

## การดำรงรักษานักการตลาดมืออาชีพของบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง The maintained professional marketer to a beverage company

ศศิภา พุปลี<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การดำรงรักษานักการตลาดมืออาชีพของบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะประชากร และสภาพการทำงานที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษา และศึกษาความพึงพอใจในด้านการ ทำงานของพนักงานการตลาด โดยประชากรที่ศึกษา คือพนักงานการตลาดของบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง เพศชาย อายุ 25-40 ปีบริบูรณ์ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 64 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็น แบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ การ แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนทาง เดียว ทั้ง T-test และ F-test

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี โสด อายุงานในองค์กรน้อยกว่า 2 ปี ทำงาน8ชั่วโมง/ วัน จำนวนลูกค้าที่ต้องรับผิดชอบมากกว่า 60 ราย มีกิจกรรมที่จัดให้กับลูกค้าโดยเฉลี่ยแต่ละเดือน 3 - 5 ครั้ง ออกแบบตารางทำงานด้วยตนเอง และทำการแจ้งพิกัดสถานที่ในการเข้าพบลูกค้าทุกวัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ ความพึงพอใจในการทำงานด้านวัฒนธรรมองค์กรมากที่สุด ลักษณะประชากรที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษา คือ อายุงานในองค์กรที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นด้านการดำรงรักษาในเรื่องค่าตอบแทนที่เหมาะสมต่างกัน สภาพ การทำงานมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษา คือ ปริมาณงานที่รับผิดชอบเรื่องจำนวนกิจกรรมที่จัดให้ลูกค้าแต่ละ เดือนที่ต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นด้านการดำรงรักษาในเรื่องสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานต่างกัน ปัจจัยที่ทำให้ ตัดสินใจทำงานด้านการตลาดร่วมกับองค์กรนี้มากที่สุดคือความมั่นคง และเหตุผลในการลาออกได้แก่ งานใหม่ที่ดีกว่า และทำธุรกิจส่วนตัว

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาพบว่า การดำรงรักษานักการตลาดควรให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมใน องค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพัน และลดอัตราการลาออก ควรมีการประเมินและวางผังโครงสร้างบุคลากรที่ ชัดเจนเป็นธรรม ให้อิสระในการทำงานกับพนักงานการตลาด เพื่อให้พนักงานสามารถที่จะบริหารความสมดุลระหว่าง ชีวิตกับการทำงาน

**คำสำคัญ :** การดำรงรักษานักงาน พนักงานการตลาด สภาพการทำงาน ปริมาณงานของพนักงานการตลาด การควบคุมเส้นทางการทำงาน

### Abstract

The study for the maintained professional marketing to a beverage company, aimed to study structure of employees and work environment which effected to the results of maintained. Also study the satisfaction to the task of marketing who was employed with a beverage company, 64 persons, male, 25-40 years old. Materials for the research of descriptive statistics are frequencies, percentage, advantage and standard deviation, inferential statistics such as variability with T-test and F-test

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท, สาขาพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาดบัณฑิต, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Most of the examples are 31-35 years old, single, working less than 2 years, 8 hours working a day, handling more than 60 customers, holding 3-5 times activities in a month for customer, self-scheduled, and customer visit plans. The interviews most satisfied to work under organization culture. Structure of employee effected to the maintained as different working experiences will effects the maintained of profits and salaries. Working environment effects the result of the maintained as responsibility to the work is different activities for customers each month will effects the different idea of the maintained balancing between life and work. The decision to work in marketing department of this company is the stability and the resignation reasons are the better jobs and self-employed

Suggestion to the study of maintained marketing team found that we must emphasize company's cultures to maintain relationships between the employees and reduce the resignation. Also evaluate and develop for employee to grow. Freedom to work shall effects to the balance of life and work for marketing team.

