ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF MOTIVATIONAL FACTORS INFLUENCING TO SALES EFFECTIVENESS OF PRODUCT CONSULTANT (PC) AND BEAUTY ADVISOR (BA) OF BEAUTY CLINICS IN BANGKOK

บัณฑิตา เสนปัญญา*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขาย (2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของพนักงานปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขาย และ (3) เพื่อเสนอแนะแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการขาย ตัวอย่างที่ใช้คือ พนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน ด้านการยอมรับนับถือ และด้านลักษณะของงานที่น่าสนใจ ตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลประโยชน์ตอบแทน อยู่ในอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคือด้านเงินเดือนมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ควรเพิ่มเติมและขยายขอบเขตในการวิจัยออกไปสู่เขตพื้นที่ระดับจังหวัดและระดับภูมิภาคมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: บุคลากร, ตำแหน่งงาน , แรงจูงใจ

Abstract

The purpose of this research is to (1) study the motivation factors that affect the effectiveness of sales (2) to compare employee motivation, motivation factors that affect sales effectiveness Incentives that affect

*บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา (2562)

sales effectiveness Example used is Sales consultant (PC) and beauty consultant staff (BA) of beauty clinics in Bangkok, number 400 peoples. The tools used in the research were questionnaires and standard deviation.

Finding that Job motivation of sales consultant (PC) and beauty consultant (BA) of beauty clinics in Bangkok Overall in the highest level in all aspects When considering each aspect, it was found that the success in the job Respect for And interesting aspects of the work

Variables that affect the effectiveness of sales of employees as a whole are at the highest level. When considering each aspect, it was found that the remuneration benefits In the highest rank, with the highest average level, followed by the relationship with the supe.

Keywords: Personnel, Job Position, Motivation

บทนำ

ในยุคปัจจุบันหลายต่อหลายองค์การเผชิญกับปัญหาการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้นจึง เป็นเหตุให้องค์การต่าง ๆ พยายามเร่งปรับตัวเองเพื่อสร้างความอยู่รอดโดยมุ่งเน้นความพึงพอใจของ ลูกค้าเป็นสำคัญ (customer oriented) ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพและกระบวนการผลิต การพัฒนาสินค้า รวมถึงการบริการให้ดีขึ้น อย่างไรก็ดีการปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจไม่เพียง พอที่จะทำให้องค์การอยู่ในสถานะของความได้เปรียบในการแข่งขันได้จึงหันมาให้ความสำคัญ กับการพัฒนาองค์การด้วยการเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของพนักงานเพิ่มมากขึ้นจึงเป็น แนวทางที่องค์การในปัจจุบันต่างเร่งให้ความสนใจเพราะถือว่า “คน”จัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ แม้องค์การไม่สามารถวัดออกมาเป็นมูลค่าโดยตรง แต่มูลค่าของคนนั้นสามารถวัดโดยทางอ้อมใน รูปผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน (ROI: Return on Investment) การลงทุนด้วยการสรรหา บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจึงเป็นสิ่งที่องค์การไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และเมื่อได้คนดีมีฝีมือเข้ามาทำงานให้กับองค์การแล้วสิ่งหนึ่งที่องค์การจะต้องรีบดำเนินการ และทำอย่างต่อเนื่องนั่นก็คือการสร้างระบบในการพัฒนาสมรรถนะของคนสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ (ศศิธร จิมากรณ์, 2556)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่จึงได้ให้ความสำคัญกับสมรรถนะ โดยมองว่าสมรรถนะนั้นเป็นปัจจัยหรือเกณฑ์ในการวัดศักยภาพหรือความสามารถของบุคลากร รวมทั้งใช้เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยมองว่าเป็นโอกาสในการปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพหรือศักยภาพทันต่อการเปลี่ยนแปลง สมรรถนะเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการองค์การที่มีประโยชน์อย่างมากในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) ทั้งนี้เพราะ สมรรถนะเป็นสิ่งที่ช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์การให้ทำงานหรือผลิตผลงานที่องค์การต้องการได้และจะทำให้สนับสนุนวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายระยะยาวขององค์การได้ สมรรถนะสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ในองค์การให้มี

ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้องค์การ สามารถบรรลุถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่ กำหนดไว้ได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันทิศทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่จะต้องมีเครื่องมือที่สามารถแปลงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำกรอบ (competency model) หรือสรรถนะมาใช้ในองค์การจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงได้รับความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของบุคลากร (commitment) และเห็นความสำคัญของการนำกรอบ สมรรถนะมาใช้ (ปวีนิตย์ มากแก้ว, 2557)

ด้วยในการทำงานของโลกธุรกิจ แรงจูงใจถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสิทธิผลในงานขาย (sale effectiveness) ซึ่งถือว่าเป็นหน้าที่ของบริษัทที่จะต้องให้ความสำคัญเพื่อให้พนักงานขายมีแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในงานขาย และเป้าหมายขององค์การ และสร้างความพึงพอให้กับพนักงานขายโดยผ่านแรงจูงใจทั้งภายใน และภายนอก โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สมาชิกเกิดความพึงพอใจในงาน และองค์การโดยส่วนรวม สามารถปรับตัวและ พัฒนาเพื่อดำรงอยู่ได้ (ณรงค์ ศรีเกรียงทองและประสพชัย พสุนนท์, 2558)

ตลาดเครื่องสำอางของไทยมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 ที่ผ่านมามูลค่ารวมของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยอยู่ที่ประมาณ 2.51 แสนล้านบาท โดยแยกเป็นตลาดในประเทศสัดส่วนร้อยละ 66.9 และตลาดส่งออกสัดส่วนร้อยละ 33.1 ธุรกิจเครื่องสำอางเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีการเติบโตต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็ค่อนข้างเปิดกว้างให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ที่สนใจได้เข้าสู่ตลาด ดังนั้นการจะทำให้สินค้าเป็นที่นิยมท่ามกลางสินค้าที่อยู่ในตลาดจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SME จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง รวมทั้งหามาตรการเพื่อเพิ่มศักยภาพและโอกาสในการเข้าสู่ตลาดมากขึ้นลาดเครื่องสำอางมีการเติบโตต่อเนื่อง ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก ขณะที่มีหลากหลายช่องทางจัดจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภค ทั้งช่องทางแบบมีหน้าร้านหรือออฟไลน์ และช่องทางแบบไม่มีหน้าร้านหรือออนไลน์ที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการ SME ไทย

ในปี 2562 ตลาดคลินิกความงามถูกคาดการณ์ว่าจะสามารถเติบโตได้ไม่ต่ำกว่า 20% เป็นผลมาจากการที่ผู้คนหันมาใส่ใจด้านความสวยความงามมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม อายุ 23-39 ปี ที่มีพฤติกรรมเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น จาก 3-5 ปีก่อน อยู่ในระดับ 20% จากลูกค้าทั้งหมดของตลาด แต่ปัจจุบันกลุ่มนี้อยู่ที่ 45-50%

จากเหตุผลและข้อมูลดังกล่าวข้างต้น เป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย และพนักงานที่ปรึกษาความงาม ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (พนักงานที่ปรึกษาการขาย) / (พนักงานที่ปรึกษา ทางด้านความงาม) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เพื่อส่งผลทำให้เกิดการสร้างประสิทธิผล ในงานขายให้กับบริษัท โดยได้กำหนดการวิจัยโดยวัดจากปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อศึกษาว่าปัจจัยแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการสร้างประสิทธิผลทางงานขาย และนำผลการวิจัยมาพัฒนายุทธศาสตร์งานขาย สร้างความมั่นคงในการสร้างความน่าเชื่อถือของตัว ผลิตภัณฑ์ในตลาด อีกทั้งหาแนวทางในการพัฒนาพนักงาน (พนักงานที่ปรึกษาการขาย) (พนักงานที่ ปรึกษาทางด้านความงาม) ให้ได้มาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการ และเพื่อความยั่งยืนของสถาบันต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

