย

ขั้นตอนกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมทุกคน ตั้งเป้าหมายส่วนบุคคล โดยใช้หลักการของ SMART Goal แล้วให้ผู้เข้าอบรมเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
2. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมทุกคนอ่านเป้าหมายส่วนบุคคลที่ได้วางเอาไว้ ให้ผู้เข้าอบรมท่านอื่นฟัง แล้วให้ทุกคนช่วยกันอภิปรายว่าเป็นการตั้งเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพหรือไม่
3. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรม เชื่อมโยงเป้าหมายส่วนบุคคลที่ได้ตั้งไว้ในขั้นตอนแรก เข้ากับเป้าหมายในการทำงานขาย โดยยกตัวอย่างการคำนวณเงินรายได้จากการขายเป็นองค์ประกอบในเชื่อมโยง แล้วให้ผู้เข้าอบรมเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
4. จากนั้นผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรม ตั้งเป้าหมายในการเรียนรู้ ว่าจะต้องเรียนรู้อะไรเพิ่มเติมบ้าง เพื่อที่จะสามารถทำให้ได้ตามเป้าหมายในการทำงานขายในขั้นก่อนหน้า แล้วให้ผู้เข้าอบรมเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
5. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมอ่านเป้าหมายทั้งหมดที่ได้วางไว้ทั้งเป้าหมายส่วนบุคคลเป้าหมายในการทำงานขาย และเป้าหมายการเรียนรู้ แล้วช่วยกันอภิปรายถึงประสิทธิภาพในการตั้งเป้าหมาย และช่วยกันแก้ไขในกรณีที่ตั้งยังไม่มีความมีประสิทธิภาพเพียงพอ หรือเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ
6. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมได้ให้คำมั่นที่จะลงมือปฏิบัติเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ เพื่อที่จะทำให้ได้ตามที่เขียนไว้

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมประเมินผู้เข้าอบรมถึงความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้เรียนไป โดยตั้งคำถามต่อผู้เข้าอบรมว่า ได้เรียนรู้อะไรจากกิจกรรมบ้าง และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร
2. ผู้ฝึกอบรมสรุปเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ รวมทั้งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการตั้งเป้าหมาย และการเชื่อมโยงเป้าหมายส่วนบุคคลสู่เป้าหมายงานขาย และเป้าหมายการเรียนรู้
3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในชั้นยุติ เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมาย



กิจกรรมที่ 5 “กลยุทธ์การเรียนรู้”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถใช้กลยุทธ์ในการเรียนรู้ได้

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) สนับสนุนด้านความสามารถของผู้เข้ารับการอบรม ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมมีความพยายามในการเรียนรู้ ให้ feedback (Reeve, 2006: 231-232 ; Vansteenkiste et al., 2012: 432) ด้านความสามารถที่สำคัญต่อผู้เข้าอบรมและแสดงความเชื่อมั่นในความสามารถของผู้เข้าอบรมหากสามารถทำกิจกรรมได้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ (Connell, 1990; Reeve, 2004)

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. สไลด์โจทยผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตสำหรับแต่ละกลุ่ม
3. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม - ใบงานการเลือกใช้กลยุทธ์ในการเรียนรู้

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมกล่าวต้อนรับ แล้วเริ่มเกริ่นถึงกิจกรรมก่อนหน้า จากนั้นกล่าวนำเข้าสู่เนื้อหาในลำดับถัดไปซึ่งเป็นการแนะนำกลยุทธ์การเรียนรู้

ขั้นดำเนินกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “กลยุทธ์การเรียนรู้ คืออะไร” แล้วให้ผู้เข้าอบรมร่วมกันอภิปรายถึงความหมายของกลยุทธ์การเรียนรู้
2. ผู้ฝึกอบรมสรุปประเด็นสำคัญจากการให้ความหมายจากผู้เข้าอบรม แล้วนำเสนอความหมายของ กลยุทธ์การเรียนรู้
3. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอ กลยุทธ์การเรียนรู้ต่างๆ และประสิทธิภาพของกลยุทธ์การเรียนรู้แต่ละวิธี ให้กับผู้เข้าอบรม
4. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-7 คน เพื่อให้แต่ละกลุ่มระดมสมองกัน เพื่อที่จะเลือกกลยุทธ์การเรียนรู้ในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้ฝึกอบรมกำหนดให้ เขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
5. ผู้ฝึกอบรมให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอว่า กลุ่มของตนเองใช้กลยุทธ์การเรียนรู้เพื่อที่จะทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างไร
6. ผู้ฝึกอบรมให้กลุ่มอื่นช่วยกันอภิปรายถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การเรียนรู้ที่ถูกรับรอง และผู้ฝึกอบรมกล่าวสรุปและให้ความเห็นต่อการนำเสนอ

