

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้าน ของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

The Influence of Causal Factors of Intention to Stay of Front-End Sales Staff in Convenience Store Business Groups in Bangkok

วราภรณ์ เหลืองวิลัย
Waraporn Lueangvilai

Article History

Receive: May 20, 2024

Revised: June 27, 2024

Accepted: July 2, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลและศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 430 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุ ผลการวิจัยพบว่า 1) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องเชิงประจักษ์ พิจารณาได้จากสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบผ่านตามเกณฑ์ ดังนี้ ค่าค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 131.62 ค่าองศาอิสระ (degrees of freedom: df) เท่ากับ 107 ค่า p-value เท่ากับ 0.05 ค่าดัชนี CFI เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนี GFI เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนี AGFI เท่ากับ 0.95 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.02 และ ค่า RMR เท่ากับ 0.03 2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม กับ การรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร พบว่า ขนาดความสัมพันธ์ 0.71 แยกเป็นอิทธิพลทางตรง 0.13 และอิทธิพลทางอ้อม 0.34 เป็นอิทธิพลรวม 0.51 โดยที่อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ส่งผลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของพนักงาน และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร ; พนักงานขายส่วนหน้าร้าน ; กลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ; ความผูกพันต่อองค์กร ; ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม



ABSTRACT

The purposes of this research were to examine the consistency of the causal model and study the relationship that affects the intention to stay among front-end sales staff in convenience store business groups in Bangkok. The sample group consists of 430 front-end sales staff employed by the convenience store business group in Bangkok. The instrument used to collect data was a 5-point rating scale. The research utilized a causal structural equation model for analysis. The findings of the study revealed that, 1) The causal relationships model has an influence on stay intentions; there is empirical coherence that can be discerned from the statistics utilized during inspection to meet the criteria as follows: The Chi-Square statistic (χ^2) was 131.62, with degrees of freedom (df) equal to 107, a p-value of 0.05, the Comparative Fit Index (CFI) was 1.00, the Goodness of Fit Index (GFI) was 0.97, the Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) was 0.95, the Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) was 0.02, and the Root Mean Square Residual (RMR) was 0.03. 2) The relationship between innovative leadership variables and intention to stay was found to have a magnitude of 0.71. This relationship is comprised of a direct influence size of 0.13 and an indirect influence size of 0.34, resulting in a total influence size of 0.51, and both indirect and total influences significantly affect the intention. Also innovative leadership directly affects employee engagement and indirectly affects intention significantly at the .05 level.

Keywords : Intention to Stay ; Front-End Sales Staff ; Convenience Store Business Groups ; Employee Engagement ; Innovative Leadership

บทนำ

กลุ่มธุรกิจสะดวกซื้อนับเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2563-พ.ศ.2564 ประเทศไทยได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากสถานการณ์แพร่ระบาดโรคโควิด 19 ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศหดตัวลง รวมถึงกลุ่มธุรกิจสะดวกซื้อ แต่ในปี พ.ศ.2565 กลุ่มธุรกิจสะดวกซื้อมีการฟื้นตัวขึ้นมากเมื่อเปรียบเทียบกับฐานที่ต่ำในปี พ.ศ.2564 เติบโตถึงร้อยละ 17.70 หรือคิดเป็นมูลค่า 4.75 แสนล้านบาท และได้มีการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของกลุ่มธุรกิจสะดวกซื้อในปี พ.ศ.2567 คาดว่าธุรกิจกลุ่มนี้จะขยายตัวถึงร้อยละ 3.10 หรือคิดเป็นมูลค่า 5.17 แสนล้านบาท (LH BANK, 2023) โดยแนวโน้มของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในปี พ.ศ.2566-พ.ศ.2568 ธุรกิจได้เร่งหนุนการเติบโตที่ระดับเฉลี่ยร้อยละ 4.0-5.0 ต่อปี จากปัจจัยดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1) กำลังซื้อของผู้บริโภคมีแนวโน้มฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจไทย ที่คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.0-4.0 ต่อปี 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับช่วงก่อนโรคโควิด 19 ภายในปี พ.ศ.2568 3) การลงทุนในโครงการลงทุนขนาดใหญ่จะทำให้การจ้างงานและปริมาณเงินหมุนเวียนในระบบเพิ่มขึ้น และ 4) การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านส่งผลให้เพิ่มโอกาสสร้างรายได้แก่ธุรกิจ จากปัจจัยที่กล่าวมาส่งผลให้ทิศทางของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท คาดว่าจะมียอดขายเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.5-5.5 ต่อปี (Tunpaiboon, 2022)