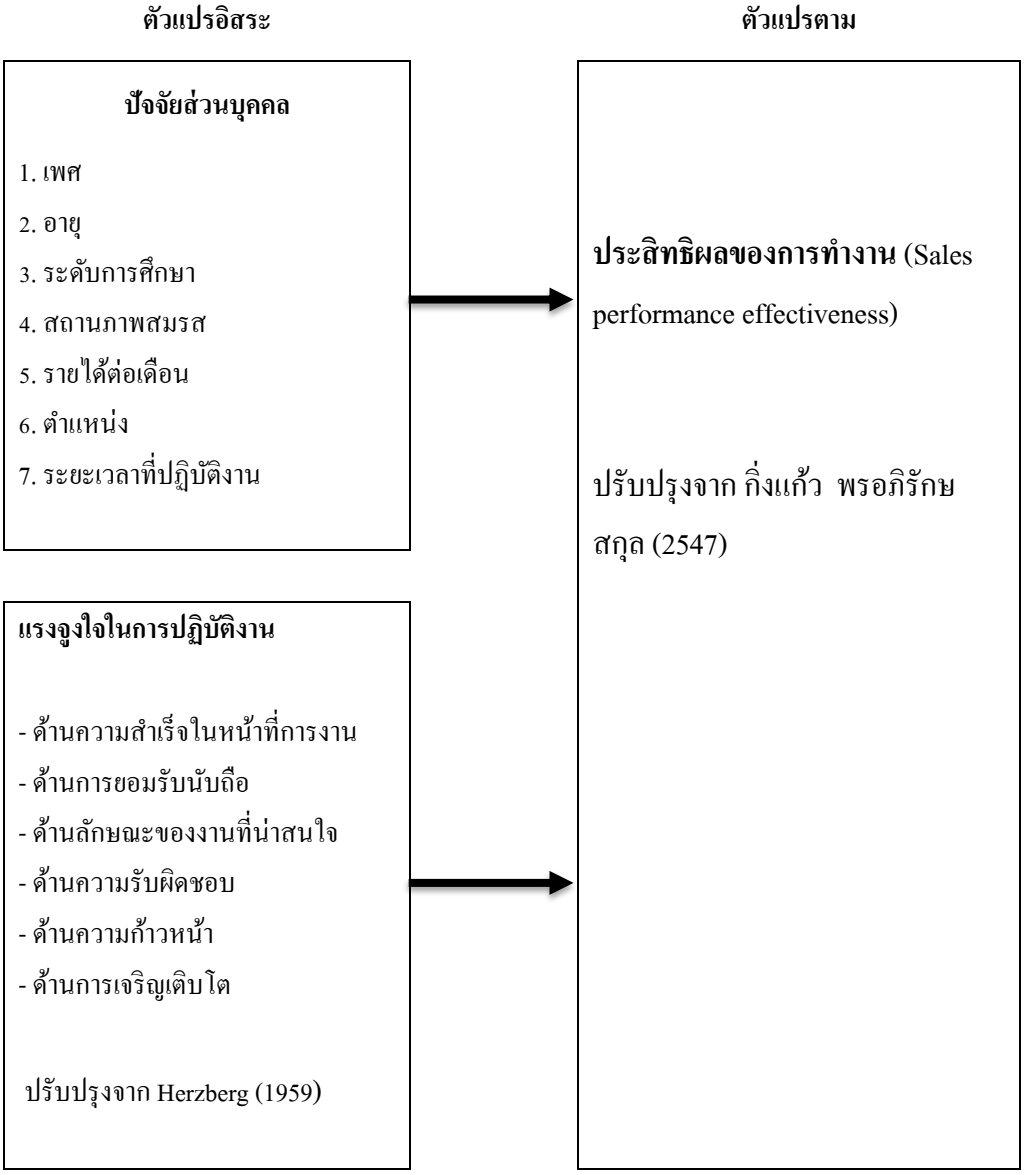
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของพนักงานปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงาม ในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเสนอแนะแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

เปรียบเทียบแรงจูงใจที่ต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงาม ในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คิดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการและยังจะเป็นการรักษาพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์การได้นาน

2. ได้ทราบปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

3. ได้เสนอแนะแนวทางการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร เพื่อการประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน

แนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์

กานต์มณี ไวยครุฑ (2556, หน้า 22-23) กล่าวว่ากล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกในด้านสังคมและวัฒนธรรม (sociocultural component)

การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคนั้น ควรมีการศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรม ความเชื่อ เป็นการวิเคราะห์ประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ศาสนา เป็นการวิเคราะห์ประเด็นแนวทางปฏิบัติของศาสนาของคนในชาติ
3. ทัศนคติเกี่ยวกับสินค้า และบริการ เป็นการวิเคราะห์ถึงทัศนคติของผู้บริโภค
4. ภาษา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อการกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด
5. ชีวิตความเป็นอยู่ เป็นการวิเคราะห์ถึงมาตรฐานในการดำรงชีวิต บทบาทของเพศชายและเพศหญิงในสังคม พฤติกรรมการบริโภคและอื่น ๆ
6. อายุ เป็นการวิเคราะห์ถึงอัตราการเกิด การตาย การแต่งงาน การกระจายอายุของประชากรเพื่อพิจารณาว่ากลุ่มผู้บริโภคสังคมหนึ่ง ๆ เป็นประชากรในกลุ่มใดซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ
7. สิ่งแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญที่ธุรกิจต้องใช้เป็นวัตถุดิบในการดำเนินธุรกิจ
8. การใช้แรงงาน เป็นการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ด้านแรงงาน อัตราการเติบโต อัตราค่าจ้างตามแรงงานกฎหมาย การว่างงานและลักษณะฝีมือแรงงาน
9. สื่อ เป็นการวิเคราะห์มุมมองของสื่อและทิศทางต่าง ๆ
10. การศึกษา เป็นการวิเคราะห์ถึงระดับการศึกษาของผู้บริโภค

11. ผู้บริโภคเป็นบุคคล กลุ่มบุคคลหรือองค์การที่มีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

กล่าวโดยสรุปจะพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานความแตกต่างระหว่างบุคคล เนื่องจากประชากรมีลักษณะเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนจากหลายเหตุปัจจัย ดังนั้นเพื่อเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้มากยิ่งขึ้น จะทำให้ธุรกิจเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายของตนเอง ย่อมนำมาซึ่งการศึกษา ปรับปรุง พัฒนาบุคลากรในองค์การได้เป็นอย่างดี

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

เฮอร์ซเบอร์ก (Frederick Herzberg,1959, pp 113-114) เป็นนักจิตวิทยาผู้หนึ่งที่มุ่งมั่นศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน ผลงานของเขาในเรื่องนี้มีปรากฏแพร่หลายมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1966 และ ค.ศ.1968 ปัญหาที่เขาเฝ้าถามตนเองอยู่เสมอคือ ทำอย่างไรจะจูงใจคนในการทำงานได้เป็นอย่างดี เขาเห็นว่าการให้ค่าแรงต่ำทำให้คนงานไม่พอใจ แต่การให้ค่าแรงสูงก็มิได้ทำให้คนงานอยากทำงานหนักขึ้น เงินมิใช่สิ่งจูงใจสูงสุดจะทำให้คนงานทำงานได้มากกว่าเดิม แม้เงินจะมีความสำคัญก็ตามขณะเดียวกันความมั่นคงและบรรยากาศที่ดีในองค์การก็มิใช่สิ่งจูงใจสูงสุดอีกเช่นเดียวกัน

Herzberg (1959) สรุปปัจจัย 2 ประการดังนี้ (นวะรัตน์ พึ่งโพธิ์สภ, 2552, หน้า20-21)

1. ปัจจัยจูงใจ (motivation factors) เป็นปัจจัยที่จูงใจให้มนุษย์ทำงานมากขึ้นเป็นตัวการที่สร้างความพึงพอใจให้บุคคลในองค์การ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ได้แก่

1) ความสำเร็จในหน้าที่หมายถึง การที่คนทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบผลสำเร็จอย่างดี และเมื่องานประสบผลสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้น

2) การยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือ จากเพื่อน จากผู้มาขอคำปรึกษาหรือจากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้จะอยู่ในรูปของการยกย่อง ชมเชย

3) ลักษณะของงานที่น่าในใจ หมายถึง งานที่น่าสนใจ หรือเป็นงานที่สามารถทำตั้งแต่ต้นจนจบได้โดยลำพัง

4) ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบและมีอำนาจในงานที่ได้รับผิดชอบอย่างเต็มที่

5) ความก้าวหน้า หมายถึง ได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น

6) การเจริญเติบโต หมายถึง โอกาสที่จะได้รับการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งและได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ

2. ปัจจัยค้ำจุน (hygiene factors) เป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่

1) เงินเดือน หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นที่น่าพอใจของบุคคลในหน่วยงาน

2) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาหมายถึง การติดต่อระหว่างบุคคลกับผู้บังคับบัญชาที่แสดงความสัมพันธ์อันดีต่อกันและสามารถทำงานร่วมกันเข้าใจซึ่งกันและกัน

3) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหมายถึง การติดต่อระหว่างบุคคลกับเพื่อนร่วมงานที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันความสามารถทำงานร่วมกันและเข้าใจซึ่งกันและกัน

4) ผลประโยชน์ตอบแทน หมายถึง ค่าตอบแทนที่ยุติธรรม และผลประโยชน์ที่เหมาะสมจะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจในงาน

5) นโยบายและการบริหาร หมายถึง การบริหารงานขององค์การและการติดต่อสื่อสารในองค์การ

6) สภาพการทำงานและความมั่นคง หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง ชั่วโมงการทำงาน และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในงานความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงในองค์การ

7) สภาพชีวิตส่วนตัว หมายถึง ความรู้สึกดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานของเขา

Maslow (1954, p. 82) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยสมมติฐานดังกล่าวมีสาระสำคัญดังนี้

1 มนุษย์มีความต้องการเสมอ และไม่มีวันสิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนอง ความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่

2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง จะไม่เป็นสิ่งจูงใจต่อพฤติกรรมต่อไป

3 ความต้องการของมนุษย์ มีลำดับขั้นของลำดับความสำคัญ คือ เมื่อความต้องการลำดับขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการลำดับขั้นต่อไปก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

Maslow ได้แบ่งลำดับความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (physical needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อดำรงชีวิต เช่น เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย อาหาร และยารักษาโรค เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย และความมั่นคง (safety and security needs) เป็นความต้องการความปลอดภัยทั้งทางร่างกาย และจิตใจ เช่น ปลอดภัยจากเภทภัยอันตรายต่าง ๆ ความมั่นคงทางการเงิน และการงาน เป็นต้น

3. ความต้องการทางด้านสังคม (social and belonging needs) เป็นความต้องการในการมีส่วนร่วมในสังคม ต้องการความรัก เป็นต้น

4. ความต้องการได้รับการเคารพนับถือ (esteem on status needs) เป็นความต้องการให้คนรอบตัวหรือสังคมยอมรับ นับถือ และยกย่องตนเอง เป็นต้น

5. ความต้องการบรรลุศักยภาพของตนเอง (needs for self-actualization) เป็นความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยศักยภาพของตนเอง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์การ

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2544) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลขององค์การในมุมมองของการบริหารโครงการว่า หมายถึงการเปรียบเทียบระหว่างวัตถุประสงค์กับผลลัพธ์ของโครงการซึ่งหมายถึงระดับของการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้าของโครงการนั้นว่าได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้เพียงไร ความมีประสิทธิผลมีความเกี่ยวข้องกับผลผลิตและผลลัพธ์

พิทยา บวรวัฒนา (2552 , หน้า 176) มีความเห็นว่าประสิทธิผลขององค์การเป็นเรื่องของการพิจารณาว่าองค์การประสบความสำเร็จเพียงใดในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้สำหรับคำว่าเป้าหมายขององค์การนั้น หมายถึงสภาพการณ์ที่องค์การปรารถนาให้บังเกิดขึ้นและได้อธิบายเพิ่มเติมว่าองค์การที่มีประสิทธิผล หมายถึงองค์การที่ดำเนินการบรรลุเป้าหมาย (goals) ที่ตั้งใจไว้ ประสิทธิผลจึงเป็นเรื่องของความสำเร็จขององค์การในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ องค์การที่มีประสิทธิผลสูงจึงเป็นองค์การที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการทำงานตามเป้าหมาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัศมี เอกณรงค์ (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพัน ต่อองค์การของพนักงาน (ระดับปฏิบัติการ) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พนักงานในระดับปฏิบัติการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก ปัจจัยในการทำงานด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีส่วนร่วมในการทำงาน ด้านความหลากหลายในการทำงาน ด้านสวัสดิการและความปลอดภัยในการทำงาน และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ซึ่งทุกด้านเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานอยู่ในระดับมาก

พนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มีระดับความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ปฐมวงค์ สีหาเสนา (2557,บทคัดย่อ)ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวมมีแจงจูงใจในระดับมาก โดยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสำเร็จในการทำงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านสถานะอาชีพ มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ด้านความมั่นคงในงาน มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ด้านการปกครองบังคับบัญชามีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด ด้านความรับผิดชอบมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านการได้รับการยอมรับ มีแรงจูงใจในระดับมาก ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านสภาพการทำงาน มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านความก้าวหน้า มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านการนโยบายและการบริหาร มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ตามลำกับและลำดับสุดท้ายด้านเงินเดือนมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบพบว่าบุคลากรที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและประเภทตำแหน่งที่ตำแหน่งต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่างกัน

เฉลิม สุขเจริญ (2557, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านความก้าวหน้า ด้านได้รับการยอมรับนับถือและด้านความรับผิดชอบตามลำดับ

1. ด้านระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติทำงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเครียดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการขาดงาน ด้านผลิตภาพของแต่ละบุคคล ด้านผลการปฏิบัติงาน ด้านการตั้งใจจะลาออก และด้านทัศนคติของบุคคล ตามลำดับ

2. ด้านทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 โดยมีระดับของความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.464$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าความสำเร็จในการทำงาน ด้านได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบและด้านความก้าวหน้า มีสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

อดุลย์ กองสัมฤทธิ์ (2557, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน:กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยจูงใจความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติและด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคตอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ด้านเงินเดือน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านสถานสภาพการทำงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านความมั่นคงในการทำงานและด้านวิธีการปกครองบัญชา อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นยังพบว่า พนักงานที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

โชติกา ระโส (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับที่มาก ยกเว้นด้านการยอมรับนับถือ ที่มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีลักษณะการปฏิบัติงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ชูเกียรติ ยิ้มพวง (2554, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจที่ผลต่อการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัดโรงงานจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ ระดับ

การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานตำแหน่งงานและรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันและลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ชูยศ ศรีวรขันธ์ (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจต่อผลการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบล เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า บุคคลกรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการทำงานมากจึงส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานขององค์การเพิ่มขึ้น แต่จะไม่พึงพอใจในการได้รับเงินค่าตอบแทนอื่น เป็นกรณีพิเศษ (โบนัส) เท่าที่ควร และได้สะท้อนให้เห็นปัญหาการได้รับเงินค่าตอบแทนอื่นเป็นกรณีพิเศษ (โบนัส) ที่ไม่ได้ความเป็นธรรม และการขาดมาตรฐานในการประเมินผลงานขององค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวกับวิธีการ และขั้นตอนต่าง ๆ ต้องได้รับการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนที่บกพร่อง และทำให้เกิดปัญหาเพื่อแก้ไขเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก ในอนาคต

ปุณณภา อมรปิยะกิจ (2552, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีผลให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์การ กรณีศึกษา ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับมาก โดยที่ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อระดับแรงจูงใจในการทำงานและระดับความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การในภาพรวมสวนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง กล่าคือ เมื่อมีการส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานที่เหมาะสมก็จะเพิ่มความผูกพันต่อองค์การได้ ในขณะเดียวกันเมื่อส่งเสริมความรู้สึกผูกพันธ์ต่อองค์การที่เหมาะสมก็จะเกิดความพึงพอใจต่อแรงจูงใจในการทำงานที่เหมาะสมด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งของพนักงาน โดยเป็นคำถามปลายปิด (close-ended question) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (checklist) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ข้อ

โดยในตอนที่ 2 และ 3 จะเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ กำหนดระดับมาตราส่วนที่เป็นข้อความให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลข เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ กำหนดค่าน้ำหนักตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert, 1970)

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล / สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับ เก็บแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแล้วมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับคืนมาได้แล้วนำมาตรวจความครบถ้วนสมบูรณ์จากนั้นนำมาตรวจการให้คะแนน และนำผลคะแนนมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจะถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร โดยมีวิธีการ ดังนี้