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมสรุปเนื้อหาประเด็นสำคัญของกลยุทธ์การเรียนรู้ รวมถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์แต่ละวิธี แล้วให้อาสาสมัครจากผู้เข้าอบรมตอบว่า กลยุทธ์ใดที่น่าจะนำไปใช้ในงานของตนเองได้
2. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. ประเมินผลการตอบคำถามในขั้นยุติ เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การแก้ปัญหาการขาย

กิจกรรมที่ 6 “กลยุทธ์การแก้ปัญหา”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถใช้กลยุทธ์เพื่อพัฒนาการขาย
2. ผู้เข้าอบรมสามารถแก้ปัญหาเพื่อพัฒนาการขาย

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนความมีอิสระในชั้นเรียน (Autonomy Supportive) สนับสนุนด้านความสามารถของผู้เข้ารับการอบรม ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าอบรมมีความพยายามในการเรียนรู้ ให้ feedback (Reeve, 2006: 231-232 ; Vansteenkiste et al., 2012: 432) ด้านความสามารถที่สำคัญต่อผู้เข้าอบรมและแสดงความเชื่อมั่นในความสามารถของผู้เข้าอบรมหากสามารถทำกิจกรรมได้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ (Connell, 1990; Reeve, 2004)

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. สไลด์โจทย์ปัญหาจากการขายสำหรับแต่ละกลุ่มย่อย
3. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม - ใบบางกลยุทธ์การแก้ปัญหการขาย

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมกล่าวต้อนรับ แล้วเริ่มเกริ่นถึงกิจกรรมก่อนหน้า จากนั้นกล่าวนำเข้าสู่เนื้อหาในลำดับถัดไปซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหการขาย

ขั้นดำเนินการกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “พบเจอปัญหาอะไรบ้างจากการขายผลิตภัณฑ์” แล้วให้ผู้เข้าอบรมเขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
2. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมอ่านคำตอบที่แต่ละคนเขียนไว้ แล้วผู้ฝึกอบรมสรุปประเด็นคำตอบที่ผู้เข้าอบรมเห็นตรงกัน
3. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอความสำคัญของการฟัง (Active Listening) และการตั้งคำถาม (Probing Question)
4. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-7 คน เพื่อให้แต่ละกลุ่มระดมสมองกันและคิดวิธีแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่ได้รวบรวมมาในขั้นต้น เขียนบันทึกในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
5. ผู้ฝึกอบรมให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอกลยุทธ์การแก้ปัญหาในแต่ละประเด็น และอภิปรายวิธีการแก้ปัญหาดังกล่าว
6. ผู้ฝึกอบรมนำเสนอกลยุทธ์การแก้ปัญหาคารขายจากพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในองค์กร

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมประเมินผู้เข้าอบรมถึงความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้เรียนไป โดยตั้งคำถามต่อผู้เข้าอบรมว่า ได้เรียนรู้อะไรจากกิจกรรมบ้าง และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรกับงานของตนเอง
2. ผู้ฝึกอบรมสรุปเนื้อหาประเด็นสำคัญของกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาในการขาย
3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในขั้นยุติ เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การแก้ปัญหาคารขาย

กิจกรรมที่ 7 “มองมุมกลับ ปรับมุมมอง”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถระบุถึงความสำคัญของการมีเจตคติที่ดีต่อการขยาย

