

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(๑)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(๓)
กิตติกรรมประกาศ	(๕)
สารบัญตาราง	(๘)
สารบัญแผนภูมิ	(๑๐)
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	(๑๑)

บทที่ ๑. บทนำ

๑.๑	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
๑.๓	ขอบเขตของการวิจัย	๔
๑.๔	ปัญหาที่ต้องการทราบ	๕
๑.๕	สมมติฐานการวิจัย	๕
๑.๖	คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	๕
๑.๗	ประโยชน์ที่ได้รับ	๖

บทที่ ๒ ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ	
๒.๑.๑	ความหมายเกี่ยวกับประสิทธิภาพ	๘
๒.๑.๒	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ	๑๐
๒.๒	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	
๒.๒.๑	ความหมายเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	๑๗
๒.๒.๒	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	๑๘
๒.๒.๓	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน	๒๕
๒.๒.๔	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร	๓๔
๒.๓	หลักอิทธิบาท ๔	
๒.๓.๑	ความหมายของอิทธิบาท ๔	๔๖
๒.๓.๒	ความสำคัญและองค์ประกอบของอิทธิบาท ๔	๕๑
๒.๔	หลักปฏิบัติของบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด	๕๔
๒.๕	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๗๓
๒.๖	กรอบแนวคิดในการวิจัย	๘๗

บทที่ ๓ วิธีการดำเนินการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย	๘๘
๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๘๘
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๘๙
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๙๐
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	๙๑

บทที่ ๔ ผลการศึกษา

ตอนที่ ๑ ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	๙๒
ตอนที่ ๒ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔	๙๕
ตอนที่ ๓ เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔	๑๐๑
ตอนที่ ๔ ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามหลักอิทธิบาท ๔	๑๑๑
ตอนที่ ๕ แนวทางการประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการพัฒนา ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด	๑๑๒

บทที่ ๕ สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลการวิจัย	๑๑๕
๕.๒ อภิปรายผล	๑๒๑
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๒๕

บรรณานุกรม

๑๒๖

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	๑๓๘
ภาคผนวก ข แบบสอบถามหาความเชื่อมั่น	๑๔๔
ภาคผนวก ค แบบหนังสือความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย	๑๕๒
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	๑๕๔

ประวัติผู้วิจัย

๑๖๒