

การพัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานในร้านสะดวกซื้อ
ในเขตภาคเหนือ*

THE DEVELOPMENT OF EMPLOYEE ENGAGEMENT SCALE
OF CONVENIENCE STORES IN NORTHERN REGION

พลกฤต รักจุล

Ponkrit Rakjun

ประภัสสร วรรณสถิต

Prapassorn Vannasathid

กัญญพัสรี กล่อมธงเจริญ

Kunpatsawee Klomthongjarean

ชัยวัฒน์ ไบไม

Chaiwat Baimai

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Maejo University, Thailand

E-mail: ponkrit.ra@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรคือพนักงานร้านสะดวกซื้อในเขตภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในบทความฉบับนี้ใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างของ Hair, et al. ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ อย่างน้อย 20 เท่าต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ บทความฉบับนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีอย่างน้อย 60 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามถึงผู้จัดการฝ่ายบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างได้ตอบกลับแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด ผลการวิจัยมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ปรับมาจากเครื่องมือวัดความผูกพันของพนักงานของ Bakker, et al. นำมาแปลและปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับบริบทที่ศึกษาประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 17 ข้อ ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาคุณภาพโดยใช้วิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาที่มีค่าดัชนีรายข้อเท่ากับ 0.95 และมีค่า Cronbach's Alpha = 0.959 นั้นหมายความว่าสามารถยอมรับได้ ขั้นตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi - Square = 0.331, df = 1, p = 0.67,

* Received 17 December 2020; Revised 18 February 2021; Accepted 19 February 2021



CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.008, RMSEA = 0.000 แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดความผูกพันของพนักงานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกับการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีอีกทั้งสามารถนำไปใช้สำหรับการวิจัยเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาแบบวัด, ความผูกพันของพนักงาน, ร้านสะดวกซื้อ

Abstract

The objective of this article was to develop an employee engagement scale of convenience stores. This study was a quantitative research. The population was employees in convenience stores in the northern region. The sample size was calculated based on the sample size criteria Hair, et.al. The sample size was determined to be at least 20 times per one observable variable. There were 3 observable variables. An appropriate sample size should be at least 60 samples, which was the minimum sample size requirement that could be used for analysis using structural equation model. Copies of questionnaire were sent by the researcher to the Human Resources Manager 200 copies of questionnaire were obtained from the respondents. The response rate was 66.67. The results of this research could be concluded with three stages as follows: Stage 1: the research instrument was adapted from Employee Engagement Scale Bakker et al. The data were translated and adapted to be consistent with the study context. The research instrument consisted of 17 items. Stage 2: Quality of the instrument was improved through content validity with Index of Item – Objective Congruence (IOC) of 0.95 and Cronbach's Alpha of 0.959, implying that the values were acceptable. Stage 3: The analytic results of measurement model revealed parameters as follows: Chi-Square = 0.331, $df = 1$, $p = 0.67$, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.008, RMSEA = 0.000, indicating that the Employee Engagement Model was consistent with the empirical data. The findings were consistent with a review of relevant concepts and theories and could be applied for future research on employee engagement in line with the business context.

Keywords: Scale Development, Employee Engagement, Convenience Store



บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม ทำให้ทุกองค์กรมีความจำเป็นต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำรงรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน หนึ่งในนั้นคือการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดแก่องค์กรโดยการสร้างสมรรถนะขององค์กรผ่านศักยภาพของพนักงานทั้งหมดในองค์กร จึงจำเป็นต้องหาวิธีสร้างแรงจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานอยู่ทำงานให้กับองค์กรให้นานที่สุด (Al-Tit, A. A. & Suifan, T. S., 2015); (Alam, A., 2011); (Maslić Seršić, D., 2000); (Shore, L. M., & Martin, H. J., 1989) องค์กรได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันเนื่องจากได้ขาดองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ จากพนักงานหรือผู้ปฏิบัติงาน ทำให้ศักยภาพขององค์กรตกต่ำลงส่งผลกระทบให้อำนาจการแข่งขันลดน้อยลง (Al - Tit, A. A. & Suifan, T. S., 2015); (Alam, A., 2011); (Simpson, M. R., 2009) จำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์ให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร สิ่งสำคัญที่จะเป็นตัวช่วยให้กับองค์กรทราบถึงระดับความผูกพันของพนักงานและความตั้งใจที่จะอยู่กับองค์กรคือแบบสำรวจความผูกพันของพนักงาน (Maslach, C. et al., 1997)

