

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน
ของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CHANGE JOBS
OF COSMETIC SALES EMPLOYEES IN DEPARTMENT STORES IN BANGKOK AREA

ณัฐสินี วิจารณ์^{1,*} และ สุชาติ เหล่าปรีดา²

Natsinee Wichan^{1,*} and Suchart Laopreeda²

(Received: 16 Jul., 2024; Revised: 30 Aug., 2024; Accepted: 17 Oct., 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยจุใจในการทำงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือพนักงานขายเครื่องสำอาง ที่ทำงานภายในห้างสรรพสินค้า พนักงานขายประจำห้างและพนักงานขายรายเดือน เป็นพนักงานขายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปร และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 29-35 ปี มีตำแหน่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความงาม (Beauty Expert) / ที่ปรึกษาด้านความงาม (Beauty Advisor) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1-3 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และสถานภาพ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยจุใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยจุใจ ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และปัจจัยค่าจ้าง ประกอบด้วย ด้านเงินเดือน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร และด้านความมั่นคงในงาน

คำสำคัญ: พนักงานขายเครื่องสำอาง, ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยจุใจในการทำงาน, การตัดสินใจเปลี่ยนงาน

¹ นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Visionary Leaders) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

¹ Master's Degree Student, Master of Business Administration Program (Visionary Leaders), Ramkhamhaeng University

² รองศาสตราจารย์, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² Associate Professor, Master of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University

* Corresponding author. E-mail: 6514992059@rumail.ru.ac.th.

Abstract

The objective of this research was to study personal factors and work motivation factors that affected the decision to change jobs among cosmetics sales employees in department stores in Bangkok. The sample group used was 400 cosmetics sales employees working in department stores, including both full-time and monthly contracted sales staff in Bangkok. The research instrument was a questionnaire. Statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test for comparing differences between two variables, and Multiple Linear Regression Analysis.

The research results revealed that most of the sample group were female, aged between 29-35 years old, and held positions as Beauty Experts/Beauty Advisors. They had a bachelor's degree education, were single, had 1-3 years of work experience, and earned an average monthly income between 15,001 - 20,000 baht. The study found that personal factors such as age, job position, education level, and marital status significantly affected the decision to change jobs at a statistical significance level of 0.05. Motivational factors influencing the decision to change jobs among cosmetics sales staff in department stores in Bangkok included motivating factors such as job achievement and recognition, as well as hygiene factors such as salary, relationships with supervisors, organizational policies and administration, and job security.

Keywords: Cosmetic salespeople, Personal factors, Work motivation factors, Decision to change jobs

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจทั่วโลกต่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสภาพเศรษฐกิจ หรือปัญหาของวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย และคนทำธุรกิจ SME เช่นกัน (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2567) ได้สั่นคลอนเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การทำงาน จนทำให้องค์กรต่างต้องปรับตัว ตลอดจนพัฒนาให้ก้าวหน้าโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในทุกๆ ด้าน เพื่อให้เกิดการยกระดับขององค์กรอย่างสร้างสรรค์ โดยเกิดการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเดียวกันได้

ธุรกิจเครื่องสำอางเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีผลกระทบเช่นกัน และจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพในการทำงานของพนักงานขายมากยิ่งขึ้น นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีเยี่ยมแล้ว พนักงานขายถือเป็นส่วนสำคัญในธุรกิจเครื่องสำอาง โดยรับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า เสนอขาย กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ ให้บริการก่อนและหลังการขาย รวมถึงการให้คำแนะนำลูกค้า การให้ความช่วยเหลือลูกค้า การ