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนด้านความมีส่วนร่วม (Involvement)
2. แนวคิด Positive Psychology (Martin Seligman) ในองค์ประกอบ Positive Emotion (P) ผู้เข้าอบรมเกิดความรู้สึกทางบวก เช่น สนุก ทำท่าย อยากรเปลี่ยนแปลง ชื่นชมผู้อื่น รู้สึกดีต่อตนเอง กิจกรรมในการเรียนรู้ จึงออกแบบให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในการทำงาน ร่วมกัน ช่วยกันแก้ปัญหา และเอาชนะอุปสรรคต่างๆด้วยกัน เมื่อเสร็จสิ้นการเรียนรู้ ผู้เข้าอบรมจะเกิดความรู้สึกเห็นคุณค่าตนเอง และอยากเรียนรู้ต่อไปด้วยตัวเอง ในองค์ประกอบ Meaning (M) สิ่งที่เรียนรู้มีความหมายสำคัญ มีคุณค่า ตอบคำถามของเป้าหมาย ความมีส่วนร่วมของการเรียนรู้ในอดีตซึ่งสัมพันธ์กับปัจจุบัน อันจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิด ทำให้มีแรงจูงใจจะทำอะไรต่อไป จะนำไปใช้กับชีวิตได้อย่างไร

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. สไลด์โจทย์สถานการณ์การขยาย
3. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม – ใบงานมองมุมกลับ ปรับมุมมอง

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมกล่าวต้อนรับ แล้วเริ่มเกริ่นถึงกิจกรรมก่อนหน้า จากนั้นกล่าวนำเข้าสู่เนื้อหาในลำดับถัดไปซึ่งเป็นเนื้อหาเรื่องเจตคติในการขาย

ขั้นตอนกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมตั้งคำถามว่า “สิ่งใดที่นำไปสู่การทำพฤติกรรม” แล้วให้ผู้เข้าอบรมออกความคิดเห็นและอภิปราย
2. ผู้ฝึกอบรมอภิปรายสรุป พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ ให้สอดคล้องกับบริบทหรือสถานการณ์ตัวอย่างของการขาย
3. ผู้ฝึกอบรมยกตัวอย่างสถานการณ์ที่ถูกคำปฏิเสธ หรือเจอเรื่องที่ไม่ดีในการขาย พร้อมทั้งให้ผู้เข้าอบรมอภิปรายร่วมกันว่า เราควรมีวิธีคิดอย่างไรในสถานการณ์หรือเหตุการณ์ดังกล่าว
4. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมแบ่งกลุ่มย่อย กลุ่มละ 5-7 คน พร้อมมอบหมายสถานการณ์การขายในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน แล้วให้ในแต่ละกลุ่มระดมสมองกัน เพื่อหาวิธีคิด มุมมองต่อสถานการณ์ดังกล่าว
5. ผู้ฝึกอบรมให้ตัวแทนผู้เข้าอบรมแต่ละกลุ่มออกมานำเสนอวิธีคิด มุมมองที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่กำหนดให้
6. ผู้ฝึกอบรมกล่าวสรุปถึงความสำคัญของเจตคติ มุมมอง ต่อเหตุการณ์การขาย และเน้นย้ำถึงวิธีคิดที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการขาย

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมประเมินผู้เข้าอบรมถึงความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้เรียนไป โดยตั้งคำถามต่อผู้เข้าอบรมว่า ได้เรียนรู้อะไรจากกิจกรรมบ้าง และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรกับงานของตนเอง
2. ผู้ฝึกอบรมสรุปถึงความสำคัญของการมีเจตคติที่ดีต่อสถานการณ์การขาย เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมาย
3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม

2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในชั้นยุติ เพื่อประเมิน
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติ มุมมองในการขาย



กิจกรรมที่ 8 “เขียนตำนานให้ตัวเอง”

วัตถุประสงค์

1. ผู้เข้าอบรมสามารถตั้งเป้าหมายในขั้นตอนยาวได้

แนวคิด

1. แนวคิด: Self- system Model of Motivational Development (SSMMD) การสนับสนุนด้านความสัมพันธ์ (Involvement) และการสนับสนุนความต้องการด้านความสามารถ
2. แนวคิด Positive Psychology (Martin Seligman) ในองค์ประกอบ Achievement (A) การเรียนรู้ที่สร้างให้เกิดความสำเร็จจะไร้อ่างในชีวิต อีกทั้งยังทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดความรู้สึกทางบวก เมื่อได้ทบทวนว่าได้ทำอะไรบ้าง แม้ว่าเรื่องที่ได้รับจะเป็นเรื่องเล็กน้อย เช่น ได้ความรู้ ข้อคิด ได้ทักษะ ได้ทัศนคติใหม่ เช่น เกิดความอยากรู้ อยากรเรียน อยากรแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่ม
3. เป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล (Personal Best Goal) เป็นเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อผู้เข้าอบรมและเป็นเป้าหมายภายในที่เกี่ยวกับความท้าทาย มีลักษณะเฉพาะเกี่ยวกับการแข่งขันที่มีเป้าหมายของตนเอง เกี่ยวกับระดับของการแสดงออกของบุคคล กลวิธีต่างๆ ที่ผู้เข้าอบรมพยายามกระทำและมีผลต่อความคงทนในการเรียนรู้ ผู้เข้าอบรมพยายามทำเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงให้ดีกว่าที่ผ่านมา (Colli et al., 2016) แสดงให้เห็นว่า เป้าหมายเพื่อความเป็นเลิศส่วนบุคคล เป็นเป้าหมายที่เป็นปัจจัยสำคัญทางการเรียนรู้และมีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ ในกิจกรรมนี้จึงมุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมเกิดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้จากแนวคิดดังกล่าว

