ความสุขการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

Happiness at work of retail employees in a department store in Bang Phli District,

Samut Prakan Province

นนท์ธิวัฒน์ คำรณฤทธิศร
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Nonthiwat Comeronlittisorn
Email:6514060091@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Management
Ramkhamhaeng University Thailand
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษา นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสุขของการทำงานของพนักงานขายสินค้า ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ปัจจัย ได้แก่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน Happinometer โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง ประชากร ที่เป็นพนักงานขายสินค้าในห้างสรรพสินค้าในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบ รวม ข้อมูล และนำไปวิเคราะห์โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูปSPSS เพื่อหาค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความที่(Frequency) ร้อยละ (Percentage)ค่าเฉลี่ย(Mean)และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบ ที่เทส สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว หากพบความแตกต่าง จะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีแอลเอสดี

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับความสุขในการทำงานแตกต่างกันจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับความสุขในการทำงานในแต่ละด้าน ยกเว้นเฉพาะระดับการศึกษา ซึ่งมีผลต่อความสุขในด้านสุขภาพเงินดี (Happy Money) อย่างมีนัยสำคัญ และ พนักงานขายมีระดับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูงจากผลการวิจัยที่ศึกษา พบว่าพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า

มีระดับความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานมีความสุขในหลายด้าน เช่น ด้านจิตวิญญาณ (Happy Soul) สังคม (Happy Society) และครอบครัว (Happy Family)

ABSTRAC

The objectives of this study aimed to investigate the Happiness at work of retail employees in a department store in Bang Phli District, Samut Prakan Province The factors examined included 1 demographic factors 2 factors influencing job satisfaction, specifically using the Happinometer framework.

A sample of 400 retail sales employees from department stores in the Bang Phli district, Samut Prakan province, participated in the study. An online questionnaire was used as the data collection instrument. The collected data were then analyzed using the SPSS statistical software to determine frequency, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing, t-tests and one-way ANOVA were employed. If significant differences were found, LSD post-hoc tests were used for pairwise comparisons.

The hypothesis test results indicated that while differences in demographic factors affect job satisfaction, the study found no significant relationship between personal factors such as gender, age, marital status, average monthly income, and years of service and the different aspects of job satisfaction. The only exception was education level, which showed a significant impact on Happy Money (financial well-being).

Overall, retail sales employees reported a high level of job satisfaction. The research revealed that sales employees in department stores generally had a strong agreement with their overall job satisfaction. This suggests that employees experience happiness in various aspects, including Happy Soul, Happy Society, and Happy Family.

บทนำ

ในยุคปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกและห้างสรรพสินค้านั้นมีความเข้มข้นมากขึ้น โดยธนาคารกรุงศรี (2567) กล่าวว่าในช่วงปี 2567–2569 ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มที่จะเติบโตในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.0 ถึง 5.5 ต่อปี ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญประกอบด้วยการฟื้นตัวของกำลังซื้อภายในประเทศที่สอดคล้องกับแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อภาคค้าปลีกใน

พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความคืบหน้าในการพัฒนาโครงการเมกะโปรเจ็กต์ภาครัฐและการบังคับใช้ (ร่าง) ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครฉบับใหม่ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของพื้นที่เมืองและส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะเร่งเปิดสาขาใหม่เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของชุมชนเมือง นอกจากนี้ การเติบโตของธุรกิจค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคและเสริมยอดขาย ในขณะเดียวกัน การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศเพื่อนบ้านก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดชายแดนและเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยทั้งหมดดังกล่าว ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่คาดว่าจะสามารถรักษาและขยายระดับการเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยความสุขในการทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการส่งเสริมในองค์กร เนื่องจากความสุขในการทำงานซึ่งเป็นอารมณ์ทางบวก เมื่อเกิดขึ้นกับบุคคลแล้วจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการปฏิบัติงานของบุคคลนั้นได้อย่างมีนัยสำคัญ การทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพและความสุขในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนในทุกกระบวนการขององค์กร ในปัจจุบัน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมความสุขในการทำงานของพนักงาน เนื่องจากเมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงานแล้ว จะทำให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้งานที่ผลิตออกมามีคุณภาพ และช่วยให้การขับเคลื่อนและพัฒนาองค์กรเป็นไปอย่างราบรื่น รวมทั้งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถให้กับองค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นความสุขในการทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความสำเร็จของบุคลากรและองค์กร เนื่องจากความสุขในที่ทำงานสามารถส่งเสริมแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพิ่มระดับความพึงพอใจในงาน และสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร นำไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1 เพื่อประเมินระดับความสุขในการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่อาจส่งผลต่อความสุขการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3 เพื่อทำการวิเคราะห์ว่าระดับความสุขในการทำงานของพนักงานขายมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานหรือไม่

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ พนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

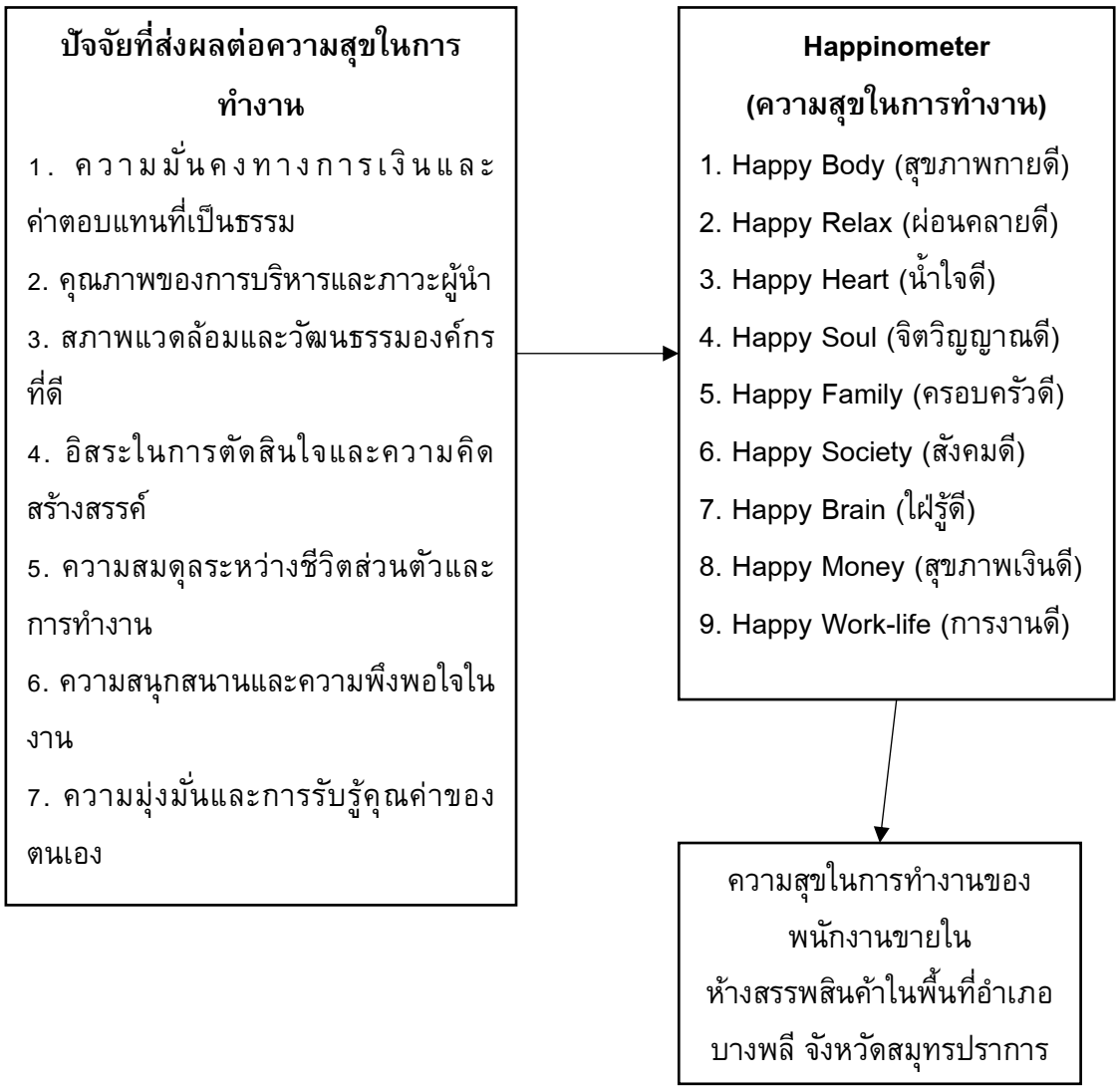
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 300 คน ที่ได้จากการคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power โดยกำหนด Effect size = 0.3 และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคลเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานขายได้ดียิ่งขึ้น นำไปสู่การพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ที่เหมาะสม