แก้ปัญหาให้กับลูกค้า การจูงใจลูกค้า การติดต่อสื่อสาร โดยถือเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทาง ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีการบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อมและเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการที่รวดเร็วต่อเนื่องและเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ดังนั้นองค์กรจึงนำเครื่องมือ เทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ ซึ่งทำให้พนักงานขายจำเป็นต้องปรับทักษะในการทำงาน หรือเพิ่มทักษะในการขายสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งในประเภทธุรกิจเดียวกัน แต่อาจนำไปสู่ความกดดัน เกิดความเครียดและความวิตกกังวลของพนักงานขายเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งองค์กรหลายองค์กรโดยเฉพาะคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันต่างต้องการพนักงานขายเหล่านี้เข้าไปอยู่ในองค์กรของตัวเองเพื่อช่วยในการผลักดันยอดขายทำให้ธุรกิจเติบโตขึ้น จนทำให้ในท้ายที่สุดจากการที่องค์กรมีปรับทักษะพนักงานมีมากขึ้นรวมถึงคู่แข่งที่ต้องการพนักงานเหล่านี้กับข้อเสนอที่ตรงตามที่พนักงานต้องการอาจนำไปสู่การตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายได้ ซึ่งส่งผลให้การสูญเสียพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ มีผลเสียทางตรงทำให้สูญเสียโอกาสในการขาย กระทั่งยอดขายที่ลดลง ลูกค้าประจำหายไปตามพนักงาน ในด้านงบประมาณทำให้องค์กรมีรายจ่ายในการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม ที่เพิ่มขึ้น และใช้เวลานานในการพัฒนาพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการขายสินค้า เพื่อมาทดแทนพนักงานที่สูญเสีย

ในปัจจุบัน ปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่บริษัทเครื่องสำอางพบคือ การเปลี่ยนงานหรือการลาออกของพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง ทำให้องค์กรได้รับผลกระทบเมื่อมีพนักงานขายให้บริการไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ขาดกำลังคน ขาดพนักงานขายที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีทักษะการขายสินค้า และการบริการที่เข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง หากองค์กรมีพนักงานขายเปลี่ยนงานหรือลาออกจากในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลให้บุคคลภายนอกมองว่าองค์กรขาดความมั่นคง และเสียภาพลักษณ์ขององค์กรได้ (สุภาพร เสวตเวช, 2561)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหวังที่จะเข้าถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนงานของพนักงานอย่างแท้จริง และสามารถเป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขปัญหาด้านทรัพยากรบุคคลให้กับองค์กรได้ นำไปสู่ประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ เพื่อป้องกันและรักษาพนักงานขายที่มีคุณภาพให้เกิดความผูกพันและคงอยู่ในองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

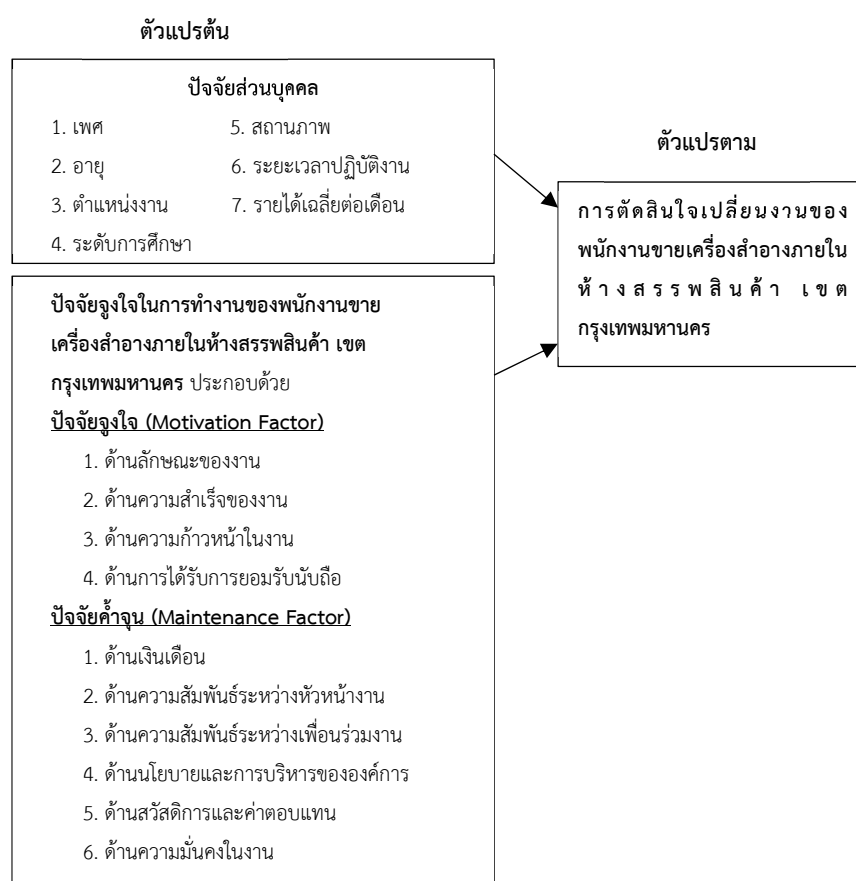
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของ พนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยจุใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดที่อาศัยทฤษฎีของ Herzberg (1985). มากำหนดเป็นตัวแปรต้น และการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ March และ Herbert (1958). มากำหนดเป็นตัวแปรตาม ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการลาออกจากงานหรือการเปลี่ยนงาน การตระหนักถึงความเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนงานกับองค์กรภายนอก



