ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

Factors affecting the decision to change jobs of cosmetic sales employees in department stores in Bangkok area

นางสาวณัฐสินี วิจารย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้าง สรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ พนักงานขายเครื่องสำอาง ที่ทำงานภายในห้างสรรพสินค้า พนักงานงานประจำและพนักงานรายเดือน เป็นพนักงานขายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent t-test, One Way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 29-35 ปี มีตำแหน่งเป็น Beauty Expert / Beauty Advisor มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1-3 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และสถานภาพ ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านเงินเดือน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ด้านนโยบายและการบริหารขององค์การ และด้านความมั่นคงในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ การตัดสินใจเปลี่ยนงาน, พนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

This research aims to: 1) study the personal factors of cosmetic sales employees in department stores in the Bangkok area. 2) To study the job-change decisions of cosmetic sales employees in department stores in the Bangkok area. 3) To compare the job-change decisions of cosmetic sales employees in department stores in the Bangkok area, classified by personal factors. 4) To study the motivation factors in working that affect the job change decisions of cosmetic sales employees in department stores in the Bangkok area. The sample used was 400 cosmetic sales employees working in department stores, including full-time employees and monthly employees, who worked as sales staff in the Bangkok area. The data was collected using a questionnaire. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, independent t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The research results found that the majority of the sample were female, aged between 29 and 35 years old, holding the position of beauty expert or beauty advisor, having a bachelor's degree education level, single marital status, 1-3 years of work experience, and an average monthly income of 15,001–20,000 baht. The personal factors of age, job position, education level, and marital status that differed impacted job change decisions with statistical significance. And the motivation factors in working that influenced job change decisions consisted of factors related to job success, recognition, salary, relationships with supervisors, organizational policies and administration, and job security, with statistical significance.

Keywords: Jobs change decision, cosmetic sales employees in department stores in Bangkok area.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจทั่วโลกต่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสภาพเศรษฐกิจ หรือปัญหาของวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้สั่นคลอนเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การทำงาน จนทำให้องค์การต่างต้องปรับตัว ตลอดจนพัฒนาให้ก้าวทันโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในทุกๆด้าน เพื่อให้เกิดการยกระดับขององค์การอย่างสร้างสรรค์ โดยเกิดการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเดียวกันได้

ธุรกิจเครื่องสำอาง เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีผลกระทบ และจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพในการทำงานของพนักงานขายมากยิ่งขึ้น นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีเยี่ยมแล้ว พนักงานขาย ถือเป็นส่วนสำคัญในธุรกิจเครื่องสำอาง โดยรับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า เสนอขาย กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ ให้บริการก่อนและหลังการขาย รวมถึงการให้คำแนะนำลูกค้า การให้ความช่วยเหลือลูกค้า การแก้ปัญหาให้กับลูกค้า การจูงใจลูกค้า การติดต่อสื่อสาร โดยถือเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทาง ซึ่งพนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีการบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อมและเป็นกันเอง มีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการที่รวดเร็วต่อเนื่องและเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ดังนั้นองค์การจึงนำเครื่องมือ เทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์การได้ตั้งไว้ ซึ่งทำให้พนักงานขายจำเป็นต้องปรับทักษะในการทำงาน หรือเพิ่มทักษะในการขายสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งในประเภทธุรกิจเดียวกัน แต่อาจนำไปสู่ความกดดัน เกิดความเครียดและความวิตกกังวลของพนักงานขายเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งองค์การหลายองค์การโดยเฉพาะคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันต่างต้องการพนักงานขายเหล่านี้เข้าไปอยู่ในองค์การของตัวเองเพื่อช่วยในการผลักดันยอดขายทำให้ธุรกิจเติบโตขึ้น จนทำให้ในท้ายที่สุดอาจนำไปสู่การตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายได้ ซึ่งส่งผลให้การสูญเสียพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ มีผลเสียทางตรงทำให้สูญเสียโอกาสในการขาย กระทบต่อยอดขายที่ลดลง ลูกค้าประจำหายไปตามพนักงาน ในด้านงบบุคลากรทำให้องค์การมีรายจ่ายในการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม ที่เพิ่มขึ้น และใช้เวลานานในการพัฒนาพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการขายสินค้า เพื่อมาทดแทนพนักงานที่สูญเสียไป (Manley, 1996, อ้างถึงใน ปกรณ์ ลิ้มโยธิน, 2555) ซึ่งปัจจุบันปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่บริษัทเครื่องสำอางพบคือ การเปลี่ยนงานหรือการลาออกของพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง ทำให้องค์การได้รับผลกระทบเมื่อมีพนักงานขายให้บริการไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ขาดกำลังคน ขาด