องค์กรจะต้องมีแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ให้กับองค์กรเพื่อให้พนักงานระดับปฏิบัติการมีความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กร โดยเฉพาะพนักงานในระดับผู้ปฏิบัติที่มีความผูกพันกับการทำงานมีโอกาสน้อยที่จะลาออก (Al-Tit, A. A. & Suifan, T. S., 2015) (Puangyoykeaw, K. & Nishide, Y., 2015) (Tarigan, V., & Ariani, D. W., 2015) บทความฉบับนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ในการสร้างให้พนักงานระดับปฏิบัติการตัดสินใจที่จะคงอยู่กับองค์กรให้นานที่สุดเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากปัญหาการลาออกโดยเฉพาะธุรกิจร้านสะดวกซื้อในประเทศไทย มีอัตราการลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการสูงมาก ดังผลการสำรวจอัตราการลาออกของพนักงานร้านสะดวกซื้อเปรียบเทียบตั้งแต่ปี 2559 – 2562 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงอัตราการลาออกของพนักงานร้านสะดวกซื้อ

รายการ ลาออก	2559		2560		2561		2562	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำแนกตามประเภทการจ้างงาน								
พนักงาน ประจำ	1,072	00.00	5,842	00.00	3,609	0.20	3,311	5.93
พนักงาน จ้างเหมา		.00		.00	,083	.80	9,583	4.07
รวม	1,072	00.00	,842	00.00	2,692	00.00	22,894	00.00

(บริษัท CP all, 2563)



จากตารางดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยพยายามหาวิธีการและแนวทางในการลดปัญหาการลาออกของพนักงานร้านสะดวกซื้อ โดยการศึกษาความผูกพันของพนักงานเนื่องจากปัญหาการลาออกโดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ มีอัตราการลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการค่อนข้างสูง ซึ่งมีวรรณกรรมจำนวนมากสนับสนุนความจริงที่ว่าความตั้งใจที่จะลาออกเป็นหนึ่งในสิ่งที่สำคัญที่สุดและในทันทีของการตัดสินใจการหมุนเวียนวิธีการใดก็ตามที่นำมาใช้เพื่อลดพฤติกรรม การหมุนเวียนภายในองค์กรต้องมีความเข้าใจที่ดีในสิ่งที่ก่อให้เกิดการลาออกของพนักงาน (Al - Tit, A. A. & Suifan, T. S., 2015); (Puangyoykeaw, K. & Nishide, Y., 2015); (Tett, R. P. & Meyer J. P., 1993) ขณะที่ความพึงพอใจและความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นปัจจัยสำรวจมากที่สุด มีอิทธิพลของความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงการแสดงเจตคติของการตัดสินใจ พฤติกรรมที่จะลาออกทำให้ความจริงที่ว่าเมื่อพนักงานตัดสินใจออกจากองค์กร พวกเขาจะออก ด้วยสาเหตุจากผู้นำไม่ใช่องค์กร (Hallberg, U. E., & Schaufeli, W. B., 2006); (Lailah Imandin, C. B. , 2014); (Salanova, M. & Schaufeli, W. B., 2008) สิ่งนี้นำมาซึ่งข้อสันนิษฐานว่าความเป็นผู้นำมีความสำคัญต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงาน

ดังนั้นบทความฉบับนี้จึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้พัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานเพื่อใช้เป็นเครื่องมือให้กับธุรกิจได้ใช้สำหรับการทดสอบและหาปัจจัยความผูกพันของพนักงาน และหาแนวทางในการพัฒนา รวมถึงสร้างกลยุทธ์ให้กับองค์กรในการรักษาพนักงานไว้ให้อยู่กับองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานร้านสะดวกซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรคือพนักงานร้านสะดวกซื้อในเขตภาคเหนือ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) แยกตามจังหวัดในภูมิภาคเท่า ๆ กัน ประกอบไปด้วย เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน อุตรดิตถ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามผ่านงานทรัพยากรบุคคลเพื่อคัดเลือกตัวแทนในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าการวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่ในองค์กรและตัวแปรไม่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างของ Hair, Black, Babin and Anderson ที่ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ อย่างน้อย 20 เท่า ต่อ 1 ตัวแปรสังเกตจากแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตจำนวน 3 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 60 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ทั้งนี้



ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามผ่านถึงผู้จัดการฝ่ายบุคคล กลุ่มเป้าหมาย ได้แบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้ เช่นเดียวกับ Malhotra and Grover ที่ได้กล่าวว่าการตอบกลับของแบบสอบถามในทุกรูปแบบวิธีการส่งไม่ควรมีความเสี่ยงต่ำกว่าร้อยละ 20 เนื่องจากเป็นค่าที่ไม่สามารถยอมรับได้ในทางสถิติ อีกทั้งอัตราการตอบกลับที่ต่ำอาจบ่งบอกถึงความเป็นตัวแทนที่ไม่ดีด้วย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนการศึกษา

การศึกษาขั้นตอนที่ 1 เป็นการสร้างแบบวัดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องแนวคิดความผูกพันของพนักงาน ซึ่งได้ตัวแปรแฝงจำนวน 3 ตัวแปรแฝงและข้อคำถามจำนวน 17 ข้อคำถาม

การศึกษาขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถาม ด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้ 1) การแปลไปข้างหน้าอย่างเดียว (Forward - Only Translation) โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน 2) การแปลย้อนกลับ (Backward translation) โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่าน 3) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานในร้านสะดวกซื้อและตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจำนวน 12 ท่าน นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรง (Validity) โดยใช้วิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity index – CVI) เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาคัดดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา Polit et al. เสนอว่า ค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาที่ถือได้ว่ามีความตรงเชิงเนื้อหาดีเยี่ยม ควรมีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (I-CVI) 0.78 ขึ้นไป

การศึกษาขั้นตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อยืนยันโครงสร้างหรือปัจจัยตามทฤษฎีที่ต้องการทดสอบ โดยใช้โปรแกรม AMOS เวอร์ชัน 21

ผลการวิจัย

ผลการพัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานร้านสะดวกซื้อประกอบด้วยผลการวิจัย 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยขั้นตอนที่ 1 แบบวัดตัวแปรความผูกพันของพนักงาน ผู้วิจัยได้ปรับมาจากเครื่องมือวัดความผูกพันของพนักงานของ Bakker, W. B. นำมาแปลและปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับบริบทที่ศึกษาประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 17 ข้อ เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยมากที่สุด (5 คะแนน) ถึงไม่เห็นด้วย (1 คะแนน)



การหาคุณภาพแบบวัดตัวแปรความผูกพันของพนักงาน ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้และนำมาตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายใน ผลปรากฏว่า แบบวัดความผูกพันของพนักงาน มีค่าความเชื่อมั่น .941

โดยมีข้อคำถามวัดตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้งสิ้น 17 ข้อคำถาม

1. เมื่อฉันตื่นนอนในตอนเช้าฉันรู้สึกอยากไปทำงาน
2. ที่ทำงานฉันรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังงาน
3. ที่ทำงานฉันมุ่งมั่นบากบั่นแม้ว่าหลายสิ่งอาจเป็นไปได้ไม่ค่อยดีนัก
4. ฉันสามารถทำงานต่อเนื่องได้ในระยะเวลาอันยาวนาน
5. ที่ทำงานฉันเป็นคนยึดหยุ่นทนทานทางด้านจิตใจ
6. ที่ทำงานฉันรู้สึกมีพลังและกระตือรือร้น
7. สำหรับฉันแล้วงานของฉันช่างท้าทาย
8. งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน
9. ฉันกระตือรือร้นในงานของฉัน
10. ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ
11. ฉันพบว่างานที่ฉันทำเต็มไปด้วยความหมายและจุดมุ่งหมาย
12. ขณะที่ฉันทำงานฉันลืมทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวฉัน
13. เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็วเมื่อฉันทำงาน
14. ฉันรู้สึกตื่นเต้นหลงใหลไปกับงานที่ทำอยู่
15. มันค่อนข้างยากที่จะแยกฉันออกจากงานของฉัน
16. ฉันจดจ่อคร่ำเคร่งอยู่กับงานของฉัน
17. ฉันรู้สึกมีความสุขเมื่อฉันทำงานอย่างจริงจัง

ผลการวิจัยขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงผลการการพัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานร้านสะดวกซื้อ