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานขายเครื่องสำอาง ที่ทำงานภายในห้างสรรพสินค้า พนักงานงานประจำและพนักงานรายเดือน เป็นพนักงานขายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ โดยการใช้การแจกแจง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้นที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 385 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 แต่เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลและการวิเคราะห์จึงขอเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน และได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนการสุ่มดังนี้

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานขายเครื่องสำอาง ที่ทำงานภายในห้างสรรพสินค้า พนักงานงานขายประจำห้างและพนักงานขายรายเดือน เป็นพนักงานขายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ประชากรดังกล่าวเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่มีการอ้างอิงถึงขนาดที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้นที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 แต่เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลและการวิเคราะห์จึงขอเก็บเพิ่มเป็น 400 คน และได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามที่ใช้ในการถามมาจากการสำรวจสภาพปัญหาการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำมากำหนดประเด็นคำถามเพื่อหาต้นเหตุ และนำมาสู่แนวทางการเสนอวิธีการเพื่อนำไปแก้ไข โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.2 ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

2.3 ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

2.4 ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยตามที่ได้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสังเคราะห์และสร้างเป็นแบบสอบถาม นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถาม มีวิธีดำเนินการ คือ

3.1 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงและตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นจึงเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยมีค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC (Index of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.97

3.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item total correlation) และหาความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970) มีค่าเท่ากับ 0.95

3.3 กระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจริง โดยใช้ช่องทางออนไลน์ (Google Form) จนครบจำนวนที่กำหนดและตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน 1) การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) แบ่งพื้นที่ตามเขตของกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวน 50 เขต 2) Simple random sampling โดยจะสุ่มอย่างง่ายมา 10 กลุ่มเขต ดังนี้ พื้นที่เขตบางเขน, เขตบางขุนเทียน, เขตปทุมวัน, เขตหนองจอก, เขตบางกะปิ, เขตมีนบุรี, เขตภาษีเจริญ, เขตลาดพร้าว, พื้นที่เขตดินแดง, พื้นที่เขตพญาไท 3) การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) และเก็บตัวอย่างเขตละ 40 คน

3.4 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)

4.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานและทดสอบทางสถิติ อธิบายถึงความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน และ F-test (One Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบปัจจัยมุ่งใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 29-35 ปี มีตำแหน่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความงาม (Beauty Expert) / ที่ปรึกษาด้านความงาม (Beauty Advisor) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1-3 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และสถานภาพที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยมุ่งใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านเงินเดือน ด้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร และด้านความมั่นคงในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 1 แสดงผลเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของ พนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเปลี่ยนงาน	ระหว่างกลุ่ม	36.03	3.00	12.01	17.97	0.00**
	ภายในกลุ่ม	264.62	396.00	0.67		
รวม		300.65	399.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม แตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 :ซึ่งแสดงว่าอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงาน

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเปลี่ยนงาน	ระหว่างกลุ่ม	7.73	3.00	2.58	3.48	0.02**
	ภายในกลุ่ม	292.93	396.00	0.74		
รวม		300.65	399.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่าการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามตำแหน่งงานโดยภาพรวมแตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ซึ่งแสดงว่าตำแหน่งงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายใน
ห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเปลี่ยนงาน	ระหว่างกลุ่ม	23.66	2.00	11.83	16.95	0.00**
	ภายในกลุ่ม	276.99	397.00	0.70		
รวม		300.65	399.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งแสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายใน
ห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเปลี่ยนงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.01	2.00	2.51	3.37	0.04**
	ภายในกลุ่ม	295.64	397.00	0.74		
รวม		300.65	399.00			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ซึ่งแสดงว่าสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านแรงจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.1 หัวหน้างานของท่านไม่ค่อยมีส่วนให้คำปรึกษาชี้แนะงานที่ท่านทำ	3.35	1.19	ระดับปานกลาง
2.2 หัวหน้างานของท่านมีการมอบหมายงานและกระจายงาน ที่ไม่เหมาะสม	3.39	1.05	ระดับปานกลาง
2.3 หัวหน้างานของท่านให้ความเป็นธรรมกับลูกน้องโดยไม่เท่าเทียมกันทุกคน	3.36	1.14	ระดับปานกลาง
2.4 หัวหน้างานของท่านไม่มีส่วนร่วมรับผิดชอบกับพนักงานเมื่อพนักงานทำงานผิดพลาด	3.35	1.07	ระดับปานกลาง
2.5 หัวหน้างานของท่านไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ท่านร่วมตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นในการทำงาน	3.34	1.18	ระดับปานกลาง
รวม	3.36	0.91	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน พบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความเห็นว่างานของตนมีลักษณะของแรงจูงใจ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อที่ได้คะแนนในระดับปานกลาง ข้อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ หัวหน้างานของท่านมีการมอบหมายงานและกระจายงานที่ไม่เหมาะสม รองลงมาคือ หัวหน้างานของท่านให้ความเป็นธรรมกับลูกน้องโดยไม่เท่าเทียมกันทุกคน รองลงมาคือ หัวหน้างานของท่านไม่ค่อยมีส่วนให้คำปรึกษาชี้แนะงานที่ท่านทำ รองลงมาคือ หัวหน้างานของท่านไม่มีส่วนร่วมรับผิดชอบกับพนักงานเมื่อพนักงานทำงานผิดพลาด และหัวหน้างานของท่านไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ท่านร่วมตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 3.36, 3.35, 3.35 และ 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านแรงจูงใจด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร

ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4.1 นโยบายองค์กรที่ท่านทำงาน มีความชัดเจน แต่นำไปปฏิบัติได้ยาก	3.39	1.12	ระดับปานกลาง
4.2 การแบ่งสายงานขององค์กรที่ท่านทำงาน ไม่มีความชัดเจน	3.36	1.06	ระดับปานกลาง
4.3 ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่ท่านร่วมงาน ไม่มีความยุติธรรม	3.32	1.10	ระดับปานกลาง
4.4 กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรที่ท่านร่วมงาน ไม่เหมาะสมกับการทำงานปัจจุบันของท่าน	3.35	1.10	ระดับปานกลาง
รวม	3.36	0.86	ระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร พบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความเห็นว่างานของตนมีลักษณะของแรงจูงใจ ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อที่ได้คะแนนในระดับปานกลาง ข้อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ นโยบายองค์กรที่ท่านทำงาน มีความชัดเจน แต่นำไปปฏิบัติได้ยาก รองลงมาคือ การแบ่งสายงานขององค์กรที่ท่านทำงาน ไม่มีความชัดเจน รองลงมาคือ

กฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรที่ท่านร่วมงาน ไม่มีเหมาะสมกับการทำงานปัจจุบันของท่าน และระบบประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่ท่านร่วมงาน ไม่มีความยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 3.36, 3.35 และ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านแรงจูงใจด้านเงินเดือน

ด้านเงินเดือน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.1 เงินเดือนที่ท่านได้รับไม่มีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ	3.58	1.26	ระดับมาก
1.2 เงินเดือนไม่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน	3.52	1.16	ระดับมาก
1.3 ระบบการประเมินผลท่าน เพื่อปรับขึ้นเงินเดือนไม่มีความเที่ยงตรง ยุติธรรม	3.45	1.25	ระดับมาก
1.4 เงินเดือนที่ท่านได้รับในปัจจุบันไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ	3.52	1.19	ระดับมาก
รวม	3.52	1.01	ระดับมาก

จากตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านแรงจูงใจ ด้านเงินเดือน พบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความเห็นว่างานของตนมีลักษณะของแรงจูงใจ ด้านเงินเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อที่ได้คะแนนในระดับมาก ข้อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ เงินเดือนที่ท่านได้รับไม่มีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ รองลงมาคือ เงินเดือนไม่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน รองลงมาคือ เงินเดือนที่ท่านได้รับในปัจจุบันไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ และระบบการประเมินผลท่าน เพื่อปรับขึ้นเงินเดือนไม่มีความเที่ยงตรง ยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58, 3.52, 3.52 และ 3.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 วิเคราะห์สมการเชิงถดถอยพหุคูณของปัจจัยจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	β	t	
(ค่าคงที่)	0.479	0.121		3.949	0.000
ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	0.007	0.057	0.009	0.128	0.898
ด้านความสำเร็จของงาน	-0.177	0.068	-0.210	-2.609	0.009*
ด้านความก้าวหน้าในงาน	0.049	0.053	0.051	0.914	0.361
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	0.161	0.059	0.165	2.731	0.007*
ด้านเงินเดือน	0.164	0.057	0.192	2.888	0.004*
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน	0.243	0.063	0.254	3.849	0.000*
ด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน	0.041	0.056	0.048	0.734	0.464
ด้านนโยบายและการบริหารองค์กร	0.224	0.057	0.223	3.926	0.000*
ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน	0.002	0.049	0.002	0.042	0.966
ด้านความมั่นคงในงาน	0.119	0.058	0.141	2.044	0.042*
$R^2 = 0.62$ Adj $R^2 = 0.54$ Durbin-Watson = 1.43					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่าผลการวิเคราะห์สถิติถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 10 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของปัจจัยจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 61.80 โดยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอาง ภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านความสำเร็จของงาน ($B = -0.177$) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($B = 0.161$) ด้านเงินเดือน ($B = 0.164$) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ($B = 0.243$) ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร ($B = 0.224$) และด้านความมั่นคงในงาน ($B = 0.119$) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอยู่ในรูปสมการ ดังนี้

$$\hat{y} = 0.479 - 0.210X_2 + 0.165X_4 + 0.192X_5 + 0.254X_6 + 0.223X_8 + 0.141X_{10}$$

โดย $\hat{y}$ เท่ากับ $0.479 - 0.210$ (ด้านความสำเร็จของงาน) + 0.165 (ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ) + 0.192 (ด้านเงินเดือน) + 0.254 (ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน) + 0.223 (ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร) + 0.141 (ด้านความมั่นคงในงาน)

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอาง ภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ($\hat{y}$) ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน (X_2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (X_4) ด้านเงินเดือน (X_5) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน (X_6) ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร (X_8) และด้านความมั่นคงในงาน (X_{10}) โดยตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ ร้อยละ 95 Confidence Interval โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร สูงที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ซึ่งมีค่า Coefficient สูงสุดที่ 0.254 รองลงมาคือ ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร ซึ่งมีค่า Coefficient ที่ 0.223 ด้านเงินเดือน ซึ่งมีค่า Coefficient ที่ 0.192 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ซึ่งมีค่า Coefficient ที่ 0.165 ด้านความมั่นคงในงาน ซึ่งมีค่า Coefficient ที่ 0.141 และด้านความสำเร็จของงานซึ่งมีค่า Coefficient ที่ -0.210 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครสามารถแยกอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานที่แตกต่างกันซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อังคณา ไวนัส (2561) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าฝ้าย อำเภอนิคมน้ำจืด จังหวัดระยอง แต่ในส่วนของคุณภาพ ตำแหน่งงาน และสถานภาพ ไม่สอดคล้องกับข้อค้นพบของ อังคณา ไวนัส (2561) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่ากลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่จะเริ่มเข้าสู่วัย