พนักงานขายที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและมีทักษะการขายสินค้าและการบริการที่เข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง หากองค์การมีพนักงานขายเปลี่ยนงานหรือลาออกจากในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลให้บุคคลภายนอกมองว่าองค์การขาดความมั่นคง และเสียภาพลักษณ์ขององค์การได้

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา การตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งหวังที่จะเข้าถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนงานของพนักงานอย่างแท้จริง และสามารถเป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขปัญหาด้านทรัพยากรบุคคลให้กับองค์การได้ นำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์เพื่อป้องกันและรักษาพนักงานขายที่มีคุณค่าให้คงอยู่ในองค์การตลอดไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้าง สรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

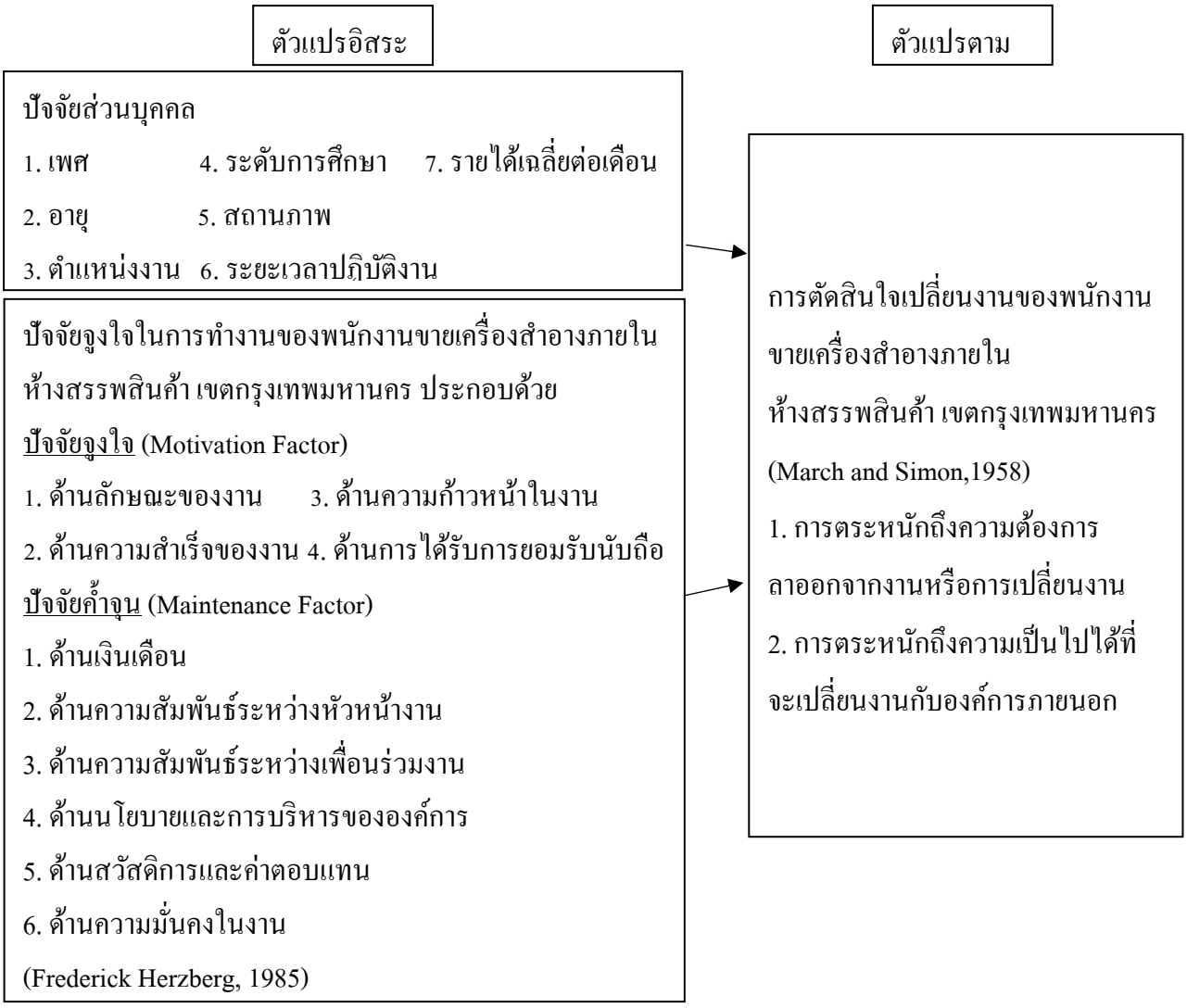
สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของ พนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษา ประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงาน และการตัดสินใจเปลี่ยนงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเป็นแนวทางในแก้ไขปัญหา วางแผน กำหนดนโยบาย สร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเป็นฐานข้อมูลและต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ในอนาคตหรือพนักงานในกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานขายเครื่องสำอาง ที่ทำงานภายในห้างสรรพสินค้า พนักงานงานประจำและพนักงานรายเดือน เป็นพนักงานขายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G Cochran (1953) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน ± 5% จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้นที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 แต่เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลและการวิเคราะห์จึงขอเก็บเพิ่มเป็น 400 คน และได้ดำเนินการเก็บรวมรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล ตำราโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานภายใต้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงาน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนด คำนิยาม ตัวแปร และสร้างแบบสอบถาม