2. เสริมสร้างประสิทธิภาพการให้บริการและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า เนื่องจากพนักงานที่มีความสุขจะมีแรงจูงใจในการให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและมีความเชื่อมั่นในบริการขององค์กร

กรอบแนวคิดวิจัย



สมมติฐานงานวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 : พนักงานขายมีระดับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูง สะท้อนถึงความท้าทายบางประการในด้านการเงินที่ยังไม่กระทบต่อภาพรวมของความสุขในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า พนักงานขายในห้างสรรพสินค้ามีระดับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูง

สมมุติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับความสุขในการทำงานแตกต่างกัน

พนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะมีการวางแผนการเงิน การบริหารรายได้ และความพึงพอใจทางการเงินในระดับที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

สมมติฐานที่ 3 : ระดับความสุขในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน จากผลการศึกษาพบว่า ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในทุกด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อพนักงานมีความสุขในการทำงานเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้สามารถสร้างผลงานและผลผลิตได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) ของ Herzberg

สุวรรณา ศรีรักษา, จิดาภา ถิรศิริกุล และชาญชัย จิตรเหล่าอาพร (2565) กล่าวว่าในช่วงปี ค.ศ. 1960-1969 เฟรดเดอริค เฮอร์ซเบอร์ก ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน ผ่านการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็น วิศวกรและนักบัญชีจำนวน 200 คน ซึ่งนำไปสู่แนวคิดที่อธิบาย ความพึงพอใจในการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) ซึ่งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการทำงาน โดยครอบคลุมแนวคิดที่มีขอบเขตตั้งแต่ ความพึงพอใจ (Satisfaction) ไปจนถึงความไม่พึงพอใจ (No Satisfaction)
2. ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในการทำงานและช่วยป้องกันความไม่พึงพอใจ โดยมีขอบเขตตั้งแต่ ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ไปจนถึงการไม่มีความไม่พึงพอใจ (No Dissatisfaction)

ทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

อธิตยา โลหมหาเดช (2564) กล่าวทฤษฎี Hierarchy of Needs ที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ เป็นกรอบแนวคิดที่ระบุว่าความต้องการของมนุษย์ถูกจัดลำดับตามความสำคัญ โดยเริ่มต้นจากความต้องการพื้นฐาน (Physiological Needs) และเมื่อความต้องการในระดับนี้ได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจะมีแนวโน้มพัฒนาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงขั้นสุดท้ายคือ Self-Actualization หรือการเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ทฤษฎีนี้จึงถูกนำมาใช้ในงานการตลาดเพื่อเป็นเครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่ง