จากแนวโน้มเศรษฐกิจที่กล่าวมา กลุ่มธุรกิจสะดวกซื้อต้องมีการเตรียมความพร้อมในทุกด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งการบริหารที่สำคัญของธุรกิจภาคการบริการ คือ การบริหารทรัพยากรบุคคล เพราะคนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรให้ความสำคัญกับการดูแลพัฒนาศักยภาพ และการสร้างความผูกพันในองค์กร เพื่อให้พนักงานคงอยู่ในองค์กรอย่างมีความสุข เกิดความตั้งใจที่จะทำงานร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร และไม่คิดลาออก (Herberg et al., 1959 ; Mathis & Jackson, 2006) การดำรงรักษาสมาชิกในองค์กรให้เป็กำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในธุรกิจร้านสะดวกซื้อ พนักงานขายส่วนหน้าร้าน เป็นตัวแทนขององค์กรในการสื่อสารกับลูกค้าที่มาใช้บริการ แต่กลับพบปัญหา เรื่องการลาออก (Turnover) หรือการหมุนเวียนเปลี่ยนผ่านของพนักงานขายส่วนหน้าร้าน (ระดับปฏิบัติการ) สูง ดังสะท้อนได้จากการศึกษาเปรียบเทียบการลาออกของพนักงานร้านสะดวกซื้อ (พนักงานประจำ) ขององค์กรธุรกิจสะดวกซื้อที่มีชื่อเสียงระดับต้นๆ ของประเทศไทย

เช่น กรณีศึกษาของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ.2561 และ พ.ศ.2562 พบว่า มีจำนวนพนักงานประจำลาออก 3,609 คน และ จำนวน 3,609 คน ตามลำดับ (Rakjul, 2020)

จากมูลเหตุที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบตัวแปรเชิงสาเหตุสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงาน โดยนำมาใช้ในการวิจัยดังนี้

1) ตัวแปรปัจจัยด้านการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของบุคลากร 3 ด้าน ได้แก่ การไม่คิดลาออกจากงาน การมีความสุขกับองค์กร และการทุ่มเทตั้งใจทำงาน (Herberg et al., 1959 ; Mathis & Jackson, 2006)

2) ตัวแปรปัจจัยด้านความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) รูปแบบพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ 3 รูปแบบ (Hewitt, 2015) ได้แก่ การพูดในแง่บวกต่อองค์กร (Say) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Stay) แรงบันดาลใจจากองค์กรส่งผลให้เกิดความทุ่มเททำงานให้กับองค์กร (Strive)

3) ตัวแปรปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นผู้นำที่มีเสน่ห์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

4) ตัวแปรปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) 8 องค์ประกอบ (Horth, 2014 ; Bagheri & Harrison, 2020 ; Namwong, 2020) ได้แก่ การสร้างความท้าทาย การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน การสร้างหลักประกัน การสร้างความมุ่งมั่น การจัดการความเสี่ยง การหาประโยชน์จากโอกาส การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ และความสามารถในการพึ่งพาตนเอง

ดังนั้นงานวิจัยนี้ จึงได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคาดว่าจะผลที่ได้จากการศึกษาตัวแปรที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ค้นพบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้ภาคธุรกิจร้านสะดวกซื้อได้ทราบถึงความชัดเจนและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านในกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจกลุ่มร้านสะดวกซื้อ และธุรกิจที่มีความใกล้เคียง รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อพนักงานหรือสมาชิกในองค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารงานให้เกิดประสิทธิผลต่อการขับเคลื่อนนำพาองค์กรไปสู่การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของบุคลากรในองค์กร (Intention to Stay)

การรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของบุคลากรในองค์กร เป็นสิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญ เพราะบุคลากรในองค์กรเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จดังที่มุ่งหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการหรือองค์กรสามารถที่จะบริหารจัดการได้ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการทำงาน การจัดการด้านสวัสดิการ ความมั่นคงขององค์กรทำให้พนักงานมั่นใจในการทำงานกับองค์กร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับพนักงานนำไปสู่การสร้าง ความผูกพันกันภายในองค์กรในระยะยาว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจที่จะอยากปฏิบัติงานในองค์กรให้ยาวนานที่สุดและไม่คิดลาออกจากองค์กร (Herberg et al., 1959 ; Mathis & Jackson, 2006)

แนวคิด ทฤษฎีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกถึงความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของบุคคลในองค์กร มีความเชื่อค่านิยมขององค์กร ร่วมกันยอมรับในเป้าหมาย ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความสามารถในการทำงาน ความผูกพัน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ร่วมนำพาองค์กรบรรลุเป้าหมายทั้งของตนเองและขององค์กรด้วยความเต็มใจ เสียสละ อุทิศตนด้วยความทุ่มเทและความพยายามอย่างเต็มกำลังที่จะทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร และ



ความต้องการอย่างมุ่งมั่นที่จะคงอยู่และเป็นสมาชิกในองค์กร (Steer, 1991 ; Hewitt, 2015) โดยตัวขับเคลื่อนความผูกพันของพนักงานที่ส่งผลออกมาเป็นความผูกพันในรูปแบบพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ 3 รูปแบบ (Hewitt, 2015) ได้แก่ 1) Say การพูดในแง่บวกต่อองค์กร เพื่อนร่วมงาน พนักงาน และลูกค้า 2) Stay ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร 3) Strive แร้งบันดาลใจจากองค์กรส่งผลให้เกิดความทุ่มเททำงานให้กับองค์กร

จากงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษามาแล้ว พบว่า การที่ผู้นำองค์กรมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และการสร้างให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ส่งผลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของบุคลากรในองค์กร เช่น งานวิจัยของ Pochjanart & Chienwattanasook (2020) ค้นพบว่า การที่ผู้นำองค์กรมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมทำให้เกิดความมั่นคงยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนของบริษัท ผลประโยชน์และส่วนของบริษัททำให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สามารถต่อยอดการค้าได้อย่างยั่งยืน ซึ่งทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและสร้างให้เกิดความมั่นใจและอยากมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรที่จะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ Hewitt (2015) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมความผูกพันต่อองค์กรที่สามารถสังเกตได้ในเรื่องของ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Stay) และ แร้งบันดาลใจจากองค์กรส่งผลให้เกิดความพยายามอย่างสุดความสามารถของพนักงานในการกระทำสิ่งต่างๆ ให้กับองค์กร (Strive) สอดคล้องกับ Yota et al. (2021) ที่กล่าวว่าผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมนั้นมีความสำคัญต่อการบริหารงานของบุคลากรในองค์กร โดยจะสามารถช่วยกระตุ้นให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน มีจุดเน้นหรือเป้าหมายร่วมกันในการปฏิบัติงาน รวมถึงทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีภายในกลุ่มเกิดความไว้วางใจเชื่อใจระหว่างกันในการทำงาน สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ Hewitt (2015) ในเรื่องความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และแร้งบันดาลใจจากองค์กรส่งผลให้เกิดความพยายามอย่างสุดความสามารถของพนักงานในการกระทำสิ่งต่างๆ ให้กับองค์กร ที่เป็นองค์ประกอบของความผูกพันองค์กร นอกจากนี้ Rakjul (2020) พบว่า ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเป็นปัจจัยที่มีแนวโน้มต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงาน เมื่อความผูกพันสูงความต้องการลาออกจะลดลง และเมื่อความผูกพันลดน้อยลง การลาออกจะมีอัตราเพิ่มขึ้น ดังนั้นการที่ผู้นำขององค์กรมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมย่อมทำให้พนักงานในองค์กรมีความผูกพันและส่งผลไปสู่การคงอยู่ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