3.2 ร่างแบบสอบถามในแต่ละด้าน ให้ครอบคลุมคำนิยามตัวแปรทุกตัว

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข

3.4 นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

3.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ มีค่า 0.945 และหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ Cronbach (1984) ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง

3.6 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านกระบวนการทดสอบเครื่องมือแล้วนำมาจัดพิมพ์เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสังเคราะห์และสร้างเป็น

แบบสอบถาม นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถาม มีวิธีดำเนินการ คือ

1. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 1) 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) Quota sampling โดยการหาร 400÷10 = 40 ดังนั้นจะต้องเก็บตัวอย่างเขตละ 40 คน

2. ทำแบบสอบถามแล้วนำไปเชื่อมโยงกับระบบ Google form

3. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีส่งลิงค์แบบสอบถามให้ทางไลน์กลุ่ม จนครบจำนวนที่กำหนดและตามระยะเวลาที่กำหนด

4. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

5. วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยโดยทำการวิเคราะห์ประมวลผลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS)

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 29-35 ปี มีตำแหน่งเป็น Beauty Expert / Beauty Advisor มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1-3 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา และสถานภาพ ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านเงินเดือน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ด้านนโยบายและการบริหารขององค์การ และด้านความมั่นคงในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. อภิปรายผลการวิจัยตามข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร

1) อายุ ของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานที่แตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.00** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิดา คิวานนท์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในงาน กับความตั้งใจเปลี่ยนงาน ของบุคลากรสายงานเทคโนโลยี