1. ตรวจความถูกต้องครบถ้วนและจำนวนของแบบสอบถามที่ได้กลับมา

2. นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และแปลผลโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.2 ส่วนใหญ่มี อายุ 25-30 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็น

ร้อยละ 47.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 มีรายได้ 10, 000 – 15,000 บาท จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงาน 1-2 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0

2. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน อยู่ในอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านการยอมรับนับถือมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และด้านลักษณะของงานที่น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

3. ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

ประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

การทดสอบสมมติฐานพบว่าแรงจูงใจมีผลต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน และด้านการเจริญเติบโต ยกเว้นด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่น่าสนใจ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า ไม่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษาการขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน อยู่ในอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านการยอมรับนับถือมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และด้านลักษณะของงานที่น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานต้องการความสำเร็จในหน้าที่การงาน โดยผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของรัศมี เอกณรงค์ (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพัน ต่อองค์การของพนักงาน (ระดับปฏิบัติการ) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าพนักงานในระดับปฏิบัติการของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก ปัจจัยในการทำงานด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีส่วนร่วมในการทำงาน ด้านความหลากหลายในการทำงาน ด้านสวัสดิการและความปลอดภัยในการทำงาน และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ซึ่งทุกด้านเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานอยู่ในระดับมากพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์มีระดับความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

จากการศึกษาพบว่าประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของสถาบันเสริมความงามในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลประโยชน์ตอบแทน อยู่ในอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคือด้านเงินเดือนมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อาจมีขอบเขตในการศึกษาที่จำกัดในหลาย ๆ ด้าน ดังนั้นหากมีผู้สนใจศึกษาวิจัยในลักษณะนี้ต่อไป ผู้วิจัยมีข้อแนะนำเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1. จากข้อมูลการศึกษาที่แสดงถึงแหล่งข้อมูลในเขตพื้นที่เท่านั้น ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่าควรเพิ่มเติมและขยายขอบเขตในการวิจัยออกไปสู่เขตพื้นที่ระดับจังหวัดและระดับภูมิภาคมากยิ่งขึ้นอันจะทำให้ทราบถึงแนวทางความต้องการและการวางแผนดำเนินธุรกิจเชิงรุกต่อไป

2. ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสานวิธี (mixed methodology) โดยเป็นการวิจัยในแนวทางแบบผสมผสานวิธี โดยการผสานวิธีคิดและระเบียบวิธีเชิงปริมาณและคุณภาพเข้าด้วยกัน ใช้การสังเกตกิจกรรม การร่วมกิจกรรมในพื้นที่ การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะ ๆ และการศึกษาตามสภาพจริงในธุรกิจอีกด้วย

รายการอ้างอิง

กานต์มณี ไวยครุฑ. (2556). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. ปทุมธานี: ศูนย์เรียนรู้การผลิต และจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิตอล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

กิ่งแก้ว พรอภิรักษกุล. (2549). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานขายในธุรกิจขายตรง*.รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม

กรองแก้ว อยู่สุข. (2542). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จงกล ทองโฉม. (2555). *คำศัพท์เกี่ยวกับการประเมินผล*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : gotoknow.org. 14 กรกฎาคม 2557

เฉลิม สุขเจริญ. (2557). *แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของ บุคลากรองค์ การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี*. สารนิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรรัฐ ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง.(2521). *ประชาการศึกษาและประชากรณ์ศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ชูเกียรติ ยิ้มพวง. (2554). *แรงจูงใจที่มีผลต่อกิ่ปฏิบัติงานกรณีศึกษาบริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด โรงงาน จังหวัดปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชูยศ ศรีวรขันธ์. (2553). *ปัจจัยแรงจูงใจต่อผลการปฏิบัติงาน: กรณีศึกษาขององค์การบริหาร ส่วนตำบล เขตอำเภอเมืองจังหวดนครราชสีมา*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุนารี.

โชติกา ระโส (2555). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2549). *การจัดการระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2551). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณรงค์ ศรีเกรียงทองและ ประสพชัย พสุนนท์. (2558). *ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในงานขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงาน ที่ปรึกษาความงาม (BA)ของบริษัทโมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นเนลคอสเมติกส์ จำกัด*. สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดิน ปรัชญพฤทธิ์. (2552). *การบริหารการพัฒนา : ความหมาย เนื้อหา แนวทาง และปัญหา*. กรุงเทพฯ: อักษรไทย.

