

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกใน เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล: การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ

The Development of Causal Model of Organizational Commitment of Retail Business Employees in Bangkok and Vicinity: Analysis of Multi-Level Equation Model

สุทธิพงษ์ เกียรติวิชญ์ (Suttipong Kiartivich)^{*}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพหุระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และพัฒนาและตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ พนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 520 คน ได้จากการกำหนด 20 เท่าของจำนวนตัวแปรศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) การเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยใช้การส่งออนไลน์ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพหุ ด้วยโปรแกรม SEM ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า มีความตรงเชิงโครงสร้างหรือมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาได้จากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบ ความตรงของโมเดล ได้แก่ $\chi^2 = 61.673$, $df = 50$, $\chi^2 / df = 1.241$, $p\text{-value} = 0.135$, $CFI = 0.997$, $TLI = 0.993$, $RMSEA = 0.015$, $SRMR_B = 0.016$, $SRMR_W = 0.036$ แสดงว่าองค์ประกอบของ ความผูกพันต่อองค์กรมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์พหุระดับ ผลการพัฒนาและตรวจสอบความตรงของโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติประกอบด้วย $\chi^2 = 1669.888$, $df = 832$, $p\text{-value} = 0.000$, $CFI = 0.959$, $TLI = 0.968$, $RMSEA = 0.033$, $SRMR_W = 0.025$, $SRMR_B = 0.650$ และ $\chi^2/df = 1.745$ และผลการประมาณค่าขนาดอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับความผูกพันต่อองค์กร แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (AMO) ความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) การจัดการความรู้ (KM) เป็นสาเหตุของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

คำสำคัญ : ความผูกพันต่อองค์กร กลุ่มธุรกิจค้าปลีก

^{*} อาจารย์ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Stamford International University, E-mail: contact.suttipong@gmail.com

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the determinants of organizational commitment of retail business employees in Bangkok and its suburbs. Development and validation of multivariate structural equation model. Factors influencing organizational commitment of retail business employees in Bangkok and its vicinity. The research population was 520 employees in the Bangkok metropolitan area. Sampling was conducted using simple random sampling. The data were collected by questionnaire. (Questionnaire) Data collection is done using online submissions. Confidence factor analysis of organizational commitment of retail business executives in Bangkok and its vicinity was found to be structurally consistent or consistent with empirical data. Determine the value of the check. Model accuracy: $\chi^2 = 61.673$, $df = 50$, $\chi^2 / df = 1.241$, $p\text{-value} = 0.135$, $CFI = 0.997$, $TLI = 0.993$, $RMSEA = 0.015$, $SRMR_B = 0.016$, $SRMR_W = 0.036$ the composition of Organizational commitment is appropriate for multiple levels of analysis. The development and validation of the multivariate model of factorial effect on organizational level of retailers in Bangkok and its vicinity revealed that the model was consistent with the empirical data. The statistics include: $\chi^2 = 1669.888$, $df = 832$, $p\text{-value} = 0.000$, $CFI = 0.959$, $TLI = 0.968$, $RMSEA = 0.033$, $SRMR_W = 0.025$, $SRMR_B = 0.650$ และ $\chi^2/df = 1.745$ The results of direct and indirect influence size estimation in multicomponent equation model. Emotional Intelligence, Knowledge Management is the initiative of employees in Bangkok.

Keywords: Organizational Commitment Retail Business

บทนำ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญ และสามารถที่จะเอื้อประโยชน์ให้องค์กรดำเนินธุรกิจต่างๆ ไปสู่เป้าหมายได้อย่างมั่นใจ จะเห็นได้ว่าทุกองค์การประสงค์ที่จะพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จในฐานะผู้นำธุรกิจ โดยเฉพาะคุณภาพของบุคลากรนับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำพาองค์การไปสู่เป้าหมายได้ในฐานะเป็นผู้ปฏิบัติที่มีคุณภาพ ทั้งนี้เพราะงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นงานที่มุ่งเลือกสรรคนดี มีความรู้ ความสามารถ เข้ามาปฏิบัติงาน และเมื่อเราได้คัดสรรให้บุคลากรเหล่านี้เข้ามาอยู่ในองค์กรแล้ว งานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ก็ไม่ได้หยุดอยู่เพียงเท่านั้น หน่วยงานทรัพยากรมนุษย์จะต้องดูแลฝึกอบรมและพัฒนาให้บุคลากรได้รับความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่จะเป็นพลังเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพ และพร้อมจะปฏิบัติงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถ สร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันการให้ความสำคัญการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้