**Keywords :** The Maintained, Marketing, Working Environment, Task of marketing, Routing

## บทนำ

เมื่อพูดถึงระบบธุรกิจในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันที่สูง มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อที่จะเอาชนะคู่แข่ง โดยเฉพาะด้านการตลาดที่มีการแข่งขันกันสูงอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่หรือขนาดย่อมก็ตาม หากไม่มีนักการตลาดที่ดีก็ไม่สามารถผลักดันสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเข้าถึงผู้บริโภคได้ จะเห็นได้ว่าเจ้าหน้าที่การตลาดจึงมีความสำคัญกับองค์กรอย่างยิ่ง เนื่องจากเจ้าหน้าที่การตลาดนั้นเป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่มีฐานข้อมูลลูกค้าอยู่ เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่หารายได้หลักให้กับองค์กร และการทำงานที่อาศัยการส่งมอบประสบการณ์มาในระยะเวลาหนึ่ง หากต้องเสียบุคลากรในหน่วยนี้ไปจะส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ ดังนั้นการธำรงรักษากลุ่มพนักงานส่วนนี้จึงมีความสำคัญ แต่จากสถิติการลาออกของพนักงานในบริษัทจะพบว่าเจ้าหน้าที่การตลาดและฝ่ายขายมีการโยกย้ายและลาออกมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยเทียบเป็นร้อยละ 45 โดนประมาณของพนักงานทั้งหมดในบริษัทที่มีการลาออกในแต่ละปี ข้อมูลจากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นกับเจ้าหน้าที่บุคคลบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง ณ วันที่ 21 ธันวาคม 2558 การที่บริษัทจะรักษาข้อมูลฐานลูกค้าของบริษัทก็เป็นการยาก การถูกกดดันเรื่องยอดขายและการต้องไปทำงานประจำพื้นที่ไกลบ้าน เกิดการกดดันในการทำงาน ยิ่งหากหน่วยงานองค์กรนั้นมีกฎที่เข้มงวด กดดันเรื่องยอดขาย เพื่อที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้ในภาวะการแข่งขันที่สูงของสังคม ส่งผลให้พนักงานมีเวลาให้กับชีวิตส่วนตัวและครอบครัวน้อยลง เกิดความเครียดในการทำงาน ทำให้เกิดความไม่สมดุลในชีวิตการทำงานในองค์กรนั้นๆ จะส่งผลให้พนักงานตัดสินใจที่จะเปลี่ยนงาน หรือลาออกไปทำองค์กรอื่นหรืองานด้านอื่นที่สามารถตอบสนองความสมดุลในชีวิตและสามารถตอบสนองความพึงพอใจในการทำงานของเขาได้

ดังนั้นการศึกษา ข้อมูลด้านลักษณะประชากร สภาพการทำงาน และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการตลาด จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการธำรงรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่ในองค์กรของเราอย่างยั่งยืน และทำให้พนักงานมีความสุขกับการทำงาน เพื่อให้งานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป เพราะการที่จะสร้างพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญในแต่ละงานนั้นต้องใช้เวลาและประสบการณ์สะสมเป็นเวลามากมายปี

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาพนักงานการตลาด
2. เพื่อศึกษาสภาพการทำงานที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาพนักงานการตลาด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในด้านการทำงานของพนักงานการตลาด

## เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพการทำงานของพนักงานขาย ซีลาพร อินทร์อุดม(2541, น. 11) อธิบายได้ดังนี้ รายได้ในแต่ละเดือนของพนักงานขายจะไม่คงที่ เพราะจะขึ้นอยู่กับการทำงานในแต่ละเดือน รวมไปถึงค่าคอมมิชชั่นของผลงาน ความก้าวหน้าในอาชีพเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เพราะเป็นการประเมินตามผลงานการขาย และเป้าของลูกค้า พนักงานขายมีอิสระในการทำงานสูง มีลักษณะงานที่ต้องพบเจอปัญหาและสถานการณ์ใหม่ๆ ดังนั้นพนักงานขายต้องรู้จักเรียนรู้พัฒนาตนเองอยู่เสมอ และเป็นงานที่มีแรงกดดันสูงด้วยการทำงานที่ต้องให้บรรลุเป้าหมายยอดขาย และลูกค้า พนักงานขายจึงต้องมีความอดทนและพร้อมที่จำทำในสิ่งที่ทำทนายตนเอง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการการดำรงรักษาบุคลากร

แนวคิดเกี่ยวกับการลาออก โดย Mathis and Jackson (2002, p. 23, อ้างถึงใน สมศรี พรประภาพงศ์, 2549, น. 14) กล่าวว่า การลาออกแบ่งได้เป็นการลาออกอย่างสมัครใจ (Voluntary Turnover) และการลาออกอย่างไม่สมัครใจ (Involuntary Turnover) การลาออกอย่างไม่สมัครใจเกิดขึ้นเมื่อพนักงานถูกไล่ออกจากงาน ในขณะที่การลาออกอย่างสมัครใจเกิดขึ้นเมื่อพนักงานมีทางเลือก ซึ่งมีสาเหตุจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น งานที่ทำอยู่ไม่ท้าทาย สถานที่ตั้งของที่ทำงาน หัวหน้างาน ความกดดันในการทำงาน อย่างไรก็ตามการลาออกไม่ใช่มีผลในเชิงลบอย่างเดียว

3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน

สิริอร วิชชาวุธ (2544, น. 138-141) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน มีองค์ประกอบ คือ

1) เนื้อหาของตัวงาน กล่าวคือ ลักษณะงานนั้นมีหลายอย่าง หลายรูปแบบ ซึ่งงานแต่ละงานก็มีเนื้องานที่แตกต่างกัน บางงานนั้นทำให้พนักงานบางกลุ่มรู้สึกพอใจและไม่พอใจในเวลาเดียวกัน สิ่งที่สำคัญคือความเหมาะสมของเนื้องานต้องสัมพันธ์กับความถนัดผู้ปฏิบัติงาน

2) สภาพแวดล้อมของการทำงาน กล่าวคือ ส่วนประกอบอื่นๆที่มีผลต่อการทำงาน เช่น ค่าตอบแทน ผู้บังคับบัญชา วัฒนธรรมองค์กร โดยยกตัวอย่างได้ดังนี้ โอกาสของความก้าวหน้าในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ลักษณะที่เป็นตัวดึงดูดในตัวงาน บริษัทและการบริหารจัดการ สภาพทางสังคมของงาน ความมั่นคงปลอดภัย ค่าจ้างและผลตอบแทน การสื่อสาร การบริหารจัดการและการบังคับบัญชา และผลประโยชน์

### ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

1. สมศรี พรประภาพงศ์ (2549, น. 80) ศึกษาเรื่อง ทศนะต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

2. สาวิตรี กาศโอสถ (2548, น. 73) ศึกษาเรื่อง แนวทางการลดอัตราการลาออกของพนักงาน บริษัทสรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด สาขาชิดลม

3. วุฒิพล อาน้อย (2557) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานและความตั้งใจจะลาออกจากงานของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 4. นฤมล ผู้อดสำห (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการตลาด บริษัทไอที จำกัด(มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร

5. อัญชะรินทร์ จินดานนท์ (2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานขายต่างเจเนอเรชันต่อคุณลักษณะงาน
6. เรณู สุขฤทธิกิจ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน)

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการศึกษา เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร สภาพการทำงาน และความพึงพอใจต่องานจาก พนักงานการตลาดของบริษัทเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานการตลาดของบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง ทั้งฝ่าย Alcohol และฝ่าย Non-Alcohol เฉพาะเพศชายที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไปถึงอายุ 40 ปี บริบูรณ์ และอยู่ในระดับปฏิบัติการ ในเขตพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศไทย จำนวน 160 คน ผู้ศึกษาได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 จากจำนวนประชากรทั้งหมด ได้กลุ่มตัวอย่าง 64 คน โดยผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi State-sampling) ตามสัดส่วนของประชากรแต่ละส่วนงานในองค์กร ประกอบด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) และวิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ขึ้นมา 1 ชุด โดยในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยคำถามที่เป็นปลายเปิดและคำถามที่เป็นปลายปิดขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากร เป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check list) ส่วนที่ 2 เป็นแบบการประเมินตนเองของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่อง การกำหนดเป้าหมายและค่าทางสถิติ และความพึงพอใจต่องาน โดยใช้ Likert Scale แบบ 4 ตัวเลือก ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด ใช้สำหรับสอบถามข้อคิดเห็นต่อการดำเนินงานที่ส่งผลต่อการดำรงรักษา ประกอบด้วย 2 คำถาม

4. วิธีการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ประสานงานกับบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง เพื่อขอใช้เป็นกรณีศึกษา และแจกแบบสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่การตลาด โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับพนักงานการตลาดในองค์กร และนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การพรรณนาเป็นการรายงานผลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร สภาพการทำงาน ที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษา พนักงานการตลาด นำผลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเพื่อดูความต่าง

### สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีอายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 46.9 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีอายุงานในองค์กรน้อยกว่า 2 ปี ร้อยละ 31.3 ส่วนใหญ่ทำงานวันละ 8 ชั่วโมง จำนวนลูกค้าที่ต้องรับผิดชอบดูแลมากกว่า 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.9 มีกิจกรรมที่ต้องจัดให้กับลูกค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือน 3 - 5 ครั้ง ออกแบบตารางทำงานตามความเหมาะสมและตามสะดวกของตนเอง และทำการแจ้งพิกัดสถานที่ในการเข้าพบลูกค้าทุกวัน

ผลความคิดเห็นต่องานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากต่อความพึงพอใจในการทำงานโดยมีค่าเฉลี่ย 3.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรื่องความพึงพอใจในการทำงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากในทุกๆด้าน ยกเว้นด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 3.33

ผลความคิดเห็นต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาโดยมีค่าเฉลี่ย 2.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรื่องผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับมากในทุกๆด้าน และปัจจัยที่ทำให้ท่านตัดสินใจที่จะทำงานด้านการตลาดร่วมกับองค์กรนี้ได้แก่ความมั่นคง เหตุผลในการลาออกได้แก่ งานใหม่ที่ดีกว่าและทำธุรกิจส่วนตัว

ความพึงพอใจในการทำงานและผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษามีความสัมพันธ์ทางบวก อายุ จำนวนชั่วโมงการทำงานต่อวัน จำนวนลูกค้าที่ต้องดูแล การออกแบบตารางการทำงานและการแจ้งพิกัดสถานที่ในการเข้าพบลูกค้าทุกวันของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่องานในทุกด้าน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยรูปแบบลักษณะงานที่แตกต่างกัน อายุการทำงานในองค์กรที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยวัฒนธรรมองค์กรและค่าตอบแทนที่แตกต่างกัน จำนวนกิจกรรมที่จัดให้ลูกค้าในแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยด้านสภาพการทำงาน รูปแบบลักษณะงาน และ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานแตกต่างกัน

### อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลผลการศึกษาเรื่อง “การดำรงรักษานักการตลาดมืออาชีพของบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง” ผู้ศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจที่มีความเกี่ยวข้องกับบรรณกรรมที่ผู้ศึกษานำมาใช้ประกอบการศึกษา โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาพนักงานการตลาด ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาลักษณะประชากรทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ อายุ สถานภาพ และอายุงานในองค์กร พบว่ามีเพียงอายุงานในองค์กรที่มีผลต่อการดำรงรักษาพนักงานการตลาดในด้านค่าตอบแทน ผลการศึกษาที่พบคือ พนักงานการตลาดที่มีอายุงานในองค์กรมากกว่า 6 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อค่าตอบแทนที่เหมาะสมสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานในองค์กรน้อยกว่า 6 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ กัลยาณี เสนาสู (2556, น. 113) ที่กล่าวไว้ว่าหลักองค์ประกอบของโครงสร้างค่าตอบแทน มีเกณฑ์การพิจารณา คือ ระดับหรือชั้นงาน ความแตกต่างของค่าตอบแทนในแต่ละชั้น โดยความแตกต่างนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละชั้น กล่าวได้ว่า ผู้ที่มีอายุการทำงานที่มาก ย่อมมีทักษะความรู้สูงกว่า มีงานที่รับผิดชอบที่มากกว่า แต่อย่างไรก็ตามอายุงานในองค์กรที่ส่งผลต่อค่าจ้างเงินเดือนไม่สามารถเป็นตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาได้เสมอไปเพราะการดำรงรักษาพนักงานในองค์กรประกอบด้วยกันหลายปัจจัย ซึ่งขัดแย้งกับ ผลการศึกษางานวิจัยของ สมศรี พรประภาพงศ์ (2550, น.80) ที่กล่าวว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยด้านค่าตอบแทน มีผลต่อการตัดสินใจลาออกจางานมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานมากมีความเห็นต่อปัจจัยด้านค่าตอบแทนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า และ สาวิตรี กาศโอสถ (2548, น. 73) ที่กล่าวว่า สาเหตุการลาออกจากริชของบริษัทของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลาออกด้วยสาเหตุด้านค่าจ้างและสวัสดิการ อธิบายได้ว่า รายได้ในแต่ละเดือนของพนักงานการตลาดขึ้นอยู่กับการทำงานในแต่ละเดือน รวมไปถึงค่าคอมมิชชั่นของผลงาน และเงินเดือน ซึ่งแตกต่างจากพนักงานกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น ที่ค่าตอบแทนมีเพียงแต่เงินเดือนและเงินค่าล่วงเวลาสวัสดิการพื้นฐานเท่านั้น

2. สภาพการทำงานมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการดำรงรักษาพนักงานการตลาด ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาสภาพการทำงานทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ประกอบด้วย ชั่วโมงเวลาในการปฏิบัติงาน/วัน ปริมาณงานที่รับผิดชอบ อิสระในการตัดสินใจเกี่ยวกับงาน และการกำหนดเป้าหมายที่เหมาะสมกับระยะเวลาที่กำหนดให้เสร็จงาน พบว่ามีเพียงปริมาณงานที่รับผิดชอบที่มีผลต่อการดำรงรักษาพนักงานการตลาดด้านสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ผลการศึกษาที่พบคือ พนักงานการตลาดที่มีกิจกรรมที่จัดให้ลูกค้าในแต่ละเดือนมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นในด้านสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานน้อยกว่ากลุ่มพนักงานการตลาดที่มีกิจกรรมที่จัดให้ลูกค้าในแต่ละเดือนน้อยกว่า หรือเท่ากับ 5 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับที่ ทวีศักดิ์ สุวรินทร์ (2529, น. 167-172, อ้างถึงใน วรรณภา อีรบรรรัตน์, 2540, น. 28) อธิบายการประเมินผลการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายในหลักเกณฑ์เชิงปริมาณ ด้านกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับงานขาย เช่น การช่วยงานกิจกรรมลูกค้า การติดตั้งสื่อโฆษณา การจัดกิจกรรมบูทชมชิมสินค้า เป็นต้น ปริมาณกิจกรรมที่มากแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจ ความขยันและรับผิดชอบในการทำงาน แต่ถ้าปริมาณกิจกรรมที่มากเกินไป ก็จะส่งผลถึง

ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน มีเวลาให้กับชีวิตส่วนตัวน้อยลง

3. ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการตลาดของบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่งมีความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นผลดีกับองค์การในการดำรงรักษาพนักงาน โดยได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการทำงานทั้งสิ้น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านรูปแบบลักษณะงาน และด้านสังคมเพื่อนร่วมงาน พบว่าด้านวัฒนธรรมองค์การมีความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ไปถึงองค์ประกอบในการพิจารณาความพึงพอใจในด้านวัฒนธรรมองค์การ จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กร รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีส่วนร่วมในกิจกรรม ประเพณี พิธีต่างๆขององค์กร และมีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นอบอุ่นในองค์กร ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสุพานี สุชญ์วานิช (2545, น. 62) ที่อธิบายถึงองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์การ ที่ประกอบด้วย สัญลักษณ์ต่างๆ เรื่องเล่าพิธีกรรม และพิธีการ เพื่อหล่อหลอมให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์การที่มีผลต่อการดำรงรักษา

4. ประเด็นที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นจากคำถามปลายเปิด

4.1 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้พนักงานการตลาดตัดสินใจที่จะทำงานด้านการตลาดร่วมกับองค์กรนี้มากที่สุดได้แก่ ความมั่นคง รองลงมาคือ การได้พัฒนาตนเอง ชื่อเสียงขององค์กร ความท้าทายให้หน้าใจและการทำงาน สังคมการทำงาน การดูแลและสวัสดิการที่ดี ความศรัทธาในองค์กร ผู้บังคับบัญชาที่ดี ความเป็นธรรมในการทำงาน เป็นงานที่มีคุณค่า และความหลากหลายของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน ที่ Von Haller (1967, อ้างถึงใน อุไรวรรณ วิญญายอง, 2551, น. 17-18) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 10 ข้อ เรื่องความมั่นคงและรู้สึกปลอดภัยในการทำงาน โอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน ความรู้สึกต่อสถานที่ทำงาน วัฒนธรรมองค์การ รวมไปถึงชื่อเสียงขององค์การที่ทำ ค่าตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงิน สวัสดิการ และรางวัล ที่มีเกณฑ์การให้อย่างเป็น ลักษณะของงานที่รับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับความรู้ความสามารถและตรงตามความสนใจของผู้ปฏิบัติงาน การบริหารจัดการและระบบการบังคับบัญชา การเป็นที่ยอมรับของสังคมในที่ทำงาน การสื่อสาร สภาพการทำงาน รูปแบบการทำงาน สิ่งตอบแทนอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน

4.2 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้พนักงานการตลาดตัดสินใจในการลาออกมากที่สุดได้แก่ งานใหม่ที่ดีกว่าและทำธุรกิจส่วนตัวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mathis and Jackson (2002, p. 23, อ้างถึงใน สมศรี พรประภาพงศ์, 2549, น. 14) ที่ระบุว่า การลาออกอย่างสมัครใจเกิดขึ้นเมื่อพนักงานมีทางเลือก ซึ่งมีสาเหตุจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น มีโอกาสที่ดีกว่าในการก้าวหน้าในอาชีพงานใหม่ให้ค่าตอบแทนที่ดีกว่า

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงการดำรงรักษาที่ดีขององค์กรนี้ โดยมีผลความพึงพอใจในการทำงาน และระดับความคิดเห็นด้านสภาพการทำงาน อยู่ในระดับที่มาก และมากที่สุด ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนะต่อองค์การ คือ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกพึงพอใจในวัฒนธรรมในองค์การระดับมากที่สุด ดังนั้นองค์การจึงควรให้ความสำคัญ และสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมในองค์การให้เกิดความเข้มแข็ง และแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เพื่อสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ลดอัตราการลาออก และจากการตอบแบบสอบถามปลายเปิด องค์การควรมีการประเมินผลที่ชัดเจนและเป็นธรรม รวมไปถึงมีลำดับขั้นในการเลื่อนตำแหน่งพนักงานในองค์การที่ชัดเจน มีการวางผังโครงสร้างบุคลากรอย่างมีแบบแผน เพื่อให้พนักงานเห็นความก้าวหน้า และเกิดความกระตือรือร้นในการทำผลงาน และลดปัญหาการลาออกในองค์การ องค์การควรให้อิสระในการทำงานกับพนักงานการตลาด ไม่ควรมีการตรวจสอบที่เข้มงวดเกินไป เพื่อให้พนักงานการตลาดสามารถที่จะบริหารจัดการเวลาของตนเองไม่ให้กระทบต่อการให้เวลากับครอบครัว และองค์การควรเข้ามาสนใจดูแลในเรื่องสุขภาพของพนักงานการตลาดที่ต้องขบกรเป็นเวลานานทำให้มีปัญหาเรื่องสุขภาพ

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยาณี เสนาสุ. (2556). การบริหารค่าตอบแทนเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ชีลาพร อินทร์อุดม. (2541). การขายโดยบุคคล. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นฤมล ผู้อดสำห. (2548). ความพึงพอใจในงานของพนักงานการตลาด บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- วุฒิพล อาจน้อย. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานและความตั้งใจจะลาออกจากงานของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต.
- สาวิตรี กาศโอสถ. (2548). แนวทางการลดอัตราการลาออกของพนักงาน บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, หลักสูตรพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2544). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สมศรี พรประภาพงศ์. (2549). ทักษะต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, หลักสูตรพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต.
- เรณู สุขฤกษ์กิจ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัททำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วรรณภา อธิวรรธน์. (2540). ผลของบุคลิกภาพ ทักษะที่ต้องงานขาย และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.
- อุไรวรรณ วิญญายอง. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลาออกจากงานของพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- อัญชพัชร์ จินตานนท์. (2557). ความพึงพอใจของพนักงานขายต่างเจเนอเรชันต่อคุณลักษณะงาน. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, หลักสูตรพัฒนารองานและสวัสดิการมหาบัณฑิต.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2545). วัฒนธรรมองค์การ .วารสารบริหารธุรกิจ, 95, 59 -62.