ขั้นตอนเวลา

จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที

สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้

1. แอปพลิเคชัน Zoom
2. คู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม - ใบบงานเขียนตำนานให้ตัวเอง

วิธีดำเนินการ

ขั้นต้น

1. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมทบทวนสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการเข้าร่วมโปรแกรม และเสริมประเด็นสำคัญต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโปรแกรมมีความเข้าใจที่ถูกต้อง
2. ผู้ฝึกอบรมกล่าวนำเข้าสู่กิจกรรมสุดท้าย ว่ามีความสำคัญไม่แพ้กับกิจกรรมก่อนหน้าที่ได้เข้าร่วม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าอบรม พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ของกิจกรรม

ขั้นดำเนินกิจกรรม

1. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมจินตนาการว่าทำงานในองค์กรจนถึงวาระเกษียณ ในวันสุดท้ายของการทำงาน องค์กรมีการจัดงานเลี้ยงส่ง และไฮไลต์คือการกล่าวสดุดีตัวเราส่งผลให้เรามีความสุข โดยให้ผู้เข้าอบรมเขียนคำระลึกถึงเพื่อใช้กล่าวในวันเกษียณอายุของตัวเองลงในคู่มือสำหรับผู้เข้าอบรม
2. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมได้ออกมาอ่านคำสดุดีที่แต่ละคนเขียนไว้ ให้กับผู้เข้าอบรมคนอื่นๆ ฟัง
3. ผู้ฝึกอบรมให้ผู้เข้าอบรมได้ให้คำมั่นที่จะลงมือปฏิบัติเพื่อที่จะทำได้ตามคำสดุดีที่เขียนไว้

ขั้นยุติ

1. ผู้ฝึกอบรมประเมินผู้เข้าอบรมถึงความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้เรียนไปในกิจกรรมนี้ โดยตั้งคำถามต่อผู้เข้าอบรมว่า ได้เรียนรู้อะไรจากกิจกรรมบ้าง และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร
2. ผู้ฝึกอบรมขอให้ผู้เข้าร่วมโปรแกรมทบทวนสิ่งที่ได้เรียนไปทั้งหมด
3. ผู้ฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมซักถามข้อสงสัย

การประเมินผล

1. สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าอบรมในระหว่างการฝึกอบรม
2. กิจกรรมการทบทวนหลังการปฏิบัติ ประเมินผลการตอบคำถามในขั้นยุติ เพื่อประเมินความผูกพันต่อเป้าหมาย

3. ผู้เข้าอบรมทำแบบวัดความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานขายในสถาบันการเงินไทย และมีคะแนน “ความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้” เพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนเข้าร่วมโปรแกรม



กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ตัวแปรหลักที่ใช้พัฒนา		ผลลัพธ์ที่ต้องการให้บรรลุ Learning Engagement		
		แรงจูงใจ	ตั้งเป้าหมาย	Cognitive	Emotional	Behavioral
กิจกรรมที่ 1 “ปฐมนิเทศ และความยึด มั่นผูกพันใน การเรียนรู้”	ผู้เข้าอบรมสามารถ อธิบายถึงความยึดมั่น ผูกพันในการเรียนรู้ของ พนักงานชายได้		X	X		
กิจกรรมที่ 2 “ประสบการณ์ และตัวแบบ ความสำเร็จ”	ผู้เข้าอบรมสามารถ อธิบายความสำเร็จใน แง่มุมของตัวเองได้ ผู้เข้าอบรมสามารถระบุ ความสำคัญของวิถีคิด และพฤติกรรมของบุคคล ที่ประสบความสำเร็จ	X		X		
กิจกรรมที่ 3 “รู้จักการ ตั้งเป้าหมาย”	ผู้เข้าอบรมสามารถระบุ ถึงความสำคัญของการ ตั้งเป้าหมายได้ ผู้เข้าอบรมสามารถบอก องค์ประกอบของการ ตั้งเป้าหมายที่มี ประสิทธิภาพได้		X			X
กิจกรรมที่ 4	ผู้เข้าอบรมสามารถ		X			X