ทำงาน ยังเป็นช่วงเริ่มต้นในการทำงาน เป็นช่วงเวลาที่ค้นหา ทดลองงานจนกว่าจะพบงานที่ใช้ที่ถูกต้อง น่าจะดีกว่าทนอยู่กับงานที่ไม่ใช่ไม่ถูกต้อง

ดังนั้นองค์กรควรพิจารณาและให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงาน สร้างแรงจูงใจและสร้างความผูกพันในองค์กร ในรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของคนวัยเริ่มทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ยังมีประสบการณ์การทำงานไม่มากนัก ตำแหน่งงานองค์กรควรพิจารณาและให้ความสำคัญกับตำแหน่งงานอื่นๆ เพราะเมื่อพนักงานรับรู้ได้ถึงคุณค่า พนักงานก็จะมีส่วนร่วม มีแรงจูงใจ และมีแนวโน้มทุ่มเทการทำงานให้กับองค์กรมากขึ้น และไม่คิดจะตัดสินใจเปลี่ยนงาน การให้ความสำคัญแก่พนักงานจึงมีประโยชน์ต่อความสำเร็จของพนักงาน ทีมงาน รวมไปถึงธุรกิจขององค์กร ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีแนวโน้มในการตัดสินใจเปลี่ยนงานน้อยกว่าพนักงานชายที่มีระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ อธิบายได้ว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความรับผิดชอบในงานที่เหมาะสมกับรายได้และสวัสดิการที่ได้รับ ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย มีแนวโน้มในการตัดสินใจเปลี่ยนงานมากกว่าพนักงานชายในกลุ่มอื่นๆ อธิบายได้ว่าที่มีสถานภาพการหย่าร้างนั้นส่งผลอย่างแรงต่อความรู้สึก ต่อความมั่นใจ และต่อการใช้ชีวิต การหย่าร้างจะทำให้เกิดปัญหาชีวิตตามมาอย่างมาก ในการมีความคิดว่าการเปลี่ยนสภาพแวดล้อม การเปลี่ยนที่ทำงาน อาจทำให้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นลดน้อยลงได้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า เพศ ระยะเวลาปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน อาจเป็นเพราะพนักงานชายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และในส่วนของระยะเวลาในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุงานที่ใกล้เคียงกัน รวมถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ใกล้เคียงกัน จึงไม่มีความแตกต่างกันในด้านปัจจัยส่วนบุคคล

2. ปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานชายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จากข้อค้นพบพบว่าในส่วนของปัจจัยค่าจ้าง ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้า ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้าและด้านเงินเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานชายเครื่องสำอางมากที่สุด โดยด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้า หัวหน้างานที่ดุดันต้องมีทักษะในการสื่อสาร การถ่ายทอดงาน การมอบหมายงานให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของพนักงาน รวมถึงหัวหน้างานต้องมีความยุติธรรม ช่วยแก้ปัญหาในทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในการทำงาน และช่วยให้คำแนะนำในการทำงานอยู่เสมอ ทั้งนี้หัวหน้าต้องรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมากยิ่งขึ้น โดยมีประชุมทีมร่วมกัน หาข้อสรุปร่วมกันเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้จะมีผลทำให้พนักงานอยากทำงานในองค์กรต่อไป โดยไม่มีแนวโน้มจะตัดสินใจเปลี่ยนงาน สอดคล้องกับข้อค้นพบงานวิจัยของ กัญญากัด พิพัฒน์เอี่ยมทอง และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม

ถัดมาคือปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร ซึ่งนโยบายขององค์กรต้องมีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติและวัดผลได้ ในส่วนของกฎระเบียบข้อบังคับต้องมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ปัจจุบัน หากปรับเปลี่ยนไม่ได้จำเป็นต้องมีการอธิบายเหตุผลที่ชัดเจน รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ขององค์กรต้องมีความชัดเจนยุติธรรม เหล่านี้จะมีผลทำให้พนักงานอยากทำงานในองค์กรต่อไป โดยไม่มีแนวคิดในการตัดสินใจเปลี่ยนงาน ไม่สอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยของ ศศิ อ่วมเพ็ง (2558) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชา สำนักงานบัญชีกลาง บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ด้านเงินเดือน เงินเดือนต้องมีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบในงานที่ปฏิบัติ และผลตอบแทนที่ได้รับเพียงพอต่อการดำรงชีพปัจจุบัน รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน การปรับเงินเดือนขององค์กรต้องมีความชัดเจนยุติธรรม ดังนั้นการปรับเงินเดือนควรจะขึ้นอยู่กับผลงานของพนักงานเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้พนักงานไม่มีแนวคิดในการตัดสินใจเปลี่ยนงาน ต่อยอดไปสู่ด้านความมั่นคงในการทำงานสอดคล้องกับข้อค้นพบของ ศศิ อ่วมเพ็ง (2558) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชา สำนักงานบัญชีกลาง บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จากข้อค้นพบของปัจจัยจูงใจ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ถือเป็นแรงกระตุ้นในการทำงานที่ทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร สามารถตั้งศักยภาพตนเองและทีมออกมาใช้ในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ทำให้การทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ ส่งผลให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขไม่อยากเปลี่ยนงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์

1. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน องค์กรควรจัดโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้บังคับบัญชา ในเรื่องภาวะผู้นำเพื่อนำความรู้และทักษะไปใช้การงาน หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นหัวหน้างานที่ดี ทั้งหัวหน้างานและพนักงานควรมีการจัดประชุมเพื่อรับทราบปัญหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกัน มีคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอยู่เสมอ เกิดความเข้าใจกันมากยิ่งขึ้นระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานว่าหัวหน้างานให้ความสนใจและพร้อมสนับสนุนในการทำงานร่วมกัน
2. ด้านเงินเดือน ในการพิจารณาเรื่องเงินเดือน องค์กรต้องพิจารณาอย่างเป็นธรรม ควรกำหนดตัวชี้วัดในการประเมินผลงานให้มีความชัดเจนว่าจะประเมินพนักงานแต่ละคนเรื่องใดบ้าง พนักงานทุกคนจะได้ทราบเกณฑ์การประเมินผลงาน นอกจากนี้ควรเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นในเรื่องการประเมินเพื่อให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการกำหนดการประเมินผลงาน และสร้างความเท่าเทียมในการประเมินผลงานเพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม
3. ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กร องค์กรต้องมีรูปแบบในการกำหนดนโยบายและเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน มีการชี้แจงนโยบายให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึงและมีความชัดเจนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานมีแนวทางการทำงาน และดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวได้อย่างถูกต้องตามทิศทางที่องค์กรตั้งไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปอาจนำปัจจัยตัวอื่นๆ มาเพิ่มในการวิเคราะห์ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน เพราะองค์กรแต่ละองค์กรอาจมีลักษณะปัจจัยบางประการที่แตกต่างกัน
2. การวิจัยเป็นเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ในวิจัยในครั้งต่อไปอาจเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ การสังเกต หรือการสนทนาเชิงลึกกับพนักงานที่ตัดสินใจเปลี่ยนงาน เพื่อทำความเข้าใจถึงเหตุผลและปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจเปลี่ยนงานจะได้เป็นข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญารักษ์ พิพัฒน์เอี่ยมทอง และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครปฐม. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์*, 20(2), 145-147.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2567). *บทความผลกระทบของ Covid-19 ต่อเศรษฐกิจไทย และคนทำธุรกิจ SME* 2567. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2567 จาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/covid19-newnormal-with-sme>
- ศศิ อ่วมเพ็ง. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชาสำนักงานบัญชีกลาง บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)*. [ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:94406
- สุภาพร เสวตเวช. (2561). *ปัจจัยการฝังตรึงในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร*. [การศึกษาค้นคว้าวิชาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- อังคณา ไวนัส. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าฝ้าย อำเภอนิคมน้ำจืด จังหวัดระยอง*. [ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/372/1/gs592130031.pdf>
- Cochran, G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Cronbach, L. (1970). *Essential of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Herzberg, F. (1985). *Psychology of work behavior*. New York : The Dorsey.
- March, J. and Herbert, S. (1958). *Organizations Behavior*. Oxford, England: Wiley.