แนวคิด ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

นักวิชาการส่วนใหญ่ได้วิเคราะห์และหาแนวทางในการนำภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปประยุกต์ใช้กับการบริหารองค์กรในบริบทต่างๆ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยสรุป หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกอย่างชัดเจนที่จะสามารถนำองค์กรไปสู่การเปลี่ยนแปลง เช่น การสร้างการรับรู้เข้าใจง่ายและชัดเจน การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความตั้งใจและนำไปสู่การสร้างการเปลี่ยนแปลง การมีอิทธิพลทางความคิดและการกระทำต่อทัศนคติของสมาชิกในองค์กร ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกันทำภารกิจให้บรรลุผลสำเร็จทั้งด้านวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงด้านการสร้างความผูกพันของสมาชิกในองค์กร (Bass, 1985 ; Avolio et al., 1999)

นอกจากนี้ในเรื่องขององค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน มี 4 องค์ประกอบ (Avolio et al., 1999 ; Dumdum et al., 2013) ได้แก่ 1) ความเป็นผู้นำที่มีเสน่ห์ คือ การเป็นต้นแบบ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ คือ สร้างแรงกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานเกิดแรงจูงใจ ตั้งใจ มุ่งมั่น มีทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงาน 3) การกระตุ้นทางปัญญา คือ สร้างให้เกิดการทำงานอย่างเป็นระบบ นำปัญหา มาแก้ไขปรับปรุงต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล คือ มีความสัมพันธ์ที่ดี ให้ความสำคัญ ให้คุณค่า ให้การสนับสนุนในการพัฒนาศักยภาพกับผู้ร่วมงานให้เกิดผลสำเร็จเป็นรายบุคคล