ทฤษฎี Hierarchy of Needs ของมาสโลว์แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับโดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการในด้านความรักและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Love and Belonging)
4. ความต้องการในด้านความเคารพนับถือ (Esteem)
5. การเติมเต็มศักยภาพสูงสุดของตนเอง (Self-actualization)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุติมา แหวนนาค และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา (2564) ศึกษาความสุขในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดสถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการวิจัยพบว่า (1) ความสุขในการทำงานของข้าราชการอยู่ในระดับสูง (2) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการอยู่ในระดับสูง (3) ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษาและระดับตำแหน่ง มีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการในสังกัดสถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน และ (4) ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการในสังกัดสถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่าความสุขในการทำงานด้านสังคมดีและด้านการแสวงหาความรู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นวพล สมศรี (2564) ศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความสุขในการท างานกับความผูกพันของพนักงานในกลุ่มบริษัท A พบว่าผลการวิจัยพบว่า (1) โดยรวมแล้ว พนักงานมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าพนักงานมีความสุขในระดับมากทุกด้าน ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีน้ำใจงาม ด้านสังคมดี ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านคุณธรรม ด้านสุขภาพดี ด้านการผ่อนคลาย ด้านการใช้เงินอย่างเหมาะสม และด้านครอบครัวดี (2) ปัจจัยด้านเพศและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ ในขณะที่ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ระดับตำแหน่งงาน และอายุงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในกลุ่มบริษัท A ในทิศทางเดียวกัน โดยมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Alameeri, Alshurideh, Kurdi, & Salloum (2020) พบว่าความสุขในที่ทำงานส่งผลโดยตรงต่อความสามารถของพนักงานในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งบริหารระดับสูง โดยการศึกษานี้ระบุว่า มีตัวแปรอิสระ 6 ประการ ที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสามารถในการเป็นผู้นำ ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน ความผูกพันของพนักงาน ความปลอดภัยในที่ทำงาน สถานะทางสังคมที่ได้รับการยอมรับ การสนับสนุนจาก

เพื่อนร่วมงาน และสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ผลการวิจัยนี้สามารถเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาทางวิชาการเพิ่มเติม รวมถึงให้แนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและนายจ้าง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้อาจมีข้อจำกัดบางประการ เช่น การใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงอัตวิสัย (Judgmental Sampling) และการไม่ได้คำนึงถึงตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคมที่อาจมีความอ่อนไหวต่อบริบททางวัฒนธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่า ความสุขในที่ทำงานมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอย่างชัดเจน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1 ประเภทการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มพนักงานขายในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งการออกแบบและดำเนินการสำรวจได้รับการพิจารณาตามหลักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงสำรวจ

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายในห้างสรรพสินค้ามาร์เก็ตวิลเลจ และห้างสรรพสินค้าเมกาบางนา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power โดยกำหนด Effect size = 0.3 และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเครื่องมือวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1 การศึกษาวรรณกรรมและการสังเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทบทวนและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขในการทำงานในปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการกำหนดโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสอบถาม จากนั้นจึงสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการสร้างรายการคำถาม โดยได้รับคำแนะนำในด้านรูปแบบและวิธีการจัดทำแบบสอบถามจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ

2 การจัดทำแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามโดยคัดเลือกและเรียบเรียงรายการคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่ต้องการศึกษาอย่างครบถ้วนและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3 การตรวจสอบและปรับปรุงแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นได้ถูกนำเสนอให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระเพื่อทำการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษา

หลังจากที่แบบสอบถามได้รับการทดลองใช้และปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ได้ถูกส่งต่อให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ในขั้นตอนสุดท้าย หลังจากได้รับการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว เครื่องมือดังกล่าวจึงถูกนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วนด้วยกัน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน ประกอบด้วย

1. ความมั่นคงทางการเงินและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
2. คุณภาพของการบริหารและภาวะผู้นำวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
3. สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กรที่ดี
4. อิสระในการตัดสินใจและความคิดสร้างสรรค์
5. ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน
6. ความสนุกสนานและความพึงพอใจในงาน
7. ความมุ่งมั่นและการรับรู้คุณค่าของตนเอง

