

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และวิธีการสร้างอิทธิพลที่ส่งผลต่อผลปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระในธุรกิจขายตรงหลายชั้น มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และวิธีการสร้างอิทธิพลที่แตกต่างกันที่ส่งผลต่อผลปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระของธุรกิจขายตรงหลายชั้น
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคและวิธีการสร้างอิทธิพลที่แตกต่างกันที่ส่งผลต่อความผูกพันใจต่อเป้าหมาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการสร้างอิทธิพลกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย
4. เพื่อสร้างสมการทำนายผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระในธุรกิจขายตรงหลายชั้น

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักธุรกิจอิสระในธุรกิจขายตรงหลายชั้นองค์กรหนึ่ง ซึ่งมีศูนย์การเรียนรู้ในเขตคลองเตย จำนวน 600 คน ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง 240 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 195 ชุด และได้คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาใช้ในงานวิจัยจำนวน 185 ชุด คิดเป็นร้อยละ 77.08

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่เข้าร่วมธุรกิจขายตรง ลำดับขั้นความสำเร็จ รวมทั้งเป้าหมายและผลปฏิบัติงานซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่เข้าประชุม จำนวนผู้สมัครใหม่ และยอดธุรกิจในเดือนที่ผ่านมา ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ซึ่งผู้วิจัยได้ดัดแปลงมาจากแนวทางของสตอลทซ์ (Stoltz, 1997) โดยแบ่งความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การควบคุม (Control) ความรับผิดชอบต่อปัญหา (Ownership) การขยายตัวของปัญหา (Reach) และการรับรู้ถึงระยะเวลาที่ต้องอดทน (Endurance) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความผูกพันใจต่อ

เป้าหมาย ซึ่งดัดแปลงและพัฒนาจากแบบสอบถามของ ลอคค็อก และลาธัม (Locke and Latham, 1990) และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพล โดยแปลและดัดแปลงมาจากแบบสอบถามของ ยูคูล์ (Yukl, 2000) แบ่งออกเป็น 9 วิธีการ ได้แก่ อำนาจตามกฎหมาย (Legimating) การโน้มน้าวด้วยเหตุผล (Rational Persuasion) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Appeal) การให้คำปรึกษา (Consultation) การแลกเปลี่ยน (Exchange) เสน่ห์ส่วนบุคคล (Personal Appeals) การประจบเอาใจ (Ingratiation) การสร้างแรงกดดัน (Pressure) และการขอความร่วมมือ (Coalition)

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science : SPSS for Windows) ในการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า นักธุรกิจอิสระ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิงจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และเป็นเพศชาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ส่วนใหญ่มีอายุ 25 ปีขึ้นไปแต่ไม่เกิน 33 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาคืออายุ 18 ปีขึ้นไปแต่ไม่เกิน 25 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัท มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ระยะเวลาเข้าร่วมธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถึง 3 ปี และช่วงมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันคือ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และส่วนใหญ่มีลำดับขั้นความสำเร็จอยู่ที่ระดับ 21 เปอร์เซนต์ถึงแพลตฟอร์ม

มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือระดับ 3 เปอร์เซนต์ถึง 9 เปอร์เซนต์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9

1.2 การวิเคราะห์ระดับความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค

นักธุรกิจอิสระ มีความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรคในระดับสูง (ค่ากลาง = 4.66) โดยเมื่อพิจารณามิติของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฟ้อุปสรรค พบว่า นักธุรกิจอิสระ มีมิติของการรับรู้ถึงระยะเวลาที่ต้องอดทนมากที่สุด (ค่ากลาง = 4.80) รองลงมา คือ การควบคุม (ค่ากลาง = 4.78) การขยายตัวของปัญหา (ค่ากลาง = 4.67) และสุดท้ายคือความรับผิดชอบต่อปัญหา (ค่ากลาง = 4.60)

1.3 การวิเคราะห์ระดับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย

นักธุรกิจอิสระ มีระดับความผูกพันใจต่อเป้าหมายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.03$)

1.4 การวิเคราะห์ระดับวิธีการสร้างอิทธิพล

นักธุรกิจอิสระ มีคะแนนวิธีการสร้างอิทธิพลในด้านการให้คำปรึกษาสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ การโน้มน้าวด้วยเหตุผล ($\bar{X} = 3.88$) การประจบเอาใจ ($\bar{X} = 3.66$) และวิธีการที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เสน่ห์ส่วนบุคคล ($\bar{X} = 2.81$)

1.5 การวิเคราะห์ระดับผลปฏิบัติงาน

นักธุรกิจอิสระ มีผลปฏิบัติงานด้านจำนวนครั้งที่เข้าประชุมเฉลี่ย 8 ครั้งต่อเดือน ถือเป็นระดับสูง จำนวนผู้สมัครใหม่เฉลี่ย 3 คน อยู่ในระดับสูง และมียอดธุรกิจเฉลี่ย 71,436.20 คะแนน ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง

2. การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ผลการทดลองสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
1. ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีผลต่อผลการปฏิบัติงานแตกต่างกัน	
1.1 ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีจำนวนครั้งที่เข้าประชุมแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.2 ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีจำนวนผู้สมัครใหม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
1.3 ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมียอดธุรกิจแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2. ความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกันมีผลต่อผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน	
2.1 ความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกันมีจำนวนครั้งที่เข้าประชุมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2.2 ความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกันมีจำนวนผู้สมัครใหม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.3 ความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกันมียอดธุรกิจแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ยอมรับสมมติฐาน
5. วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
6. วิธีการสร้างอิทธิพลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	
6.1 อำนาจตามกฎหมายมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.2 การโน้มน้าวด้วยเหตุผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ยอมรับสมมติฐาน
6.3 การสร้างแรงบันดาลใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
6.4 การให้คำปรึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ยอมรับสมมติฐาน
6.5 การแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.6 เสน่ห์ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.7 การประจบเอาใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.8 การสร้างแรงกดดันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
6.9 การขอความร่วมมือมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย	ปฏิเสธสมมติฐาน
7. วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีผลต่อผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน	
7.1 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีจำนวนครั้งที่เข้าประชุมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
7.2 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีจำนวนผู้สมัครใหม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
7.3 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมียอดธุรกิจแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

การอภิปรายผลการวิจัย

ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคกับผลปฏิบัติงาน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่าความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีผลต่อผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน พบว่า มีการยอมรับสมมติฐาน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1.2 และ 1.3 คือ ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีผลต่อผลปฏิบัติงานในด้านจำนวนผู้สมัครใหม่และยอดธุรกิจต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างในด้านจำนวนครั้งที่เข้าประชุม และพบว่ามีทิศทางของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคที่มีผลต่อจำนวนผู้สมัครใหม่และยอดธุรกิจมากที่สุดคือ การควบคุม โดยผู้ที่มีการควบคุมสูงจะมีจำนวนผู้สมัครใหม่และยอดธุรกิจมากกว่าผู้ที่มีการควบคุมต่ำ

ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ พีค เลิร์นนิ่ง (PEAK learning, Inc.) ที่พบว่า พนักงานที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคสูงจะมีผลปฏิบัติงานสูงกว่า และมีโอกาสได้รับการเลื่อนตำแหน่งมากกว่าพนักงานที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคต่ำ และงานวิจัยของ จอห์นสัน (Johnson, 2005, p.28) ที่พบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคในมิติการควบคุมและการขยายตัวของปัญหามีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลปฏิบัติงานของนักขาย โดยสรุปว่ายิ่งนักขายมีการรับรู้ถึงการควบคุมและเชื่อว่าเหตุการณ์เลวร้ายมีขอบเขตจำกัดมากเพียงใด ยอดขายก็จะมีสูงขึ้นไป และยิ่งพบว่านักขายที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูง มียอดขายมากกว่านักขายที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคต่ำถึง 25 เปอร์เซ็นต์

จากการศึกษาของ สตอลทซ์ (Stoltz, 1997, p.7) ที่ให้ความหมายของความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค หมายถึง ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคและความยากลำบาก หรือความฉลาดในการฝ่าวิกฤติ และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะงานของการหาจำนวนสมาชิก และการสร้างยอดธุรกิจ วันชัย รุ่งภูวภัทร (2548, น.220-247) กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศรีไทย ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด กล่าวว่า งานพื้นฐานทั้งสองงานล้วนเป็นงานที่ต้องใช้ความพยายามและความทุ่มเทอย่างสูง ต้องทำงานสม่ำเสมอต่อเนื่อง อีกทั้งต้องพบปัญหาและอุปสรรคในงานจากการปฏิเสธและข้อโต้แย้งต่างๆ อยู่เสมอ ดังนั้นข้อกล่าวนี้จึงสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่านักธุรกิจอิสระที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคที่ระดับสูงจะมีผลปฏิบัติงานด้านจำนวนผู้สมัครใหม่และยอดธุรกิจสูงกว่านักธุรกิจอิสระที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคที่ระดับต่ำ

ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 ซึ่งพบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีผลปฏิบัติงานด้านจำนวนครั้งในการเข้าประชุมไม่แตกต่างกัน หรือกล่าวได้ว่าจำนวนครั้งในการเข้าประชุมไม่ขึ้นกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากการประชุม ดังที่ วิทิต และจินตนา พรจะเต็ด (2544, น. 53-59) นักธุรกิจอิสระผู้สำเร็จในระดับสูงสุดของธุรกิจนี้ กล่าวว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในระดับสูงต้องไม่หยุดการเรียนรู้และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองในทุกๆ ด้าน ต้องหาความรู้จากหลายๆ แหล่ง และตั้งใจในการเรียนรู้เพื่อความสำเร็จที่สูงขึ้น และแหล่งของการเรียนรู้ที่สำคัญที่สุด คือ ที่ประชุม ซึ่งเป็นศูนย์รวมของผู้สำเร็จในธุรกิจที่ผ่านประสบการณ์มายาวนาน ที่ประชุมจึงเป็นสถานที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งในเรื่องของสินค้า การดำเนินธุรกิจ การแก้ปัญหา และแนวคิดในการประสบความสำเร็จ โดยผ่านจากประสบการณ์จริง ดังนั้น จำนวน

ครั้งในการเข้าประชุมจึงขึ้นอยู่กับกรณีที่นักธุรกิจให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เพื่อความสำเร็จเป็นสำคัญ โดยไม่เกี่ยวเนื่องกับความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคแต่อย่างใด