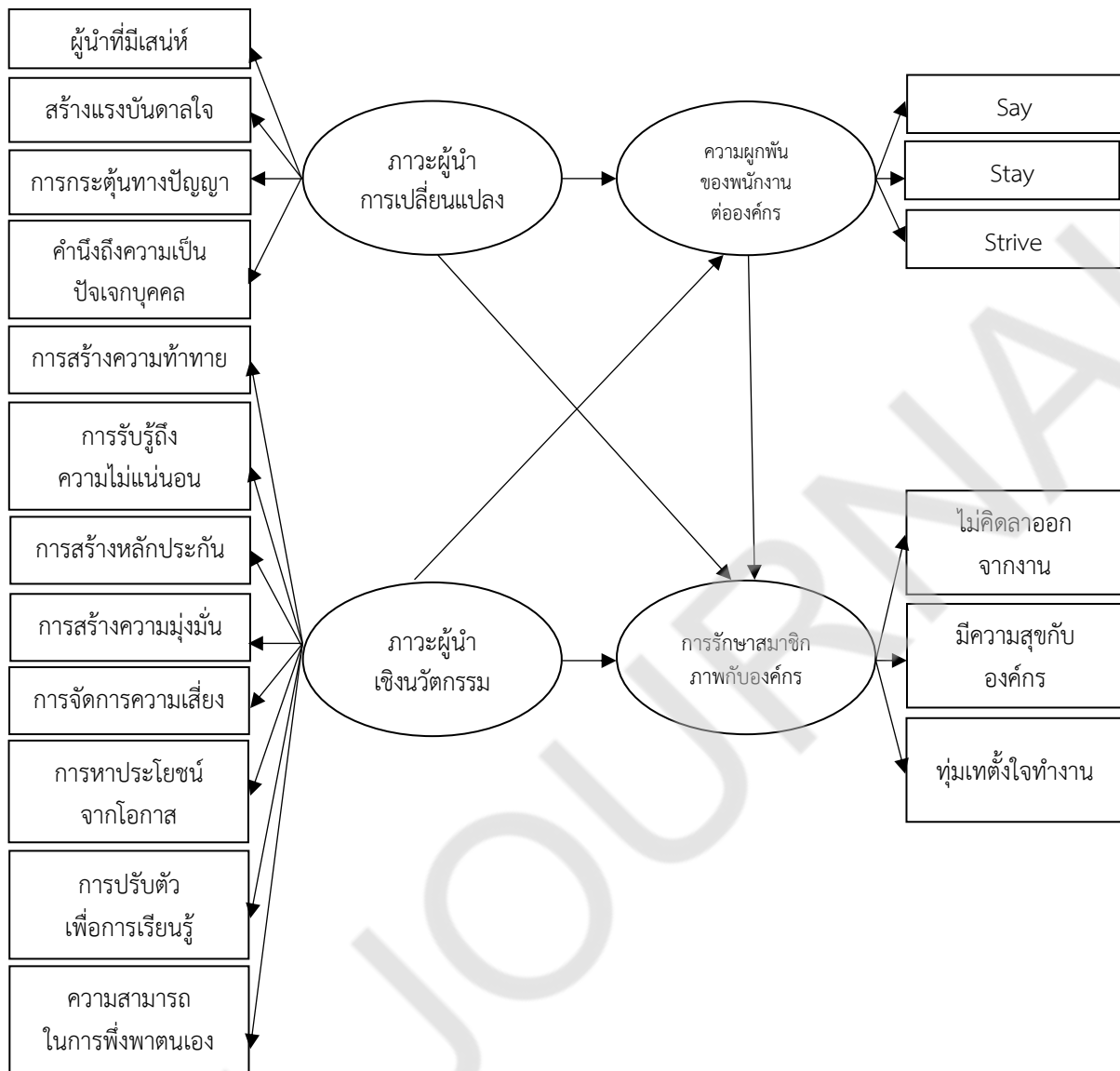
จากงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษามาแล้ว พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยพบว่างานวิจัยของ Someran et al. (2020) ศึกษาและพบผลการวิจัยว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) สาขาอุทง มีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 61.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับ Tangsukijjakron (2020) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อมไปยังพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในงานแบบสมบูรณ์ทั้ง 2 ตัวแปร ผ่านความผูกพันต่อองค์กร ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในงานได้ร้อยละ 36 ซึ่งการเสริมสร้างพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในงานนั้น ควรพิจารณาถึงการส่งเสริมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิด และทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership)

ในโลกยุคดิจิทัลการสร้างและการขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กรถือเป็นบทบาทที่สำคัญยิ่งของผู้นำหรือผู้บริหารยุคใหม่ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จึงเป็นทักษะที่จำเป็นในการบริหารองค์กรของผู้นำ เพราะผู้นำเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ในการส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ใช้ความคิดในเชิงสร้างสรรค์เกิดความร่วมมือร่วมใจกันทำงาน รวมถึงต่อยอดและพัฒนาผลงานหรือการบริหารงานนำองค์กรไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ (Horth, 2014 ; Bupphachuen, 2020 ; Namwong, 2020) โดยองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมี 8 องค์ประกอบ (Horth, 2014 ; Bagheri & Harrison, 2020 ; Namwong, 2020) ได้แก่ 1) การสร้างความท้าทาย คือ การมีทิศทางในการพัฒนาธุรกิจด้วยความชัดเจน 2) การรับรู้ถึงความไม่แน่นอน คือ สร้างโอกาสและผลลัพธ์ที่ดีให้กับธุรกิจ 3) การสร้างหลักประกัน คือ การเจรจาต่อรองโน้มน้าวใจผู้อื่น สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่นได้ 4) การสร้างความมุ่งมั่น คือ ทุ่มเทกับการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ 5) การจัดการความเสี่ยง คือ ประเมินความเสี่ยง ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว วางแผนรอบคอบโดยใช้ข้อมูลที่เชื่อถือได้เป็นฐาน 6) การหาประโยชน์จากโอกาส คือ การเป็นผู้แสวงหาและมองเห็นโอกาสทางธุรกิจได้ในทุกวิกฤต 7) การปรับตัวเพื่อการเรียนรู้ คือ ความสามารถปรับตัว เอาชนะปัญหาหรืออุปสรรคให้บรรลุผลสำเร็จได้ และ 8) ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง คือ มีความตื่นตัว ใฝ่เรียนรู้สิ่งใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ที่นำไปปฏิบัติได้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ตัวแปรอิสระสำคัญที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การรักษามาตรฐานกับองค์กร ความผูกพันของพนักงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงได้สร้างเส้นทางอิทธิพลและนำเสนอตัวแปรเพื่อทำการทดสอบถึงความเป็นสาเหตุและเส้นทางของตัวแปรต่างๆ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานย่อยตามเส้นทางอิทธิพลของตัวแปร ทั้งหมด 7 สมมติฐาน ดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมพนักงานกับองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีผลทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรผ่านความผูกพันของพนักงาน
ต่อองค์กรของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