1. การแข่งขันของโลกธุรกิจยุคใหม่ จากการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ทำให้เครือข่ายที่เกิดการขยายตัวของธุรกิจไทย ที่ดำเนินอยู่ทุกวันนี้และจะมีอัตราเร่งในอนาคตนั้น จะเกิดจากการขยายสาขาหรือในลักษณะเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (STRATEGIC PARTNER) ระหว่างธุรกิจในกลุ่ม และกทท. กับต่างจังหวัดหรือจากต่างจังหวัดขยายมายังกทท. ใน 10 ปีข้างหน้า ธุรกิจไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันและเติบโตไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการเงินทั้งที่เป็นเงินทุน หลักทรัพย์ ประกัน โรงแรม ร้านอาหาร ร้านหนังสือ ร้านเทป ร้านวิดีโอ ร้านสรรพสินค้าและอีกมากมาย จะขยายเครือข่ายไปสู่ทุกจังหวัด ธุรกิจต่างจังหวัดที่แข่งกับกรุงเทพฯ ได้ก็จะมีบุกเข้าสู่กทท. และจังหวัดอื่นๆ

2. กฎเกณฑ์และข้อกำหนดของรัฐ จากความเอาใจใส่เปรียบระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง รัฐบาลจึงได้เข้ามาควบคุมการดำเนินงาน ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งธุรกิจจนถึงการเลิกธุรกิจกฎเกณฑ์และข้อกำหนดต่างๆ ที่บัญญัติขึ้นมาทำให้ระบบเศรษฐกิจปัจจุบันถือเป็นผลประโยชน์ของส่วนรวมและความเป็นธรรมในสังคมเป็นหลัก โดยเฉพาะรัฐเข้ามามีบทบาทในเรื่องสวัสดิการ รายได้ สภาพการปฏิบัติงาน การจ้างแรงงานในวันหยุด และเงินทดแทนต่างๆ ตามกฎหมายแรงงาน เพื่อไม่ให้ผู้บริหารเอาเปรียบบุคลากรในองค์กร และเน้นกระบวนการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ให้ได้รับความเป็นธรรมยิ่งขึ้น

3. ความเติบโตด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันบุคลากรปฏิบัติงานโดยอาศัยเครื่องมือ เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีเป็นเครื่องทุ่นแรง การปฏิบัติงานย่อมมีความซับซ้อนมากขึ้น องค์กรจำเป็นต้องจัดฝึกอบรมพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรมีความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่งาน มีรายได้เพียงพอ ดำรงชีพ มีสวัสดิการเกื้อหนุน มีเกียรติยศชื่อเสียง และมีความมั่นคงพึงพอใจกับงานที่ปฏิบัติมากที่สุด

4. ความซับซ้อนขององค์กร การดำเนินงานปัจจุบันต้องเผชิญกับความซับซ้อนของปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในหรือภายนอกองค์กร จำเป็นต้องปรับและพัฒนาตนเองให้แข็งแกร่งและรองรับสภาพต่างๆ ได้ เมื่อองค์กรมีขนาดใหญ่ ความต้องการเงินทุนและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถย่อมมีมากขึ้น โครงสร้างที่ซับซ้อนนี้เองจำเป็นต้องกำหนดให้การดำเนินงานทุกอย่างมีระบบและแนวทางปฏิบัติที่แน่นอน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรในฝ่ายต่าง ๆ ให้มากขึ้น โดยอาศัยบุคลากรที่มีศักยภาพ และพร้อมที่จะปฏิบัติงาน จึงจะทำให้ไม่เกิดปัญหาตามมา