และมีข้อคำถามที่มีลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภาพของบุคคล (Productivity)
2. ผลการปฏิบัติงาน (Performance)
3. การขาดงาน (Absenteeism)
4. การย้ายเข้าออก (Turnover)
5. ทัศนคติของบุคคล (Individual attitudes)
6. ความเครียด (Stress)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขในการทำงานในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. Happy Body (สุขภาพกายดี)
2. Happy Relax (ผ่อนคลายดี)

3. Happy Heart (น้ำใจดี)

4. Happy Soul (จิตวิญญาณดี)

5. Happy Family (ครอบครัวดี)

6. Happy Society (สังคมดี)

7. Happy Brain (ใฝ่รู้ดี)

8. Happy Money (สุขภาพเงินดี)

9. Happy Work-life (การงานดี)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้รับจากแบบสอบถามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้าในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนและเทคนิคสถิติดังต่อไปนี้

1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์

ค่าความถี่และร้อยละ: ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน จะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐานอย่างค่าความถี่และร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและช่วยในการตีความผลการศึกษาในส่วนต่อไป

2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของตัวแปรหลัก

ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสุขในการทำงาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุข และประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (แบบสอบถามส่วนที่ 2, 3 และ 4) จะถูกสรุปโดยการคำนวณค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งช่วยให้เห็นถึงระดับกลางและความแปรปรวนของความคิดเห็นในแต่ละตัวแปร

3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการทำนายผล

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เทคนิคนี้ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานกับระดับความสุขในการทำงานของพนักงานขาย และเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสุขในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์จะดำเนินการโดยกำหนดระดับนัยสำคัญ (α) ที่ 0.05 ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถระบุและทำนายผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อความสุขในการทำงานและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า

อภิปรายผลการศึกษา

1 : พนักงานขายมีระดับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูง

จากผลการวิจัยที่ศึกษา พบว่าพนักงานขายในห้างสรรพสินค้ามีระดับความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานมีความสุขในหลายด้าน เช่น ด้านจิตวิญญาณ (Happy Soul) สังคม (Happy Society) และครอบครัว (Happy Family) ที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด

2 : ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับความสุขในการทำงานแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับความสุขในการทำงานในแต่ละด้าน ยกเว้นเฉพาะระดับการศึกษา ซึ่งมีผลต่อความสุขในด้านสุขภาพเงินดี (Happy Money) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3 : ระดับความสุขในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน

ความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานในทุกมิติ เช่น ผลิตภาพ (Productivity) ผลการปฏิบัติงาน (Performance) การขาดงาน (Absenteeism) การลาออก (Turnover) ทัศนคติ (Individual Attitudes) และความเครียด (Stress) ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ ซึ่งแสดงว่าระดับความสุขที่สูงขึ้นนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างจากหลากหลายประเภทของธุรกิจหรืออุตสาหกรรม เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถสะท้อนภาพรวมของพนักงานในภาคธุรกิจได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ หรือรูปแบบการบริหารจัดการ ซึ่งอาจมีผลต่อความสุขในการทำงานและประสิทธิภาพของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

Abraham Maslow. (1943). A Theory of Human Motivation. Psychological Review.

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. Journal of Personality Assessment, 71–75.

Elizabeth Hopper. (2567). Maslow's Hierarchy of Needs Explained. เข้าถึงได้จาก https://www.thoughtco.com/maslows-hierarchy-of-needs-4582571

Frederick Herzberg. (1959). The Motivation to Work. New York: John Wiley & Sons.

Hills, P., & Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: A compact scale for the measurement of psychological well-being. ใน Personality and Individual Differences (หน้า 1073–1082).