อย่างไรก็ตามการเรียนรู้อาจจะมาจากวิธีการอื่นๆ ได้อีกหลายวิธี และหลายแหล่ง ซึ่งเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากองค์กรของธุรกิจขายตรงเป็นองค์กรที่รวมองค์ความรู้ที่หลากหลายไว้ด้วยกัน โดย พิบูลย์ ดิษฐอุตม (2547, น. 102-107) ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท โอทิส เอเลเวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า การเริ่มต้นธุรกิจต้องเริ่มจากการเรียนรู้ โดยการเรียนรู้ในธุรกิจเครือข่าย มีหลายประการ เช่น การสร้างธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้า ความเป็นผู้นำ การดูแลและรักษาลูกค้า ซึ่งการเรียนรู้เป็นประจำจะลดปัญหาที่เกิดในการทำงานได้

นอกจากนี้ การทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและเอาชนะคู่แข่งได้ ลูธาน (Luthans, 1998, pp. 44-50) อธิบายว่า องค์กรต้องปรับเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีการเรียนรู้แบบ ดับเบิลลูป (Double-loop Learning) ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่มีการปรับเปลี่ยนวัตถุประสงค์ คุณค่า และความเชื่อขององค์กรตามสภาพแวดล้อม รวมทั้งในเรื่องของวัฒนธรรมด้วย นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ โดยบุคลากรที่อยู่ในองค์การการเรียนรู้ ต้องมีส่วนร่วมในการจัดการข้อมูล การทดลองและพัฒนาสิ่งใหม่ ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับองค์กรธุรกิจขายตรงพบว่า มีรูปแบบใกล้เคียงกัน นั่นคือ ในธุรกิจขายตรงจะมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงานระหว่างออฟไลน์และดาวเน็ตไลน์ มีการพัฒนาตนเองและองค์กรตลอดเวลา ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานและการนำเสนอใหม่ๆ เพื่อผลงานที่ดีขึ้น รวมทั้งการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เช่น สินค้าและวิธีการสร้างธุรกิจ นอกจากนี้ นักธุรกิจอิสระยังมีการทำงานเป็นทีม มีการจัดเตรียมข้อมูล กำหนดรูปแบบการประชุม และหัวข้อการเรียนรู้ร่วมกันด้วยตนเอง อีกด้วย

นอกจากนั้นจำนวนครั้งของการประชุมที่ไม่แตกต่างกันยังสามารถอธิบายได้ด้วย อิทธิพลของกลุ่ม (Group Influence) ซึ่งส่งผลต่อองค์ความรู้และทักษะของสมาชิกในกลุ่ม สเตียร์ และ พอร์เตอร์ (Steers and Porter, 1991, pp.199-203) กล่าวว่า อิทธิพลของกลุ่มจะช่วยเพิ่มความรู้อะไรก็ตามที่จำเป็นต่อประสิทธิภาพของงาน โดยสมาชิกในกลุ่มจะมีแนวโน้มที่จะต้องการทักษะในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และดีกว่าการทำงานของบุคคล และในกลุ่มที่มีค่านิยมให้สมาชิกกลุ่มมีความพยายามและกลยุทธ์ที่ดีขึ้นก็จะเป็นการควบคุมให้สมาชิกกลุ่มมีค่านิยมดังกล่าวด้วย ซึ่งในองค์กรธุรกิจขายตรงจะมีการเรียนรู้เป็นกลุ่มและมีการส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่ม

ให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ มีการแบ่งปันทักษะในการทำงานจากนักธุรกิจอิสระผู้อื่น การสร้างค่านิยมของการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง จึงทำให้นักธุรกิจอิสระมีการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ

ความผูกพันใจต่อเป้าหมายและผลการปฏิบัติงาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความผูกพันใจต่อเป้าหมายที่แตกต่างกันมีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกัน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกันจะมีผลปฏิบัติงานแตกต่างกันเฉพาะด้านจำนวนครั้งที่เข้าประชุมและยอดธุรกิจ แต่ไม่พบความแตกต่างในด้านจำนวนผู้สมัครใหม่ โดยนักธุรกิจอิสระที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายสูงกว่า จะมีจำนวนครั้งที่เข้าประชุมและยอดธุรกิจสูงกว่านักธุรกิจอิสระที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายในระดับต่ำ

เนื่องจากการเข้าประชุมเพื่อมาเรียนรู้ ในเบื้องต้นอาจจะยังไม่มีผลที่เป็นรูปธรรมต่อธุรกิจหรือการขยายเครือข่าย ต้องใช้เวลาในการเรียนรู้อย่างตั้งใจและต่อเนื่องจึงจะเห็นผล ผู้ที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายต่ำเมื่อไม่เห็นผลที่เป็นรูปธรรมอาจมาเรียนรู้บ่อยลงหรือมาประชุมไม่สม่ำเสมอ ส่วนในเรื่องของยอดธุรกิจ ผู้ที่ต้องการยอดธุรกิจตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ย่อมต้องมีการทำงานในส่วนของการแนะนำสินค้าอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะบรรลุเป้าหมายและมีการเพิ่มความพยายามในการทำงานและแก้ปัญหาที่พบโดยไม่คำนึงถึงระยะเวลาที่เหลืออยู่ ในขณะที่ผู้ที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายต่ำเมื่อใช้ความพยายามไประยะหนึ่งแล้วยังไม่ประสบผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จะมีแนวโน้มที่จะลดเป้าหมายให้ต่ำลงและไม่เพิ่มความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อบรรลุเป้าหมายเดิม