5. การเปลี่ยนแปลงบทบาทของฝ่ายบริหาร โดยเฉพาะปรัชญาทางการบริหารได้เปลี่ยนแปลงไป คือจากการบริหารงานที่มุ่งหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว ยังจะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะกิจกรรมขององค์กรจะเป็นรูปแบบใดย่อมมีผลมาจากปัจจัยทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรมที่องค์กรกำหนดไว้ เว้นแต่สภาพแวดล้อมปัจจุบันไม่ได้ทำให้ผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตมีอิทธิพลเหนือผู้บริหารฝ่ายเดียวเหมือนแต่ก่อน ดังนั้น วัตถุประสงค์ใหม่ของธุรกิจจึงมุ่งสนองความต้องการของบุคลากรในองค์กร ลูกค้ำ และสังคม ขณะเดียวกันก็จะต้องได้รับผลตอบแทนในรูปของกำไร

ในปัจจุบันการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นอาจมีได้จำกัดขอบเขตอยู่แค่การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรเท่านั้น แต่สิ่งที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ การปลูกฝังหรือสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความซื่อสัตย์ และจงรักภักดีที่จะร่วมมือและปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มกำลังความสามารถ การจะทำให้บุคลากรภายในองค์กรรู้สึกพึงพอใจในการทำงานได้นั้นจะต้องมีการดูแลใส่ใจ ความก้าวหน้าในอาชีพการงานให้กับบุคลากร อันจะส่งผลให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างชื่อเสียง และสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร การที่องค์กรจะคาดหวังให้บุคลากรภายในองค์กรปฏิบัติเช่นนี้ได้ จะต้องมีการอาศัยปัจจัยต่างๆ เป็นแรงเสริม เพื่อเป็นการกระตุ้นและคอยผลักดันให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กร เมื่อพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ก็จะส่งผลทำให้เกิดแรงจูงใจ และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อปฏิบัติงานหรือหน้าที่ของตนจนสุดความสามารถให้กับองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรนั้นถือได้ว่าเป็นกุญแจสำคัญที่จะคอยช่วยผูกมัดบุคลากรให้ปฏิบัติงานและร่วมงานอยู่กับองค์กรไปนานๆ แต่กระนั้นการที่เราจะสร้างความรู้สึกผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรนั้น เป็นเรื่องที่ทำได้ค่อนข้างยาก เพราะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในการสร้างให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

จากความสำคัญข้างต้นจะเห็นถึงอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อการทำงานของบุคลากรภายในองค์กร ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล : การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพหุระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
2. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความผูกพันต่อองค์กร

Allen and Meyer (1990)มีแนวคิดที่ว่า ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก (Affective commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกภายในส่วนบุคคล เป็นความรู้สึกผูกพันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เต็มใจที่จะทุ่มเทและอุทิศตนให้กับองค์กร
2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuance commitment) หมายถึง การแสดงตนเป็นส่วนเดียวกับองค์กร (identification) เป็นความรู้สึกที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งส่วนเดียวกับองค์กร การมีส่วนร่วมกับองค์กร (involvement) เป็นการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่อย่างเต็มด้วยความจงรักภักดี (loyalty) เป็นความรู้สึกที่ต้องการอยู่กับองค์กรตลอดไป

3. ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative commitment) หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้น จากค่านิยมหรือบรรทัดฐานทางสังคม เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองแทนสิ่งที่บุคคล ได้รับจากองค์การ แสดงออกในรูปของความจงรักภักดีของบุคคลต่อองค์การ

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ

Buchanan(1974) ได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ(Antecedents of Organizational Commitment) ออกเป็น 6 ปัจจัยหลัก คือ

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะ ประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะหวงรางวัลแต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. ความฉลาดทางอารมณ์ คือ ความสามารถทางอารมณ์ในการดำเนินชีวิตอย่างสร้างสรรค์และมีความสุข การรู้จักความฉลาดทางอารมณ์ของตนเองเพื่อการพัฒนาและการใช้ศักยภาพตนเองในการดำเนินชีวิต ครอบคลุม การทำงานและการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จ