สารสนเทศ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา ไวน์ส (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าผืน อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง โดยผลการวิจัย ผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปี มีแนวโน้มในการตัดสินใจเปลี่ยนงานมากกว่าพนักงานขาย ในกลุ่มอายุอื่นๆ อธิบายได้ว่ากลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน ยังเป็นช่วงเริ่มต้นในการทำงาน เป็นช่วงเวลาที่ค้นหางาน ทดลองงานจนกว่าจะเจองานที่ใช่ที่ถูกใจ น่าจะดีกว่าทนอยู่กับงานที่ไม่ใช่ไม่ถูกใจ ดังนั้นองค์การควรพิจารณาและให้ความสำคัญกับการรักษาพนักงาน สร้างแรงจูงใจและสร้างความผูกพันในองค์การ ในรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของคนวัยเริ่มทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ยังมีประสบการณ์การทำงานไม่มากนัก

2) ตำแหน่งงาน ของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานที่แตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.02** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิดา คิวานนท์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในงาน กับความตั้งใจเปลี่ยนงาน ของบุคลากรสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา ไวน์ส (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าผืน อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง โดยผู้ที่มีตำแหน่งงาน Beauty Expert / Beauty Advisor มีแนวโน้มในการตัดสินใจเปลี่ยนงานน้อยกว่าพนักงานขายในตำแหน่งงานกลุ่มอื่นๆ อธิบายได้ว่าผู้ที่มีตำแหน่งงาน Beauty Expert / Beauty Advisor มีความรับผิดชอบในงาน และมีแรงกดดันในด้านต่างๆ ที่น้อยกว่าในตำแหน่งงานอื่นๆ ดังนั้นองค์การควรพิจารณาและให้ความสำคัญกับตำแหน่งงานอื่นๆ เพิ่มขึ้น คือตำแหน่งงาน Branch Manager, Local Area Manager และตำแหน่งงานอื่นๆ เพราะเมื่อพนักงานรับรู้ได้ถึงคุณค่า พนักงานก็จะมีส่วนร่วม มีแรงจูงใจ และมีแนวโน้มทุ่มเทการทำงานให้กับองค์การมากขึ้น และไม่คิดจะตัดสินใจเปลี่ยนงาน การให้ความสำคัญแก่พนักงานจึงมีประโยชน์ต่อความสำเร็จของพนักงาน ทีมงาน รวมไปถึงธุรกิจในองค์การ

3) ระดับการศึกษา ของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานที่แตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.00** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังคณา ไวน์ส (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าผืน อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง โดยผลการวิจัย ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีแนวโน้มในการตัดสินใจเปลี่ยนงานน้อยกว่าพนักงานขายที่มีระดับการศึกษาในกลุ่มอื่นๆ อธิบายได้ว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีความรับผิดชอบในงานที่เหมาะสมกับรายได้และสวัสดิการที่ได้รับ

4) สถานภาพ ของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานที่แตกต่างกัน ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.04 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งไม่ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังคณา ไวน์ส (2561) ได้

ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าผืน อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง โดยผลการวิจัย ผู้ที่มีสถานภาพอย่าร้าง/หม้าย มีแนวโน้มในการตัดสินใจเปลี่ยนงานมากกว่าพนักงานขายในกลุ่มอื่นๆ อธิบายได้ว่าที่มีสถานภาพการหย่าร้างนั้นส่งผลอย่างแรงต่อความรู้สึกต่อความมั่นใจ และต่อการใช้ชีวิต การหย่าร้างจะทำให้เกิดปัญหาชีวิตตามมาอย่างมากมาย ในการมีความคิดว่าการเปลี่ยนสภาพแวดล้อม การเปลี่ยนที่ทำงาน อาจทำให้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นลดน้อยลงได้

2. อภิปรายผลการวิจัยตามปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

1) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอาง ภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร สูงที่สุด ซึ่งมีค่า Coefficient สูงสุดที่ 0.254 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 สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาภัค พิพัฒน์เอี่ยมทอง และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรนุช พาทีทิน (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ตราด และสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิ อ่วมเพ็ง (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชา สำนักงานบัญชีกลาง บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) อธิบายได้ว่า หัวหน้างานที่ดีต้องมีทักษะในการสื่อสาร การถ่ายทอดงาน การมอบหมายงานให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของพนักงาน รวมถึงหัวหน้างานต้องมีความยุติธรรม ช่วยแก้ปัญหาในทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในการทำงาน และช่วยให้คำแนะนำในการทำงานอยู่เสมอ ทั้งนี้หัวหน้าต้องรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมากยิ่งขึ้น โดยมีประชุมทีมร่วมกัน หาข้อสรุปร่วมกันเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้จะมีผลทำให้พนักงานอยากทำงานในองค์การต่อไป โดยไม่มีแนวคิดจะตัดสินใจเปลี่ยนงาน