“ฝึกการ ตั้งเป้าหมาย”	ตั้งเป้าหมายส่วนบุคคล ได้ ผู้เข้าอบรมสามารถ ตั้งเป้าหมายเพื่อการ เรียนรู้ได้					
กิจกรรมที่ 5 “กลยุทธ์การ เรียนรู้”	ผู้เข้าอบรมสามารถใช้กล ยุทธ์ในการเรียนรู้ได้	X		X		
กิจกรรมที่ 6 “กลยุทธ์การ แก้ปัญหา”	ผู้เข้าอบรมสามารถใช้กล ยุทธ์เพื่อพัฒนาการขาย ผู้เข้าอบรมสามารถ แก้ปัญหาเพื่อพัฒนาการ ขาย	X		X		
กิจกรรมที่ 7 “มองมุมกลับ ปรับมุมมอง”	ผู้เข้าอบรมสามารถระบุ ถึงความสำคัญของการมี เจตคติที่ดีต่อการขาย				X	
กิจกรรมที่ 8 “เขียนตำนาน ให้ตัวคุณเอง”	ผู้เข้าอบรมสามารถ ตั้งเป้าหมายในขั้นตอน ยาวได้		X		X	



MF-04-version-2.0

วันที่ 18 ต.ค. 61



หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC-G- 386/2564E-

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง: การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยึดมั่นผูกพันในการเรียนรู้ของพนักงานในสถาบันการเงินในไทย

ชื่อผู้วิจัยหลัก: นาย พาลาก ประภัสรานนท์

สังกัด: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอโครงการวิจัย
2. โครงการวิจัย
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เอกสารที่พิจารณาพบทวน

1. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 8 กันยายน 2564
2. โครงร่างการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 8 กันยายน 2564
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 8 กันยายน 2564
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 8 กันยายน 2564

(ลงชื่อ).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทันตแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิตรกุล)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E/G-386/2564

วันที่ให้การรับรอง : 08/09/2564

วันหมดอายุใบรับรอง : 08/09/2565



ที่ อว 8718/

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

17 กันยายน 2564

เรื่อง ขอนั่งผลการพิจารณาโครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G- 386/2564E

เรียน นาย พาลภ ประภักศรานนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ใบรับรองโครงการวิจัย SWUEC/E/G-386/2564

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ตัวบ่งชี้และการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาแรงจูงใจและการตั้งเป้าหมายต่อความยืดหยุ่นผู้ฝึกงานในการเรียนรู้ของพนักงานในสถาบันการเงินในไทย โครงการวิจัยเลขที่ SWUEC-G 386/2564E เพื่อรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ นั้น

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยดังกล่าว บัดนี้ คณะกรรมการฯ ให้การรับรองโครงการวิจัยดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 8 กันยายน 2564 รายละเอียดดังนี้

Certificate Number	SWUEC/E/G-386/2564
Date of Approval	8 กันยายน 2564 (อายุใบรับรองโครงการวิจัย 12 เดือน)
Date of Expiration	8 กันยายน 2565
Continuing Review	ทุก 12 เดือน (ครบกำหนดส่งรายงานครั้งแรก วันที่ 8 กันยายน 2565)

ในการนี้ คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ขอความกรุณาให้ผู้วิจัยส่งรายงานความก้าวหน้าของการวิจัยและต่ออายุการรับรองก่อนกำหนดวันหมดอายุ 30 วัน เพื่อให้เป็นไปตามวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs version 2.0) ของคณะกรรมการฯ ทั้งนี้รายละเอียดของเอกสารที่ให้การรับรองตามที่ปรากฏใน Certificate of Approval (Certificate Number SWUEC/E/G-386/2564) ที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(แพทย์หญิงสุวีพร ภัทธุสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 12430
โทรสาร 0-2259-1822

ประวัติผู้เขียน