3. การจัดการความรู้ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์การซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคล หรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์การสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์การมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

4. ภาวะผู้นำ เป็นกระบวนการของอิทธิพลที่บุคคลหนึ่งพยายามใช้อิทธิพลต่อบุคคลอื่น ให้มี พฤติกรรมไปในทิศทางที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5. วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ เป็นองค์การที่มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับค่านิยมใน การทำงาน โดยมุ่งส่งเสริมให้สมาชิกในองค์การมีปฏิสัมพันธ์และสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำงานมี ลักษณะที่ส่งผลให้สมาชิกภายในองค์การประสบความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งที่ความพึงพอใจของบุคคล เกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งที่ความพึงพอใจของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการ ความสำเร็จ และความต้องการโมติวิชั่น

6. ความพึงพอใจในการทำงาน ความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่องานที่กำลังปฏิบัติอัน เนื่องมาจากปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆ ใน การทำงาน เช่น ลักษณะงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และ ผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ ถ้าองค์ประกอบ เหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่าง เหมาะสม ก็มีผลทำให้เกิดความพึงพอใจใน การทำงาน

การบริหารทรัพยากรมนุษย์

Clark (1992 : 13) อธิบายว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นการจัดการความสัมพันธ์ของคนงาน และผู้บริหาร โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้้องค์การบรรลุจุดมุ่งหมาย ซึ่งจากความหมายดังกล่าวมีประเด็นที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ความสำคัญกับการจัดการความสัมพันธ์ ที่ไม่ใช่เป็นการจัดการ บุคคล

2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์มุ่งเน้นที่เป้าประสงค์ขององค์การ ดังนั้น เมื่อวัตถุประสงค์ของ องค์การเปลี่ยนแปลงไป การจัดการความสัมพันธ์ดังกล่าวก็จะเปลี่ยนด้วย

3) วัตถุประสงค์หลักของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ควรมุ่งที่องค์การ ส่วนสมาชิกขององค์การแต่ละคนจะเป็นวัตถุประสงค์รอง

ธุรกิจค้าปลีก

Kotler, Philip (2003) ธุรกิจค้าปลีกคือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการไปสู่ “ผู้บริโภคคนสุดท้าย” โดยอาจจะรับสินค้าจากผู้ผลิต หรือรับสินค้าจากผู้ค้าส่ง วิวัฒนาการธุรกิจค้าปลีกมีมายาวนานหลายพันปี ตั้งแต่มนุษย์เริ่มมีการแลกเปลี่ยนสินค้า และใช้สื่อกลางการแลกเปลี่ยนอย่างเงินตราจนแพร่หลาย พัฒนาการเป็นการค้าขายเกิดขึ้น เส้นทางการค้าที่รุ่งเรืองตั้งแต่ยุคเส้นทางสายไหม มาเป็นเส้นทางเดินเรือโบราณ จนถึงปัจจุบัน ก่อให้เกิดประโยชน์และความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองมากมายมหาศาล

จุดกำเนิดธุรกิจค้าปลีก มักเริ่มต้นจาก “ตลาด” หรือแหล่งค้าขายโดยเป็นสถานที่พบปะกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งประกอบไปด้วยร้านค้าเล็ก ๆ ซึ่งมักจะเป็นธุรกิจครอบครัว จนพัฒนาสถานที่ใหญ่โตหรูหราขึ้นเป็น “ห้างสรรพสินค้า” ห้างยุคแรก ๆ ในไทยจึงมีจุดขายที่ความหรูหรา เช่น ดิเดอแอร์เย็นฉ่ำ หรือมีบันไดเลื่อน แต่พัฒนาการที่สำคัญที่สุดของธุรกิจค้าปลีกคือการเป็นห้างเครือข่าย (Chain Store) และเป็นยุคเริ่มต้นของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ หรือ Modern Trade ที่สร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดด

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจเพื่อการพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล: การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ ซึ่งรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยมีดังนี้