7. ภาวะผู้การเปลี่ยนแปลงมีผลทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้าน
ของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานขายส่วนหน้าร้านที่ทำงานอยู่ในกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงคัดกรองด้วยคำถามตามคุณสมบัติดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด จำนวน 430 คน เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณ
ขนาดตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ที่ใช้ในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์
องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural
Equation Models) (Comrey, 1973) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขนาดที่เหมาะสมว่าควรมีขนาดตัวอย่างในการศึกษาวิจัย
ไม่ต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง (Kline, 2005) จึงจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรและเป็นจำนวนที่เพียงพอในการทำให้ผลการวิจัย
เชื่อถือได้ นอกจากนี้ยังมีเกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างที่เพียงพอในการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างที่ตัวอย่างอย่างน้อย
10-20 คน ต่อตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร (Schumacker and Lomax, 2004) โดยในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรทั้งหมด 20 ตัวแปร
ดังนั้นจึงคำนวณขนาดตัวอย่างได้จำนวนขั้นต่ำที่ 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน
600 ชุด (เพื่อป้องกันการสูญหาย) และได้กลับคืนพร้อมกับทำการ Data Cleaning จึงได้แบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิจัย
เป็นจำนวนทั้งสิ้น 430 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 430 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเป็นแบบชนิดกึ่งมีโครงสร้าง แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับ 5 ชั้น ผู้วิจัยได้นำ
แบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ดัชนี
วัดค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruency Index: IOC) พบว่า มีค่าดัชนี
ความสอดคล้องเท่ากับ 0.88 และได้้นำแบบสอบถามที่ปรับแก้แล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานขายส่วนหน้าร้าน
ที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา (ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.85
จากนั้นนำแบบสอบถามมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) กำหนดค่า
ความเชื่อมั่น (Reliability) ยอมรับได้ที่ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 1970) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปร
การวิจัยมีดังนี้ 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เท่ากับ 0.95 2) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เท่ากับ 0.98 3) ความผูกพันของ
พนักงานต่อองค์กร เท่ากับ 0.92 4) การรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรกับองค์กร เท่ากับ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวัดที่ใช้ในการศึกษาไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานขายส่วนหน้าร้าน
ของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการขออนุมัติโครงการวิจัยต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัย และ
ผ่านการพิจารณาตามขั้นตอนในวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ.2566
2. ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายส่วนหน้าร้าน
ของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่วันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ.2566 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2567
3. ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง นำมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์
ของข้อมูล เพื่อนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับถัดไป

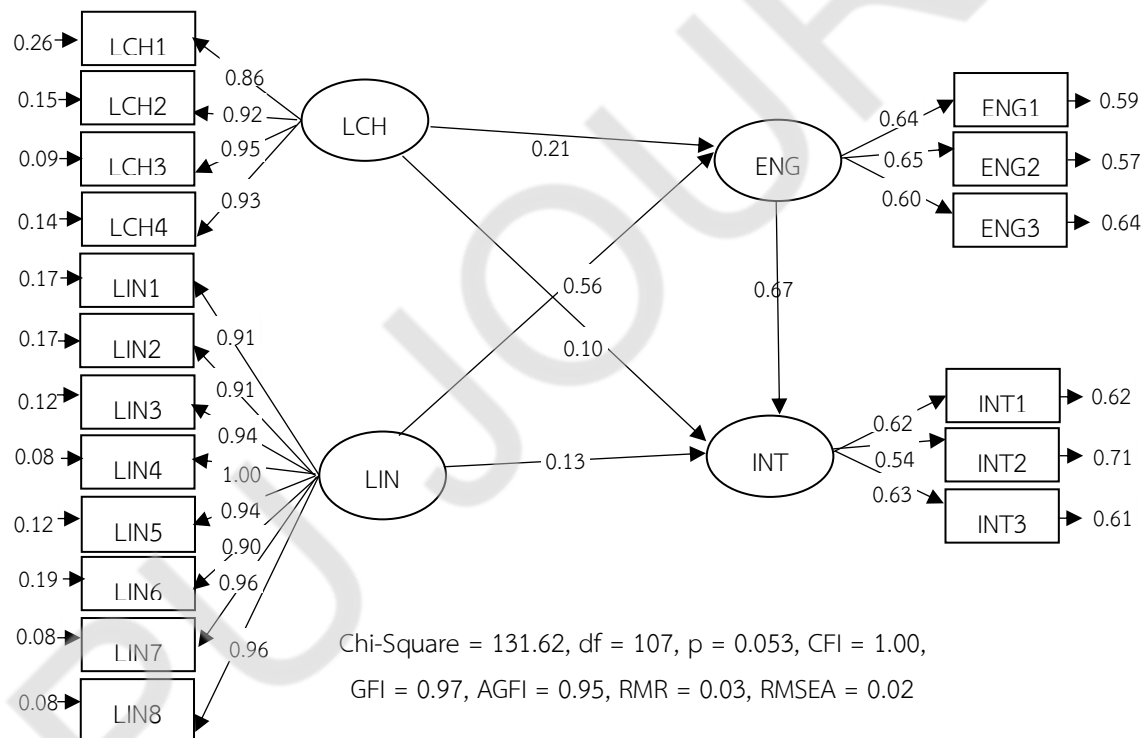


การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน/สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ วิเคราะห์สถิติโดยการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรม LISREL เพื่อศึกษาอิทธิพลตัวแปรสาเหตุอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ค่า Chi-Square = 131.62, df = 107, p = 0.053, CFI = 1.00, GFI = 0.97, AGFI = 0.95, RMR = 0.03, RMSEA = 0.02 จากการพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของโมเดลการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจึงสามารถประมาณค่าขนาดอิทธิพลในโมเดลสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปรากฏผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของโมเดลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดล

ตัวแปรผล	ENG			INT		
ตัวแปรเหตุ	TE	IE	DE	TE	IE	DE
LCH	0.21 (0.12)	-	0.21 (0.12)	0.25 (0.13)	0.14 (0.09)	0.11 (.13)
LIN	0.56** (0.12)	-	0.56** (0.12)	0.51** (0.13)	0.38** (0.12)	0.13 (0.15)
ENG	-	-	-	0.67** (0.19)	-	0.67** (0.19)
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2)			ENG 0.55	INT 0.73		

หมายเหตุ: - ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

- TE = ผลรวมอิทธิพล, IE = อิทธิพลทางอ้อม, DE = อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R-SQUARE: R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรภายในแฝง พบว่า ความผูกพันของพนักงาน (ENG) และการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร (INT) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.55 และ 0.73 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดลสามารถอธิบายถึงควมมีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 55 และ 73 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่าความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อปัจจัยการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร (INT) นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (LIN) มีอิทธิทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2 ของงานวิจัย นอกจากนี้ยังพบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (LIN) มีอิทธิทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร (INT) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3 ของงานวิจัย โดยตัวแปรความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) ส่งผลทางตรงต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.67 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยอมรับสมมติฐานข้อที่ 6 ของงานวิจัย โดยมีตัวแปรความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ภายในโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร รายละเอียดผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 1 และภาพที่ 4