2) ด้านนโยบายและการบริหารขององค์การ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอาง ภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่า Coefficient สูงสุดที่ 0.223 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความเห็นว่างานของตนมีลักษณะของแรงจูงใจ ด้านนโยบายและการบริหารขององค์การ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อที่ได้คะแนนในระดับปานกลาง ข้อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ นโยบายองค์การที่ท่านทำงาน มีความชัดเจน แต่นำไปปฏิบัติได้

ยาก รองลงมาคือ การแบ่งสายงานขององค์การที่ท่านทำงาน ไม่มีความชัดเจน รองลงมาคือ กฎระเบียบข้อบังคับขององค์การที่ท่านร่วมงาน ไม่มีเหมาะสมกับการทำงานปัจจุบันของท่าน และระบบประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การที่ท่านร่วมงาน ไม่มีความยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 3.36, 3.35 และ 3.32 ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิ อ่วมเพ็ง (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชา สำนักงานบัญชีกลาง บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) อธิบายได้ว่า นโยบายขององค์การ ต้องมีความชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติและวัดผลได้ ในส่วนของกฎระเบียบข้อบังคับต้องมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ปัจจุบัน หากปรับเปลี่ยนไม่ได้จำเป็นต้องมีการอธิบายเหตุผลที่ชัดเจน รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การต้องมีความชัดเจนยุติธรรม เหล่านี้จะมีผลทำให้พนักงานอยากทำงานในองค์การต่อไป โดยไม่มีแนวคิดในการตัดสินใจเปลี่ยนงาน

3) ด้านเงินเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอาง ภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่า Coefficient สูงสุดที่ 0.192 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความเห็นว่างานของตนมีลักษณะของแรงจูงใจ ด้านเงินเดือน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อที่ได้คะแนนในระดับมาก ข้อที่มีคะแนนมากที่สุดคือ เงินเดือนที่ท่านได้รับไม่มีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ รองลงมาคือ เงินเดือนไม่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน รองลงมาคือ เงินเดือนที่ท่านได้รับในปัจจุบันไม่เพียงพอกับการดำรงชีพ และระบบการประเมินผลท่านเพื่อปรับขึ้นเงินเดือนไม่มีความเที่ยงตรงยุติธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58, 3.52, 3.52 และ 3.45 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศริศรา วงค์ศิริรุ่เรือง (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนงานใหม่ของคนวัยทำงานกลุ่ม Generation Y และสอดคล้องกับศศิ อ่วมเพ็ง (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชา สำนักงานบัญชีกลาง บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) อธิบายได้ว่าปัจจัยด้านเงินเดือนต้องมีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบในงานที่ปฏิบัติ และผลตอบแทนที่ได้รับเพียงพอต่อการดำรงชีพปัจจุบัน รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน การปรับเงินเดือนขององค์การต้องมีความชัดเจนยุติธรรม ดังนั้นการปรับเงินเดือนควรจะขึ้นอยู่กับผลงานของพนักงานเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้พนักงานไม่มีแนวคิดในการตัดสินใจเปลี่ยนงาน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้กำหนดข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน ผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด ดังนั้นองค์การควรให้ความสำคัญกับกระบวนการสรรหาและคัดเลือกหัวหน้างาน องค์การควรจัดโปรแกรมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้บังคับบัญชา ใน