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ฮอลเลนเบค ไคลน์ โอเลียร์ และไรท์ (Hollenbeck, Klein, O'Leary and Wright, 1989, pp.952-955) ที่พบว่า ความผูกพันใจต่อเป้าหมายมีความสัมพันธ์กับผลปฏิบัติงานเมื่อเป้าหมายมีความยาก และจากการศึกษาของ ไคลน์ เวสสัน ฮอลเลนเบค และอัลจี (Klein, Wesson, Hollenbeck and Alge, 1999, p.893) พบว่า ความผูกพันใจต่อเป้าหมายมีผลทางบวกต่อผลปฏิบัติงาน และความยากของเป้าหมายเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันใจต่อเป้าหมายและผลปฏิบัติงาน ซึ่งในธุรกิจขายตรงเป้าหมายที่นักธุรกิจตั้งจะมีความยากและท้าทาย เพราะนักธุรกิจอิสระจะตั้งเป้าหมายเพิ่มขึ้นจากระดับที่ตนเองเคยทำได้ จึงทำให้ความผูกพันใจต่อเป้าหมายมีผลต่อผลปฏิบัติงานตามผลการวิจัยที่ได้รับ

จากการนิยามของ ฮอลเลนเบค และไคลน์ (Hollenbeck and Klein, 1987, p.212)

กล่าวว่า ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย หมายถึง การเพิ่มความพยายามในช่วงเวลานานพอจนเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้บรรลุผล และไม่เต็มใจในการละทิ้งเป้าหมายหรือเปลี่ยนไปสู่เป้าหมายที่ต่ำกว่า และจากการวิเคราะห์ ไค-สแควร์ (Chi-Square) ในตารางที่ 4.47 พบว่า ความผูกพันใจต่อเป้าหมายมีความสำคัญต่อลำดับขั้นความสำเร็จ นั่นหมายความว่า หากนักธุรกิจอิสระต้องการความสำเร็จในระดับสูงขึ้นย่อมต้องเพิ่มความพยายามและทุ่มเทเวลามากขึ้นจนกว่าจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งในส่วนของ การเรียนรู้ซึ่งในช่วงแรกอาจจะยังไม่เห็นว่าจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้ แต่หากนักธุรกิจมีความตั้งใจมาเรียนรู้สม่ำเสมอ ย่อมนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาและแก้ปัญหาในธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจขยายตัวมากขึ้นได้ และในส่วนของยอดธุรกิจซึ่งเป็นเป้าหมายที่ยากและท้าทาย ความผูกพันใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่ทำให้นักธุรกิจรักษาความพยายามไว้ได้นานพอจนยอดธุรกิจที่ตั้งไว้บรรลุผล

ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคและความผูกพันใจต่อเป้าหมาย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 นักธุรกิจอิสระที่มีความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคแตกต่างกันมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกัน พบว่า นักธุรกิจอิสระที่มีความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคสูงมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายสูงกว่านักธุรกิจที่มีความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าต่ำกว่าในทุกมิติ โดยมิติการควบคุมจะพบความแตกต่างของความผูกพันใจต่อเป้าหมายระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำมากที่สุด

เนื่องจากการควบคุมในความหมายของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค หมายถึง การที่บุคคลสามารถปรับปรุงสถานการณ์ที่ยากลำบาก โดยใช้การสร้างอิทธิพลเชิงบวกและสามารถควบคุมความรับผิดชอบของตนเองต่อสถานการณ์นั้น พบว่า ในธุรกิจขายตรง นักธุรกิจอิสระจะได้รับการปลุกฝังให้มีความคิดเชิงบวกต่อสถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะโดนปฏิเสธหรือพบปัญหาในการทำงาน และมีการส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของธุรกิจที่จะต้องรับผิดชอบในการทำงานของตนเองและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ เพื่อให้สิ่งที่ตนเองต้องการได้รับการตอบสนอง และถ้านักธุรกิจมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายที่ตนเองตั้งด้วยแล้ว ทั้งสองปัจจัยจะเป็นแรงผลักดันให้นักธุรกิจบรรลุเป้าหมายของตนเองได้ในที่สุด

งานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ สตอลทซ์ (Stoltz, 1997, p.69) ซึ่งกล่าวถึงความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคกับการยืนหยัด (Persistence) โดยกล่าวว่า ความ

ยืนหยัดเป็นสิ่งจำเป็นต่อการก้าวสูงขึ้นและต่อความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคของบุคคล เป็นความสามารถที่จะรักษาความพยายาม แม้ว่าจะพบกับอุปสรรคหรือความล้มเหลว เมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งเมื่อพิจารณาจากนิยามของความยืนหยัดและความผูกพันใจต่อเป้าหมายพบว่ามีความหมายใกล้เคียงกันอย่างมาก ประกอบกับลักษณะของนักปีนเขา (Climber) หรือผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคสูง จะมีความกล้าที่จะเสี่ยง ต่อสู้กับความท้าทายเอาชนะความกลัว รักษาวิสัยทัศน์ของตนเอาไว้ และดันดันต่อไปจนกว่างานนั้นจะสำเร็จ ซึ่งถือว่าคุณลักษณะของผู้ที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายสูงเช่นเดียวกัน

จากทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย ลอคค์ และลาธัม (Locke and Latham, 1990, p.254) กล่าวว่า บุคคลซึ่งใช้ความพยายามกับเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงและท้าทายจะมีผลปฏิบัติงานดีกว่าบุคคลซึ่งใช้ความพยายามกับเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงแต่ไม่มีความท้าทาย หรือเป็นเป้าหมายที่มีระดับง่ายถึงปานกลาง