Sahatorn Petvirojchai. (9 กรกฎาคม 2564). Workplace Happiness วิธีสร้างความสุขในการทำงานให้ยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก https://th.hrnote.asia/tips/workplace-happiness-210708/#i

Sakid. (16 ธันวาคม 2565). Happy Workplace สร้างองค์กรอย่างไรให้เต็มไปด้วยความสุข. เข้าถึงได้จาก https://www.sakid.app/blog/how-to-be-happy-workplace/

กุลนิษฐ์ อักษรศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (ห้างสรรพสินค้า) แห่งหนึ่งในเขตนนทบุรี. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชุติมา แหวนนาค และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา. (2564). ความสุขในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัด สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจยวิชาการ , 157-166.

ชุติมา แหวนนาค และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา. (2564). ความสุขในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดสถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจยวิชาการ, 4(4), 157-166.

ณัฐชนนท์ คงอยู่. (2565). การใช้อำนาจของผู้บริหารกับความสุขในการทำงานของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร , สาขาวิชาการบริหารการศึกษา.

ธนัทพร สุทธิศานต์เสนี. (2564). ทฤษฎีมาสโลว์ ลำดับขั้นความต้องการ Maslow’s hierarchy of needs ลูกค้าต้องการอะไร. เข้าถึงได้จาก https://thewisdom.co/content/maslows-hierarchy-of-needs/

ธนาคารกรุงศรี. (2567). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมร้านค้าปลีกสมัยใหม่ [Modern Trade 2024–2026]. เข้าถึงได้จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026

นพมาศ ยามกระโทก, ทองฟู ศิริวงศ์, สมพล ทุ่งหว้า และลักษมี ทุ่งหว้า. (2565). ความสุขในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาเขต 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร. Journal of Modern Learning Development, 341-356.

นราศิริ เขียวอ่อน. (2563). คุณภาพชีวิตส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. มหาวิทยาลัยรามคำแหง , สาขาวิชาการจัดการ.

นวพล สมศรี. (2564). ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความสุขในการท างานกับความผูกพันของพนักงานในกลุ่มบริษัท A. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , สาขาวิชาการจัดการ.

นวพล สมศรี. (2564). ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความสุขในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานในกลุ่มบริษัท A. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการจัดการ .

นันทวัน เฮงตระกูลเวนิช, จิราภัญ ปักเคเต และวนิอร แสงเนตร. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 6 จังหวัดชลบุรี.

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2563). ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs). เข้าถึงได้จาก https://www.popticles.com/business/hierarchy-of-needs/

พงศ์ชัย ณัฏฐโสภณ. (2566). ความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลบางละมุง. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , สาขาวิชาการเมืองและการจัดการ.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจรา ชำนิประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี การพิมพ์.

วราภรณ์ สุริยา. (2565). ความสุขในที่ทำงานและบรรยากาศองค์การที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของ พนักงานการยาสูบแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , สาขาวิชาการจัดการ .

ศรีสกุล พัดเจริญ. (2563). ปัจจัยการคงอยู่ของช่างฝีมือในองค์กรก่อสร้างงานสถาปัตยกรรมไทย. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยศิลปากร , ภาควิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม .

สหธร เพชรวิโรจน์ชัย. (9 กรกฎาคม 2564). Workplace Happiness วิธีสร้างความสุขในการทำงานให้ยั่งยืน. เข้าถึงได้จาก https://th.hrnote.asia/tips/workplace-happiness-210708/#i

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2567). ข้อมูลทั่วไปด้านประชากร. เข้าถึงได้จาก https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic

สุวรรณา ศรีรักษา, จิดาภา ถิรศิริกุล และชาญชัย จิตรเหล่าอาพร. (2565). ปรัชญาทางสังคมศาสตร์และการวิเคราะห์ทฤษฎีสองปัจจัย. วารสารวิชาการไทยวิจัยและการจัดการ, 152-162.

อธิตยา โลหมหาเดช. (2564). Maslow’s Hierarchy of Needs: เรียนรู้ความต้องการของผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก https://www.twfdigital.com/blog/2021/03/maslows-hierarchy-of-needs/