กลุ่มตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 520 คน ตามเกณฑ์จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของ Hair et., al. (2014) ที่กำหนดให้จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยสถิติสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เท่ากับ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (26*20) ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) และการเลือกแบบตามจุดมุ่งหมาย (Purposive selection) ในการเลือกพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยพิจารณาจากค่า IOC ซึ่งให้คะแนนโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน แล้วตัดข้อความที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.5 ออกไป ผลการทดสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.912

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 520 คน โดยใช้ในการส่งแบบสอบถามออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จะเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบบวัดความฉลาดทางอารมณ์ แบบวัดการจัดการความรู้ แบบวัดภาวะผู้นำ แบบวัดวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ แบบวัดความพึงพอใจในการทำงาน และแบบวัดความผูกพันต่อองค์การ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ

แบบวัดปัจจัย	ค่าความเชื่อมั่น
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (AMO)	0.890
ความฉลาดทางอารมณ์ (EQ)	0.932
การจัดการความรู้ (KM)	0.843
ภาวะผู้นำ (LEA)	0.964
วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (CO)	0.975
ความพึงพอใจในการทำงาน (TJS)	0.899
ความผูกพันต่อองค์การ (ORC)	0.965

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา พนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (AMO) ความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) การจัดการความรู้ (KM) ภาวะผู้นำ (LEA) วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (CO) อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจในการทำงาน (TJS) และความผูกพันต่อองค์การ (ORC) อยู่ในระดับมาก

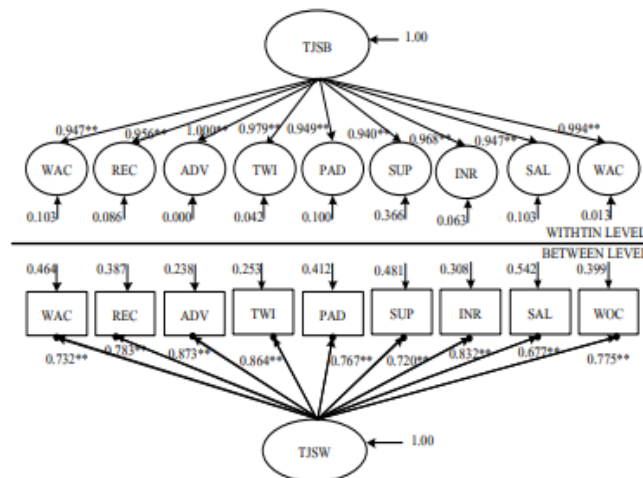
การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ(r_{xy}) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพหุระดับ (MCFA) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ (MSEM)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	อำนาจจำแนก	ความเชื่อมั่น
AMO	20	0.501 – 0.823	0.987
EQ	15	0.409 – 0.820	0.984
KM	10	0.546 – 0.857	0.923
LEA	15	0.612 – 0.806	0.985
CO	15	0.505 – 0.905	0.995
TJS	15	0.605 – 0.833	0.900
ORC	30	0.457 – 0.887	0.975

ผลการศึกษา

จากการดำเนินการวิจัย สรุปได้ดังนี้

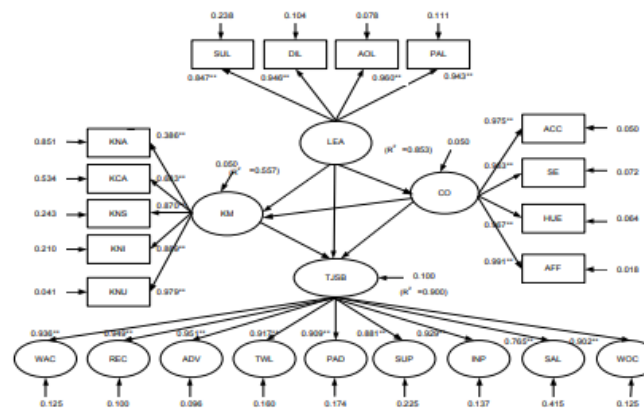
1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันชั้นพหุระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า มีความตรงเชิงโครงสร้างหรือมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาได้จากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบ ความตรงของโมเดล ได้แก่ $\chi^2 = 61.673$, $df = 50$, $\chi^2 / df = 1.241$, $p\text{-value} = 0.135$, $CFI = 0.997$, $TLI = 0.993$, $RMSEA = 0.015$, $SRMR_B = 0.016$, $SRMR_W = 0.036$ แสดงว่าองค์ประกอบของ ความผูกพันต่อองค์การมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์พหุระดับ ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 โมเดลการวัดพหุระดับความผูกพันต่อองค์การ