ในงานวิจัยนี้ เป้าหมายของนักธุรกิจอิสระเป็นเป้าหมายที่ตั้งขึ้นด้วยตนเอง โดยเป้าหมายมีความเฉพาะเจาะจง นั่นคือสามารถระบุได้เป็นจำนวนตัวเลขที่ชัดเจน คือ ต้องมียอดธุรกิจที่บาทต่อเดือน มีจำนวนสมาชิกใหม่กี่คนต่อเดือน และมีระยะเวลากำหนดแน่นอน คือ ภายใน 1 เดือน นอกจากนี้ เป้าหมายยังมีความท้าทาย โดยนักธุรกิจอิสระจะตั้งเป้าหมายสูงกว่าระดับความสำเร็จเดิมที่ตนเองเคยทำได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย เนื่องจากนักธุรกิจอิสระจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเป้าหมายมีความเฉพาะเจาะจงและมีความท้าทาย และผู้ที่มีความผูกพันใจต่อเป้าหมายสูงนั้นจะเพิ่มความพยายามและทุ่มเทเวลาจนกว่าจะบรรลุเป้าหมาย ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยของความผูกพันใจของเป้าหมายและความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และตัวแปรทั้งสองยังมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับนิยามและทฤษฎีการตั้งเป้าหมายที่กล่าวไว้

ความผูกพันใจต่อเป้าหมายและวิธีการสร้างอิทธิพล

การทดสอบสมมติฐานที่ 5 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันใจต่อเป้าหมายแตกต่างกัน พบว่า ในการศึกษาครั้งนี้ วิธีการสร้างอิทธิพลที่มีผลต่อความผูกพันใจต่อเป้าหมาย ได้แก่ การโน้มน้าวด้วยเหตุผล การให้คำปรึกษา การแลกเปลี่ยน และเสนอให้ส่วนบุคคล โดยนักธุรกิจอิสระที่ได้รับการสร้างอิทธิพลโดยการโน้มน้าวด้วยเหตุผลและการให้คำปรึกษาในระดับที่สูงกว่า จะมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายมากกว่าผู้ที่ได้รับการโน้มน้าวด้วยเหตุผลและการ

ให้คำปรึกษาในระดับต่ำ ตรงกันข้ามกับนักธุรกิจอิสระที่ได้รับวิธีการสร้างอิทธิพลแบบการแลกเปลี่ยนและเสนอให้ส่วนบุคคลที่ระดับต่ำจะมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายสูงกว่านักธุรกิจที่ได้รับวิธีการสร้างอิทธิพลทั้ง 2 วิธีการนี้ในระดับสูง

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ พบว่า การสร้างอิทธิพลโดยวิธีการโน้มน้าวด้วยเหตุผล การสร้างแรงบันดาลใจ และการให้คำปรึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย ในขณะที่เสนอให้ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย

ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การโน้มน้าวด้วยเหตุผลและการให้คำปรึกษาเป็นวิธีการที่ทำให้บุคคลรับฟังความคิดเห็นของผู้สร้างอิทธิพลมากกว่าและคล้อยตามข้อเสนอได้ง่าย สำหรับการโน้มน้าวด้วยเหตุผลในธุรกิจขายตรง อีฟไลน์จะใช้ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เช่น การสาธิตสินค้า เปรียบเทียบจุดเด่นจุดด้อยกับคู่แข่ง ข้อมูลของสินค้าที่เป็นเหตุเป็นผลและอ้างอิงได้ทางวิทยาศาสตร์ และตัวอย่างผู้ที่ประสบความสำเร็จจริงที่มาจากสถานภาพแตกต่างกันเพื่อให้ดาวนไลน์มีความเชื่อมั่นว่าข้อเสนอที่ให้ดาวนไลน์ทำเป็นสิ่งที่ทำได้จริงและใครก็ทำได้ ส่วนวิธีการให้คำปรึกษา เนื่องจากคำปรึกษาของอีฟไลน์เป็นการให้คำปรึกษาจากประสบการณ์ที่อีฟไลน์เคยผ่านมาแล้วและทำสำเร็จได้จริง จึงมีความน่าเชื่อถือในเรื่องของข้อมูลที่ดาวนไลน์จะนำไปปฏิบัติต่อได้

ในขณะที่วิธีการสร้างอิทธิพลแบบการแลกเปลี่ยนและเสนอให้ส่วนบุคคลจะให้ผลตรงกันข้าม เนื่องจากการแลกเปลี่ยนจะทำให้นักธุรกิจประเมินคุณค่าของสิ่งแลกเปลี่ยนมากกว่าเป้าหมายที่ตนเองตั้ง ถ้าสิ่งแลกเปลี่ยนไม่สามารถจูงใจนักธุรกิจอิสระได้ความตั้งใจที่จะไปสู่เป้าหมายย่อมจะลดลง ส่วนเสนอให้ส่วนบุคคลถ้าจะใช้ให้ได้ผลจะต้องเป็นพฤติกรรมที่ผู้สร้างอิทธิพลปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ แต่ถ้าผู้สร้างอิทธิพลใช้เสนอให้เฉพาะเวลาที่ต้องการผลบางอย่างจะทำให้ นักธุรกิจอิสระผิิดสังเกตและลดความผูกพันใจในการทำให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ

ผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ด้วยงานของ ซาซท์ (Schatz, 1986, p.146) ซึ่งกล่าวว่า การสร้างอิทธิพลจะเพิ่มความผูกพันใจของบุคคลได้ ถ้าบุคคลนั้นมีความเชื่อถือในตัวของผู้สร้างอิทธิพลและการใช้อิทธิพลนี้มีลักษณะของการสร้างแรงบันดาลใจร่วมอยู่ด้วย

นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ ยูคส์ (Yukl, 1998, p.215) ซึ่งกล่าวว่า การโน้มน้าวด้วยเหตุผล การสร้างแรงบันดาลใจและการให้คำปรึกษาทำให้บุคคลเป้าหมายมีความผูกพันใจสูง แต่การแลกเปลี่ยน เช่น การให้รางวัลเมื่อทำตามข้อเสนอสำเร็จ หรือ

การเสนอความช่วยเหลือในอนาคตและเสนอให้ส่วนบุคคลทำให้ความผูกพันใจของคุณคนเป้าหมายต่ำ

ผลการวิจัยนี้ยังตรงกับงานวิจัยของ อีฟลีธ และพิลลูลตา (Eveleth and Pillutla, 2003, pp. 167-168) ซึ่งกล่าวว่าวิธีการสร้างอิทธิพลโดย วิธีการโน้มน้าวด้วยเหตุผล การแลกเปลี่ยน การให้คำปรึกษา และการสร้างแรงบันดาลใจจะทำให้บุคคลเกิดความผูกพันใจในงานสูง และพบว่าเสนอให้ส่วนบุคคลจะให้ผลต่อการยอมรับ (Compliance) มากกว่าความผูกพันใจ (Commitment)

นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบผลจากการวิจัยครั้งนี้กับงานวิจัยของ เอนส์ (Enns, 2003, p.155) พบว่า มีความเหมือนและแตกต่างกันในบางส่วน คือ เอนส์ พบว่า การสร้างอิทธิพลโดยวิธี โน้มน้าวด้วยเหตุผลและเสนอให้ส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันใจต่องานที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่การแลกเปลี่ยนและการสร้างแรงกดดันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการต่อต้านจากเพื่อนร่วมงาน

วิธีการสร้างอิทธิพลและผลการปฏิบัติงาน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 7 วิธีการสร้างอิทธิพลแตกต่างกันมีผลต่อผลปฏิบัติงานแตกต่างกัน ผลจากงานวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน 2 ข้อ นั่นคือวิธีการสร้างอิทธิพลทำให้จำนวนครั้งในการเข้าประชุมและยอดธุรกิจของนักธุรกิจอิสระแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างในส่วนของจำนวนผู้สมัครใหม่

การสร้างอิทธิพลโดยวิธีการใช้อำนาจตามกฎหมายในระดับต่ำจะทำให้นักธุรกิจอิสระมีจำนวนครั้งในการเข้าประชุมสูงกว่าการใช้อำนาจตามกฎหมายในระดับปานกลาง และการใช้วิธีการแลกเปลี่ยนในระดับต่ำทำให้ยอดธุรกิจสูงกว่าการใช้อำนาจแลกเปลี่ยนในระดับสูง และจากการสร้างสมการทำนายพบว่าอำนาจตามกฎหมายให้ผลทางลบกับจำนวนครั้งในการเข้าประชุม และการสร้างแรงบันดาลใจจะให้ผลทางลบกับยอดธุรกิจ

ผลจากการวิจัยอธิบายได้ดังนี้ การใช้อำนาจตามกฎหมายเช่นการอ้างบุคคลสำคัญ การสร้างกฎเกณฑ์เพื่อให้ปฏิบัติตาม หรือกฎนโยบายของบริษัท อาจทำให้นักธุรกิจอิสระรู้สึกอยู่ในภาวะถูกบังคับ เกิดความอึดอัด จึงไม่เต็มใจที่จะมาประชุมอย่างสม่ำเสมอ สำหรับการแลกเปลี่ยน เช่น เสนอความช่วยเหลือในอนาคตเป็นการตอบแทนหรือให้รางวัลเมื่อทำตามข้อเสนอสำเร็จ อาจเป็นการเบี่ยงเบนความตั้งใจของนักธุรกิจในการทำให้เป้าหมายบรรลุผลไปเป็นการประเมินคุณค่า

ของสิ่งแลกเปลี่ยน ถ้าสิ่งที่น่าสนใจเพื่อแลกเปลี่ยนไม่มีคุณค่าหรือเป็นสิ่งที่นักธุรกิจอิสระไม่ต้องการ ความตั้งใจที่นักธุรกิจจะเพิ่มความพยายามเพื่อบรรลุเป้าหมายก็จะลดลง ส่วนวิธีการสร้างแรงบันดาลใจบางข้อคำถาม เช่น การชี้แนะสู่อุดมคติและการใช้รูปแบบการสนทนาที่เหมือนการแสดงละคร ข้อคำถามอาจไม่ได้เกี่ยวข้องถึงยอดธุรกิจและไม่ใช่วิถีปฏิบัติจริงในกลุ่มตัวอย่างนี้ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของข้อคำถามดังกล่าวพบว่ามีค่าค่อนข้างต่ำ ($\bar{X} = 2.37$) ผลการวิจัยที่ได้จึงตรงกันข้ามกับทฤษฎีของยูคิลที่กล่าวว่าการสร้างแรงบันดาลใจมีผลทางบวกต่อเป้าหมาย