ข้อคำถามที่เลือกใช้	forward	Backward	CVI	Cronbach's Alpha
การสร้างพลัง				
เมื่อฉันตื่นนอนในตอนเช้าฉันรู้สึกอยากไปทำงาน	√	√	0.92	0.908
ที่ทำงานฉันรู้สึกเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังงาน	√	√	1.00	0.903
ที่ทำงานฉันมุ่งมั่นบากบั่นแม้ว่าหลายสิ่งอาจเป็นไปได้ไม่ค่อยดีนัก	√	√	0.92	0.905



ข้อคำถามที่ เลือกใช้	forward	Backward	CVI	Cronbach's Alpha
ฉันสามารถทำงาน ต่อเนื่องได้ใน ระยะเวลาอัน ยาวนาน	✓	✓	1.00	0.901
ที่ทำงานฉันเป็นคน ยึดหยุ่นทนทาน ทางด้านจิตใจ	✓	✓	0.92	0.928
ที่ทำงานฉันรู้สึกมี พลังและ กระตือรือร้น	✓	✓	0.92	0.892
การอุทิศตน				
สำหรับฉันแล้วงาน ของฉันช่างท้าทาย	✓	✓	0.92	0.944
งานของฉันสร้าง แรงบันดาลใจให้ ฉัน	✓	✓	0.92	0.942
ฉันกระตือรือร้นใน งานของฉัน	✓	✓	0.83	0.941
ฉันภูมิใจในงานที่ ฉันทำ	✓	✓	1.00	0.941
ฉันพบว่างานที่ฉัน ทำเต็มไปด้วยความ หมายและ จุดมุ่งหมาย	✓	✓	1.00	0.947
ความตั้งใจจดจ่อกับงาน				
ขณะที่ฉันทำงาน ฉันลืมทุกสิ่งทุก อย่างรอบตัวฉัน	✓	✓	0.92	0.948
เวลาผ่านไปอย่าง รวดเร็วเมื่อฉัน ทำงาน	✓	✓	1.00	0.942
ฉันรู้สึกตื่นเต้น หลังเลิกไปกับงาน ที่ทำอยู่	✓	✓	1.00	0.939
มันค่อนข้างยากที่ จะแยกฉันออกจาก งานของฉัน	✓	✓	0.92	0.930
ฉันจดจ่อคร่ำเคร่ง อยู่กับงานของฉัน	✓	✓	1.00	0.932



ข้อคำถามที่ เลือกใช้	forward	Backward	CVI	Cronbach's Alpha
ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อฉันทำงานอย่าง จริงจัง	✓	✓	1.00	0.940
ผลรวม	17	17	0.95	0.959

จากตารางที่ 2 ผลการพัฒนาคุณภาพเครื่องมือแสดงให้เห็นว่าการแปลไปข้างหน้าอย่างเดียว (Forward - Only Translation) มีผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน ตรวจสอบข้อคำถามทั้ง 17 ข้อ ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับทั้ง 17 ข้อ การแปลย้อนกลับ (Backward Translation) มีผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่าน เมื่อตรวจสอบข้อคำถามทั้ง 17 ข้อ ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับทั้ง 17 ข้อ การตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจำนวน 12 ท่าน นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรง (Validity) มีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาที่ถือได้ว่ามีความตรงเชิงเนื้อหาดีเยี่ยม มีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา รายข้อ (I - CVI) 0.95 นั้นหมายความว่าสามารถยอมรับได้ และมีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา Cronbach's Alpha 0.959 นั้นหมายความว่าสามารถยอมรับได้

ผลการวิจัยขั้นตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

ตัวแปรสังเกตได้องค์ประกอบความผูกพันของพนักงานประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การสร้างพลัง (VI) การอุทิศตน (DE) และความตั้งใจจดจ่อกับงาน (AB) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบของความผูกพันของพนักงาน รวมทั้ง 3 คู่ พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้ง 3 คู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงระดับสูงระหว่าง 0.677 ถึง 0.749 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's Test of Sphericity ได้ค่า Chi - Square = 920.266, df = 3, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser - Mayer - Olkin (KMO) = 0.737 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลความผูกพันของพนักงาน (EE)

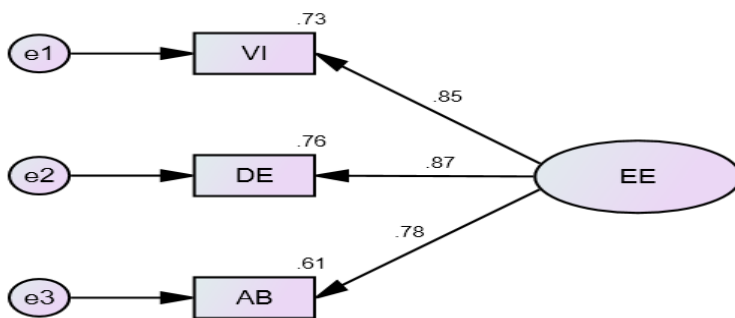
	VI	DE	AB
VI	1		
DE	0.749**	1	
AB	0.677**	0.685**	1
$\bar{x}$	4.03	4.15	4.04



	VI	DE	AB
S.D.	0.60	0.60	0.58
Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 920.266, df = 3, p = 0.000, KMO = 0.737			

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi-Square = 0.331, df = 1, p = 0.67, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.008, RMSEA = 0.000 แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดความผูกพันของพนักงาน(EF) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความผูกพันของพนักงานพบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความผูกพันของพนักงานทั้งหมด 3 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ การอุทิศตน (DE) การสร้างพลัง (VI) และความตั้งใจจดจ่อกับงาน (AB) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87, 0.85 และ 0.78 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความผูกพันของพนักงานร้อยละ 76, 73 และ 61 ตามลำดับ ดังภาพที่ 2 และตารางที่ 4



Chi-square=.331,df=1,p-value=.565,
Chi-square/df=.331,CFI=1.000,GFI=1.000,
AGFI=.998,RMR=.008, RMSEA=.000

ภาพที่ 2 แสดงโมเดลการวัดความผูกพันของพนักงาน

ตารางที่ 4 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความผูกพันของพนักงาน

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปส.คะแนนองค์ประกอบ
	β	SE	t		
VI	0.85	-	-	0.73	0.32
DE	0.87	0.04	27.24**	0.76	0.36



ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปส.คะแนน องค์ประกอบ
	β	SE	t		
AB	0.78	0.04	23.70**	0.61	0.21

Chi-Square = 0.331, df = 1, p = 0.67 , CFI = 1.00, GFI = 1.00,

AGFI = 0.99, RMR = 0.008, RMSEA = 0.000

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด ได้ข้อคำถามที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน และผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ในการตรวจสอบปัจจัยความผูกพันของพนักงาน และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดมีข้อคำถามจำนวน 17 ข้อ และสามารถแยกได้เป็น 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความผูกพันของพนักงาน ได้แก่ การสร้างพลังจำนวน 6 ข้อ การอุทิศตนจำนวน 5 ข้อ ความตั้งใจจดจ่อกับงานจำนวน 6 ข้อ จึงได้แบบวัดที่ได้ทำการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น ซึ่งมีทั้งการหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (content validity index – CVI) การวิเคราะห์องค์ประกอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Confirmatory Factor Analysis: CFA และความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ความผูกพันของพนักงาน (Bakker, W. B., 2006) (Salanova, M. & Schaufeli, W. B., 2008) ความผูกพันของพนักงานที่ต้องการอยู่กับองค์กรหรือต้องการออกไปจากองค์กรน้อยที่สุด (Crossley, C. D. et al., 2007) (Du Preez, R., & Bendixen, M. T., 2015) วิธีในการสร้างความผูกพันของพนักงานมี 3 ประการ ดังนี้ 1) การสร้างพลัง หมายถึง การสร้างแรงบันดาลใจเช่น การสนับสนุนและการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานผลตอบแทนด้านประสิทธิภาพโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาและโอกาสในการใช้ทักษะ แสดงให้เห็นว่าระดับความผูกพันของพนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพของหน่วยธุรกิจ 2) การอุทิศตน หมายถึง การมีส่วนร่วมของพนักงานเกิดขึ้นในแง่ของความมุ่งมั่นและพฤติกรรมที่มีบทบาทในหน้าที่การงานหรือเป็นความพึงพอใจส่วนตัวและความรู้สึกของแรงบันดาลใจและความประทับใจที่พวกเขาได้รับจากการทำงานและการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร 3) ความตั้งใจจดจ่อกับงาน หมายถึง การมีส่วนร่วมในการทำงานและผลลัพธ์ขององค์กรในเชิงบวกเช่นความมุ่งมั่นในเชิงบวก มีประสิทธิภาพความรู้สึกในการสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับการทำงานที่เป็นสาเหตุของความเหนื่อยล้าจากงานเพื่อสร้างความมั่นใจสำหรับผู้สนใจในการนำแบบวัดที่ได้รับการพัฒนามาในครั้งนี้เพื่อใช้ในการวิจัยและเก็บข้อมูลจริงต่อไป



สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาแบบวัดความผูกพันของพนักงานมีมาตรฐานและสามารถวัดความรู้สึกผ่านตัวแปรที่สำคัญคือการสร้างความผูกพันของพนักงานมี 3 ประการ 1) การสร้างพลัง 2) การอุทิศตน 3) ความตั้งใจจดจ่อกับงาน ดังนั้นหากองค์กรนำแบบวัดความผูกพันของพนักงานไปใช้ในองค์กรจะทำให้สามารถทราบถึงระดับความผูกพันของพนักงาน ซึ่งความผูกพันของพนักงานมีความสำคัญต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในระดับปฏิบัติที่มีความผูกพันกับการทำงานมีโอกาสน้อยที่จะลาออก องค์กรจะได้มีกลยุทธ์ในการสร้างให้พนักงานระดับปฏิบัติการตัดสินใจที่จะคงอยู่กับองค์กรให้นานที่สุดเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเป็นแนวทางในการลดปัญหาโดยการศึกษาความผูกพันของพนักงานเนื่องจากปัญหาการลาออก

เอกสารอ้างอิง

- บริษัท CP all. (2563). อัตราการลาออกของพนักงานร้านสะดวกซื้อ. เรียกใช้เมื่อ 2563 ตุลาคม 1 จาก <https://www.cpall.co.th/sustain/social-dimension/personnel/>
- Alam, A. (2011). Evaluation of Allen and Meyer's Organizational Commitment Scale: A Cross-Cultural Application in Pakistan. *Journal of Education and Vocational Research*, 1(3), 80-86.
- Al-Tit, A. A., & Suifan, T. S. (2015). The Mediating Role of Job Characteristics in the Relationship between Organizational Commitment and Job Satisfaction. *International Journal of Business and Management*, 10(9), 215 - 221.
- Al-Tit, A. A., & Suifan, T. S. (2015). The Mediating Role of Job Characteristics in the Relationship between Organizational Commitment and Job Satisfaction. *International Journal of Business and Management*, 10(9), 215 - 223.
- Bakker, W. B. (2006). The Measurement of Work Engagement with a Short Questionnaire A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Crossley, C. D. et al. (2007). Development of a global measure of job embeddedness and integration into a traditional model of voluntary turnover. *J Appl Psychol*, 92(4), 1031-1042.



- Du Preez, R. & Bendixen, M. T. (2015). The impact of internal brand management on employee job satisfaction, brand commitment and intention to stay. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 78-91.
- Hallberg, U. E. & Schaufeli, W. B. (2006). "Same same" but different? Can work engagement be discriminated from jobcommitment? . *European psychologist*, 11(2), 119-127.
- Lailah Imandin, C. B. . (2014). A model to measure employee engagement. *Problems and Perspectives in Management*, 12(4), 520 - 537.
- Maslach, C. et al. (1997). Maslach burnout inventory. *Evaluating stress: A book of resources*, 3(1), 191-218.
- Maslić Seršić, D. (2000). An empirical test of Meyer and Allen's three-component model of organizational commitment in a Croatian context. *Review of Psychology*, 6(1), 17-24.
- Mowday, R. T. et al. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247.
- Puangyoykeaw, K. & Nishide, Y. (2015). Organizational Commitment and Turnover Intention in Low-Skilled Immigrant Workers in Thailand: An Empirical Assessment of Need Satisfaction, Job Satisfaction and Overall Life Satisfaction Factors. *International Journal of Business and Management*, 10(5), 98 - 113.
- Salanova, M. & Schaufeli, W. B. (2008). A cross-national study of work engagement as a mediator between job resources and proactive behaviour. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(1), 116-131.
- Shore, L. M. & Martin, H. J. (1989). Job satisfaction and organizational commitment in relation to work performance and turnover intentions. *Human relations*, 42(7), 625-638.
- Simpson, M. R. (2009). Engagement at work: a review of the literature. *Int J Nurs Stud*, 46(7), 1012-1024.
- Tarigan, V. & Ariani, D. W. (2015). Empirical study relations job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention. *Advances in Management and Applied Economics*, 5(2), 21 - 32.



Tett, R. P. & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel psychology*, 46(2), 259-293.