เรื่องภาวะผู้นำ เพื่อนำความรู้และทักษะไปใช้การงาน หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นหัวหน้างานที่ดี ทั้งหัวหน้างานและพนักงานขายควรมีการจัดประชุมเพื่อรับทราบปัญหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกัน มีคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอยู่เสมอ สร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน เพื่อให้เกิดความใกล้ชิด เกิดความเข้าใจกันมากยิ่งขึ้นระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานว่าหัวหน้างานให้ความสนใจและพร้อมสนับสนุนในการทำงานร่วมกัน

2. ด้านนโยบายและการบริหารขององค์การ องค์การต้องมีรูปแบบในการกำหนดนโยบายและเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน มีการชี้แจงนโยบายให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึงและมีความชัดเจนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานมีแนวทางการทำงาน และดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวได้อย่างถูกต้องตามทิศทางที่องค์การตั้งไว้

3. ด้านเงินเดือน ในการพิจารณาเรื่องเงินเดือน องค์การต้องพิจารณาอย่างเป็นธรรม ควรกำหนดตัวชี้วัดในการประเมินผลงานให้มีความชัดเจนว่าจะประเมินพนักงานแต่ละคนเรื่องใดบ้าง พนักงานทุกคนจะได้ทราบเกณฑ์การประเมินผลงาน นอกจากนี้ควรเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นในเรื่องการประเมินเพื่อให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการกำหนดการประเมินผลงาน และสร้างความเท่าเทียมในการประเมินผลงานเพื่อที่จะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานขายเครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ปัจจัยด้าน ปัจจัยจูงใจ (ด้านลักษณะของงาน , ด้านความสำเร็จของงาน, ด้านความก้าวหน้าในงาน, ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ) ปัจจัยค้ำจุน(ด้านเงินเดือน , ด้านความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างาน, ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน, ด้านนโยบายและการบริหารขององค์การ, ด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน, ด้านความมั่นคงในงาน) โดยในการศึกษาครั้งต่อไปอาจนำปัจจัยตัวอื่นๆ มาเพิ่มในการวิเคราะห์ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน เพราะองค์การแต่ละองค์การอาจมีลักษณะปัจจัยบางประการที่แตกต่างกัน

2. การวิจัยเป็นเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ในวิจัยในครั้งต่อไปอาจเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ การสังเกต หรือการสนทนาเชิงลึกกับพนักงานที่ตัดสินใจเปลี่ยนงาน เพื่อทำความเข้าใจถึงเหตุผลและปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจเปลี่ยนงานจะได้เป็นข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

3. เนื่องจากขอบเขตการวิจัยครั้งนี้เจาะจงเฉพาะพนักงานขายเครื่องสำอาง ภายในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในส่วนของพนักงานขายเครื่องสำอาง ต่างจังหวัด ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจเปลี่ยนงานอาจจะแตกต่างกัน ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรจะสอบถามพนักงานพนักงานขายเครื่องสำอาง

ในส่วนของต่างจังหวัดเพิ่มเติม เพื่อจะได้ทราบถึงสาเหตุของปัญหาในการตัดสินใจเปลี่ยนงานว่ามีความคล้ายหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์การต่อไป

บรรณานุกรม

กัญญาภัค พิพัฒน์เอี่ยมทอง และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครปฐม*. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 20, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 145-147.

ปกรณ์ ลิ้มโยธิน. (2555). *ตัวแบบสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศริศรา วงค์ศิริรุ่งเรือง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนงานใหม่ของคนวัยทางานกลุ่ม Generation Y*. สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศศิ อ่วมเพ็ง. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับบังคับบัญชาสำนักงานบัญชีกลาง บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุธิดา คิวานนท์. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในงาน กับความตั้งใจเปลี่ยนงาน ของบุคลากรสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ*. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อังคณา ไวน์ส. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออก ของพนักงานโรงงานทอผ้าผืนอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Herzberg, quoted in J.Frank Landy, Psychology of work behavior (New York : The Dorsey Press, 1985). The Motivation to work. New York: John Wiley and Sons.

March; & Simon. (1958). Organizations Behavior, Oxford, England: Wiley.