นอกจากนั้น ยูคิล (Yukl, 1998, p.241) ยังกล่าวว่า วิธีการสร้างอิทธิพลจะทำให้การปฏิบัติงานดำเนินไปได้ ทำให้บุคคลมีการทำงานรวดเร็วและดีขึ้น แต่จากการวิจัยพบว่าวิธีการสร้างอิทธิพลให้ผลทางลบกับผลปฏิบัติงานทั้งในด้านจำนวนครั้งในการเข้าประชุมและยอดธุรกิจ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของต่างประเทศบางส่วน เช่น จากการศึกษาของ วิลคินสัน และ คิพนิส (Wilkinson and Kipnis, 1978, pp.319-320) พบว่า วิธีการสร้างอิทธิพลแบบรุนแรง (Hard Tactics) จะให้ผลในทางลบ ซึ่งตรงกับงานวิจัยในการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณหลายชั้น ซึ่งพบว่าอำนาจตามกฎหมายให้ผลทางลบกับจำนวนครั้งในการเข้าประชุม

จากทฤษฎีของการสร้างอิทธิพลว่าการสร้างอิทธิพลจะพัฒนาผลปฏิบัติงานสูงขึ้น และจากงานวิจัยของ แมคฟาร์แลนด์ ไรอัน และคริสคา (McFarland, Ryan and Kriska, 2002, pp. 383-384) ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างอิทธิพลว่าเป็นรูปแบบพฤติกรรมที่มีผลต่อผู้นำที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้การสร้างอิทธิพลเพื่อให้การปฏิบัติงานมีคุณภาพ และเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานที่เฉพาะเจาะจง และมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายในงานนั้น แต่จากงานวิจัยพบว่าผลของค่าเฉลี่ยวิธีการสร้างอิทธิพลของนักธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$) และวิธีการสร้างอิทธิพลที่ส่งผลต่อผลปฏิบัติงานมีเพียง 3 วิธี ได้แก่ อำนาจตามกฎหมาย การแลกเปลี่ยนและการสร้างแรงบันดาลใจ จึงอาจกล่าวได้ว่าจากการศึกษาครั้งนี้วิธีการสร้างอิทธิพลไม่มีผลต่อผลปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระมากนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมที่ระบุในข้อคำถามซึ่งบางพฤติกรรมอาจไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักธุรกิจอิสระที่ปฏิบัติอยู่ และเมื่อพิจารณาจากสมการทำนายผลปฏิบัติงานพบว่าวิธีการสร้างอิทธิพลที่สามารถทำนายผลปฏิบัติงานได้มีเพียงวิธีเดียวคือการสร้างแรงบันดาลใจ โดยเมื่อทำนายร่วมกับความผูกพันใจต่อเป้าหมายสามารถทำนายยอดธุรกิจได้เพียงร้อยละ 14.3 ดังนั้น ผลปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระอาจจะขึ้นกับปัจจัยอื่นอีกหลายปัจจัยนอกเหนือจากปัจจัยที่ศึกษาในงานวิจัยนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

1. จากผลการวิจัยพบว่านักธุรกิจอิสระมีความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคระดับสูง และความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคมีผลต่อผลการปฏิบัติงานและลำดับขั้นความสำเร็จ สำหรับองค์กรธุรกิจชายตรง การทำงานพื้นฐานได้แก่การเพิ่มจำนวนสมาชิกและยอดธุรกิจ จะพบอุปสรรคในเรื่องการปฏิเสธจากลูกค้าและผู้มุ่งหวัง การแก้ปัญหาทั้งของทีมงานและตนเอง การทำงานที่ต้องแข่งกับเวลา เป็นต้น ส่วนในองค์กรทั่วไป อาจต้องเผชิญกับปัญหา เช่น การแข่งขันทางการตลาด การต่อรองทางการค้า และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นขณะทำงาน ซึ่งอุปสรรคเหล่านี้บางครั้งอาจทำให้เกิดการทอดทิ้งที่จะไปสู่เป้าหมายของตนเองและองค์กร แต่ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคจะทำให้บุคคลผ่านปัญหาเหล่านี้ไปได้ ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจต่อตัวแปรนี้ และพัฒนาให้บุคลากรมีคุณลักษณะของความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะมิติของการควบคุม เพื่อความสำเร็จที่มากขึ้นขององค์กร โดยอาจจัดเป็นลักษณะการฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคของตนเอง

2. ความผูกพันใจต่อเป้าหมายมีความสัมพันธ์มีผลอย่างมากต่อผลปฏิบัติงาน และยังเป็นตัวแปรสำคัญในการทำนายผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นหากองค์กรต้องการผลการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น ควรมีการส่งเสริมและกระตุ้นให้บุคลากรมีความผูกพันใจต่อเป้าหมายและต่องานของตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะเป้าหมายในงานด้านจำนวนผู้สมัครใหม่ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างน้อย หากองค์กรต้องการให้ผลปฏิบัติงานด้านนี้เพิ่มมากขึ้นก็ควรเน้นให้นักธุรกิจอิสระยึดมั่นต่อเป้าหมายนี้มากยิ่งขึ้น และสำหรับองค์กรอื่น ความผูกพันใจต่อเป้าหมายได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีผลต่อผลปฏิบัติงาน ทำให้บุคลากรมีความทุ่มเทในการทำงานมากขึ้นทั้งความพยายามและเวลา เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ พบว่ามีปัจจัยหลายประการที่สามารถเพิ่มความผูกพันใจต่อเป้าหมายของบุคคลได้ เช่น จากผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค การโน้มน้าวด้วยเหตุผล และการให้คำปรึกษา มีผลทำให้ความผูกพันใจต่อเป้าหมายของบุคคลเพิ่มขึ้น และการที่เป้าหมายมีความชัดเจนและเฉพาะจง มีความท้าทาย ก็เป็นสาเหตุประการหนึ่ง ซึ่งผู้บังคับบัญชาควรพิจารณาให้เป้าหมายที่มอบหมายมีลักษณะดังกล่าว อีกทั้งให้

ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายในการทำงาน ทั้งเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อเป็นเป้าหมายร่วมกันของบุคคลและองค์กร

3. จากผลการวิจัย วิธีการสร้างอิทธิพลที่มีผลต่อผลปฏิบัติงาน คือ อำนาจตามกฎหมาย และการแลกเปลี่ยน โดยวิธีการทั้งสองวิธีจะทำให้ผลปฏิบัติงานลดลง ดังนั้นหากองค์กรต้องการให้ผลปฏิบัติงานขององค์กรดีขึ้นควรลดการใช้วิธีการสร้างอิทธิพลทั้งสองวิธีลง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยนี้มีการนำตัวแปร 2 ตัวแปร คือ ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย (Goal Commitment) และวิธีการสร้างอิทธิพล (Influence Tactics) ซึ่งเป็นตัวแปรที่อาจจะยังไม่เคยมีการศึกษาในวัฒนธรรมไทยมาก่อน การวิจัยนี้จึงถือเป็นการเริ่มต้นทำความเข้าใจตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร ในลักษณะของการสำรวจ คือ ศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และ การใช้วิธีการสร้างอิทธิพลมากน้อยเพียงใด แต่ในต่างประเทศได้มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรทั้งสองมาเป็นเวลานาน และศึกษาในหลายมิติ ดังนี้

ความผูกพันใจต่อเป้าหมาย มีการศึกษาเกี่ยวกับ การเลือกเกณฑ์ในการวัด ได้แก่ วัด โดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ หรือวัดแบบประเมินตนเอง การศึกษาเกี่ยวกับการเป็นตัวแปรกำกับระหว่างเป้าหมายกับผลการปฏิบัติงาน และการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันใจต่อเป้าหมาย โดยในส่วนของเกณฑ์ในการวัดจนถึงปัจจุบันก็ยังไม่มีการสรุปเป็นที่แน่นอน ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการที่สองในการวัดกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาจากลักษณะการตั้งเป้าหมายที่พบในองค์กรคือนักธุรกิจอิสระแต่ละคนจะตั้งเป้าหมายด้วยตนเองซึ่งเหมาะกับการวัดแบบประเมินตนเองมากกว่า

วิธีการสร้างอิทธิพล งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาวิธีการสร้างอิทธิพลหลายด้าน เช่น การวัดความถี่ในการใช้อิทธิพล ความแตกต่างระหว่างการใช้อิทธิพลแบบรุนแรงและแบบนุ่มนวล ผลลัพธ์ของการใช้อิทธิพล และในปัจจุบันเริ่มมีการศึกษามากขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้วิธีการสร้างอิทธิพล

ดังนั้นเพื่อการทำหน้าที่มากขึ้นเกี่ยวกับตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร นี้ งานวิจัยในอนาคต จึงควรศึกษาในมิติอื่นๆ เพิ่มเติม รวมทั้งศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลหรือมีความสัมพันธ์กับความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และวิธีการสร้างอิทธิพล แม้กระทั่งการให้ความรู้แก่องค์กรอื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณลักษณะของความผูกพันใจต่อเป้าหมาย และการนำวิธีการสร้างอิทธิพล

ไปใช้ในองค์กร เนื่องจากพบว่าทั้งความผูกพันใจต่อเป้าหมายและวิธีการสร้างอิทธิพลล้วนมีความสำคัญในการพัฒนาผลปฏิบัติงานขององค์กร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้มีลักษณะที่เฉพาะเจาะจงเนื่องจากผู้วิจัยไม่ต้องการผลจากตัวแปรอื่นๆ ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากอาจมีผลต่อตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แต่อย่างไรก็ตามสามารถนำการศึกษานี้ไปประยุกต์กับงานด้านการขายและการตลาดได้ และควรมีการศึกษากับองค์กรอื่นๆ และลักษณะงานแบบอื่นต่อไป เช่น ศึกษากับข้าราชการ หรือ บริษัทเอกชน ซึ่งมีรูปแบบการตั้งเป้าหมาย ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม และการประเมินผล การปฏิบัติงานที่แตกต่างจากงานวิจัยนี้

3. จากการวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามวิธีการสร้างอิทธิพลมีค่าค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับแบบสอบถามจากต่างประเทศ แต่เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการเริ่มต้นศึกษาวิธีการสร้างอิทธิพล ผู้วิจัยจึงพยายามรักษาเนื้อความในข้อคำถามให้ใกล้เคียงต้นฉบับมากที่สุด ผลที่เกิดขึ้นจึงอาจมาจากความเข้าใจเรื่องภาษาและรูปแบบการใช้ อิทธิพลซึ่งไม่เข้ากับวัฒนธรรมไทย เพราะจากการศึกษาของ ยูคูล์ ฟู และแมคโดนัลด์ (Yukl, Fu and McDonald, 2003, pp. 68-82) พบความแตกต่างของการเลือกใช้วิธีการสร้างอิทธิพลที่แตกต่างกันในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยที่จะศึกษาเรื่องนี้ต่อไปอาจมีการปรับข้อคำถามให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยมากขึ้น หรือเลือกใช้วิธีการสร้างอิทธิพลวิธีอื่นมาใช้ในการวิจัยต่อไป

4. ควรจะมีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์ประกอบเพื่อให้มีข้อมูลที่เที่ยงตรงและแม่นยำมากขึ้น