ตุลา มหาพสุธานนท์. (2545). *หลักการจัดการบริหาร*. กรุงเทพฯ: นักศึกษาพัฒนา.

ทัศนีย์ เอี่ยมสะอาด. (2553). *การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลไม้กระป๋องสยาม(1988) จำกัด อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*.หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปกร.

ทิพาวดี เมฆสวรรค์. (2544). *การส่งเสริมประสิทธิภาพในระบบราชการ*. กรุงเทพฯ.

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2529). *พฤติกรรมขององค์การ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ วัฒนาพาณิช.

นิติพล ภูตะโชติ. (2556). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นวะรัตน์ พึ่งโพธิ์สภ. (2552). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ธนารักษ์พัฒนา สินทรัพย์ จำกัด. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปฐมวงค์ สีหาเสนา. (2557). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทรบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปุณณภา อมรปิยะกิจ.(2552). *แรงจูงใจที่มีผลให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิค และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.* วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปวีนิตย์ มากแก้ว. (2557). *การศึกษาด้านความสามารถและทักษะในการทำงาน ด้านการบริการที่ดีด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของพนักงานระดับปฏิบัติการเขตสาทร กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภานุวัฒน์ ราชสมัคร. (2557*). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ป้องกันปราบปราม ของข้าราชการสถานีตำรวจภูธรสำโรงใต้ อำเภอพระป่าแดง จังหวัดสมุทรปราการ*. หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ภุมรินทร์ ทวิชศรี. (2554*). ความคาดหวังและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท บริษัทพรอคเตอร์ แอน แกมเบิล แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด.* การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชมงคลธนบุรี.

รัศมี เอกณรงค์. (2556). *การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในงานทีมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร(ระดับปฏิบัติการ) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ราชบัณฑิตราชสถาน. (2555). *พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

ลา มหาพสุธานนท์. (2545). *หลักการจัดการ หลักการบริหาร*. กรุงเทพฯ: นศ. พัฒนา.

ปฐมวงค์ สีหาเสนา. (2557). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรีจังหวัดจันทบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

พรรณราย ทรัพยะประภา. (2529). *การจูงใจ จิตวิทยาการบริหารบุคคล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริม กรุงเทพฯ.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พิทยา บวรวัฒนา. (2552). *ทฤษฎีองค์กรสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: ศักดิโสภา.

ศศิธร จิมากรณ์. (2556). *สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม*. สารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะศิลปะศาสตร์มหาวิทยาลัยเกริก.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และศุภรเสรีรัตน์. (2552).*การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิวิไล กุลทรัพย์ศุทรา. (2552**).** *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ. เอส. แอสโซซิเอท เอนยิเนียริ่ง (1964) จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ศุภชัย ยาวะประภาษ. (2552). *นโยบายสาธารณะ* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์. (2557). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น

สุพานี สฤษฎ์วานิช. (2552). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่:แนวคิดและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรพล พยอมแย้ม. (2545**).** *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมการ ผลิตตำราและเอกสารการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์)อรรถมานะ. (2542). *พฤติกรรมองค์การ ทฤษฎีและการประยุกต์*. พิมพ์ ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หลุย จำปาเทศ. (2533). *จิตวิทยาการจูงใจ*. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาสน.

อดุลย์ กองสัมฤทธิ์. (2557) *การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี. รายงานการวิจัย*. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อนิวัช แก้วจำนงค์. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์. สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.

Cochran, W .G. (1977). *Sampling Techniques.* 3rd. ed. New York: John Wiley and Sons.

Ghiselli, Edwin. E. and Brown. W. Clarence. (1955). *Personnel and Industrial Psychology*: 2 rd ed. New York: McGraw-Hill.

Herzberg, Frederick. (1959). *The Motivation to work.* New York: John Wiley and Sons.

Luthans, Fred. (1985). *Organizational Behavior*: 6 th ed. New York: McGraw-Hill.

Maslow, Abraham M. (1954*). Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.