2. ผลการพัฒนาและตรวจสอบความตรงของโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติประกอบด้วย $\chi^2 = 1669.888$, $df = 832$, $p\text{-value} = 0.000$, $CFI = 0.959$, $TLI = 0.968$, $RMSEA = 0.033$, $SRMR_W = 0.025$, $SRMR_B = 0.650$ และ $\chi^2/df = 1.745$ และผลการประมาณค่าขนาดอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับความผูกพันต่อองค์การ ผลปรากฏ ดังนี้

2.1 พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความฉลาดทางอารมณ์ และการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.482 และ 0.479 ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วยังพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการความรู้ ด้วยขนาดอิทธิพล 0.382 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มี อิทธิพลทางอ้อมผ่าน ความฉลาดทางอารมณ์ ด้วย ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.431 และ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มี อิทธิพลทางอ้อมผ่านความฉลาดทางอารมณ์และการจัดการความรู้ ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.346 ด้านอำนาจการพยากรณ์ ตัวแปรทำนายทุกตัว ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และการจัดการความรู้ ร่วมกันทำนายความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ร้อยละ 65.70 ดังภาพ 2



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพหุระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า มีความตรงเชิงโครงสร้างหรือมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นไปตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเป็นไปตามแนวคิดของ Buchanan (1974) ซึ่งพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความฉลาดทางอารมณ์ การจัดการความรู้ ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ ความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้การวิเคราะห์พหุระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน มีความตรงเชิงโครงสร้าง เนื่องมาจากการสร้างแบบวัดที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นได้ผ่านกระบวนการพัฒนาคุณภาพจนได้รับการยอมรับมาใช้ในการเก็บข้อมูล ทำให้ข้อมูลที่ได้ตามองค์ประกอบนั้นๆ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่กำหนด

2. ความฉลาดทางอารมณ์ การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พนักงานที่มีความฉลาด ทางอารมณ์ทางบวกก็จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง ตามไปด้วย อธิบายได้ว่า คนทำงานย่อมต้องเกี่ยวข้องกับ บุคคลจำนวนมาก อาจทำให้เกิดความหงุดหงิด ความขัดแย้ง และความไม่พอใจเกิดขึ้น หากไม่มีวิธีการที่เหมาะสมอาจกลายเป็นปัญหา ความฉลาดทางอารมณ์จึง เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร เพราะความฉลาดทางอารมณ์ทำให้เข้าใจตนเองและผู้อื่น มีทักษะทางอารมณ์ที่ดีในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น จูงใจตนเอง มองโลกในแง่ดี ไม่ติดอยู่กับ ความผิดหวัง สามารถกลับคืนสู่อารมณ์ปกติได้อย่างรวดเร็ว เมื่อมีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะมีแนวโน้มของอารมณ์ทางบวก และอารมณ์ทางบวกจะส่งผลต่อความผูกพันในที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Greven et al. (2008, pp.1570-1572) ที่พบว่า บุคลากรที่มีบุคลิกภาพด้านการเปิดเผย การเปิด รับประสบการณ์ การมีจิตสำนึก ความไม่หวั่นไหว ทางอารมณ์และการเห็นคล้อยตามผู้อื่นสูงจะมีความ ฉลาดทางอารมณ์ด้านการตระหนักรู้ในตน การควบคุมตนเอง การชอบสังคม และความรู้สึกทางอารมณ์สูงจะมีความผูกพันต่องานที่ทำ ต่อองค์กรของตน

3. ภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันจะเน้นการทำงานแบบเครือข่าย เป็นทีมกันมากขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Greven et al. (2008, pp.1570-1572) ที่พบว่า ถ้าองค์กรมีบุคคลที่ทำให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและบรรลุผลสำเร็จโดยเป็นผู้ที่มีบทบาทแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นผู้โต้แย้งปัญหา หรือเป็นบุคคลที่ก่อให้เกิดความมั่นคงและช่วยเหลือผู้อื่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม ส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรธุรกิจ

1. องค์กรควรสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับพนักงาน จะต้องประกอบด้วยการใช้ความฉลาดทางอารมณ์ การจัดการความรู้ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร โดยการสร้างอารมณ์ร่วมในการทำงาน ให้พนักงานกล้าที่จะคิด จะทำงานเพื่อองค์กร

2. องค์กรควรเกื้อกูลให้พนักงานมีกิจกรรมที่เป็นแรงจูงใจให้พนักงานสามารถใช้อำนาจการจัดการความรู้บวกกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์กร ทักษะคิด ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมอันแสดงถึงความพยายามมุ่งมั่นของบุคคลที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กรด้วยความทุ่มเทและเต็มใจ ด้วยตระหนักว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความจงรักภักดีต่อองค์กรและมีความมุ่งมั่นที่จะดำรงสถานะของการเป็นสมาชิกขององค์กรไว้

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการวิจัย พบว่า $R^2 = 0.157$ พบว่า ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บรรยากาศองค์กร การบริหาร เป็นต้น ดังนั้นการวิจัยควรนำปัจจัยเหล่านี้มาใช้ เพื่อให้ผู้อำนวยการทำนายมีค่าสูงขึ้น การศึกษาเฉพาะพนักงานกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ดังนั้นการศึกษากับภาครัฐ หรือเอกชน ในภาพใหญ่จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าโมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับของความผูกพันต่อองค์กร การเปลี่ยนแปลงของพนักงานมีความแปรเปลี่ยนหรือไม่ เมื่อพนักงานมีกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มพหุระดับ

2. ตัวแปรทำนายระดับองค์กรในโมเดลการวิจัยครั้งนี้ เป็นเพียงตัวแปรบริบทองค์กรและตัวแปรความผูกพันขององค์กร ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเป็นเพียงตัวแปรทำนายระดับพนักงานซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มธุรกิจเท่านั้น มิได้เป็นตัวแปรทำนายระดับองค์กรที่แท้จริง ดังนั้นการวิจัยควรเพิ่มเติมการศึกษาจากตัวแปรทำนาย 3 ระดับ คือ ระดับพนักงาน ระดับองค์กร และระดับกลุ่มธุรกิจ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์พหุระดับ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาต่างประเทศ

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, 63(1), 1-18.
- Buchanan, B. (1974). Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19, 533-546.
- Greven, C., Chamorro-Premuzic, T., Arceche, A. & Furnham, A. (2008). A hierarchical integration of dispositional determinants of general health in students: The Big Five, trait Emotional Intelligence and Humour Styles. *Personality and Individual Differences*, 44(7), 1562–1573.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M. W. (2002). Personality and Leadership: A Qualitative and Quantitative Review. *Journal of Applied Psychology*. 87(4), 765–780
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management. The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management. 11th*. New Jersey: Prentice Hall Inc. Pearson Education.
- Kotler, Philip; & Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management. 13th ed*. New Jersey: Prentice Hall.
- Leban, W. & Zulauf, C. (2004). Linking emotional intelligence abilities and transformational leadership styles. *The Leadership and Organization Development Journal*. 25(7), 554-564.
- Robert Clark (1992) *Human Resources Management: Framework and Practice (2nd edn)* Sydney: McGraw-Hill
- Stephen P. Robbins et al , 2005 *Organizational Behavior (17th Ed.)*, p.79
- Toth, H. 2005. Gendered dilemmas of the work - life balance in Hungary. *Woman in Management Review*, 20 (5), p.361-375.
- Vroom, V. H. (1990). *Manage people not personnel: Motivation and performance appraisal*. Boston : Harvard Business School Press.
- Walton , Richard E. (1973). Quality of working life: What is it?. *Slone Management Review*, 15 (1), p.12-18
- Weiner, Y., & Gechman, A.S. (1977). Commitment: A behavioral approach to job involvement. *Journal of Vocational Behavior*, 10. 47-52