ทั้งนี้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (LCH) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร (INT) และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) ไม่ยอมรับสมมติฐานข้อ 1, 4, 5 และ 7 ของงานวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (LIN) มีอิทธิทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) และมีอิทธิพลทางอ้อมส่งผลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร (INT) โดยมีตัวแปรความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (ENG) เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ภายในโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pochjanart & Chienwattanasook (2020) ค้นพบว่า การที่ผู้นำองค์กรมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมทำให้เกิดความมั่นคงยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนของการได้ ผลประโยชน์และส่วนของบุคลากรทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สามารถต่อยอดการค้าได้อย่างยั่งยืน ซึ่งทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและสร้างให้เกิดความมั่นใจและอยากเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในองค์กรที่จะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ Hewitt (2015) ในเรื่องของ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Stay) และ แรงบันดาลใจจากองค์กรส่งผลให้เกิดความพยายามอย่างสุดความสามารถของพนักงานในการกระทำสิ่งต่างๆ ให้กับองค์กร (Strive) และยังคงสอดคล้องกับ



Yota et al. (2021) ที่นำทฤษฎีของ Hewitt (2015) ในเรื่องของ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และ แรงบันดาลใจ จากองค์กรส่งผลให้เกิดความพยายามอย่างสุดความสามารถของพนักงานในการกระทำการต่างๆ ให้กับองค์กร ที่เป็นองค์ประกอบของความผูกพันองค์กร โดยกล่าวว่าผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมนั้นมีความสำคัญต่อการบริหารงาน ของบุคลากรในองค์กร โดยจะสามารถช่วยกระตุ้นให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน มีจุดเน้น หรือเป้าหมายร่วมกันในการปฏิบัติงาน รวมถึงทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีภายในกลุ่มเกิดความไว้วางใจระหว่างกัน ในการทำงาน สามารถสร้าง แรงบันดาลใจให้กับบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กร อีกทั้งงานวิจัยของ Rakjul (2020) พบว่า ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเป็นปัจจัยที่มีแนวโน้มต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร ของพนักงาน ซึ่งการที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูงความต้องการที่จะลาออกลดลง และการที่พนักงานมีความผูกพัน ต่อองค์กรลดน้อยลง การลาออก จะมีอัตราเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นถ้าผู้นำขององค์กรมีพฤติกรรมแสดงออกถึงการมีภาวะผู้นำ เชิงนวัตกรรมย่อมส่งผลดีต่อองค์กร ในแง่ของการทำให้พนักงานในองค์กรมีความผูกพันและเชื่อมโยงไปยังการคงอยู่ในองค์กร ได้อย่างต่อเนื่อง และยังสอดคล้องกับ Poojanjob (2023) ที่พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ และด้านบรรทัดฐาน มีอิทธิพลเชิงบวกกับการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรในงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับ Wissanukorn (2020) พบว่า ประสิทธิภาพในการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยตามลำดับ ดังนี้ ด้านการธำรงรักษามูลค่าบุคลากร ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง และด้านการวางแผน อัตราค่าจ้างและกำหนดตำแหน่ง ภาวะผู้นำตามสถานการณ์ของผู้บริหาร ภาวะผู้นำแบบมอบหมายงาน ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม และภาวะผู้นำแบบขายความคิดส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหาร งานบุคคล

ในส่วนของความสัมพันธระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (LIN) ที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพ กับองค์กร (INT) สอดคล้องกับ Bupphachuen (2020) พบว่า คุณลักษณะของผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ให้ความสำคัญ ต่อการเสริมพลังให้กับพนักงานในด้านขวัญกำลังใจ การส่งเสริมให้คุณค่าต่อพนักงาน สร้างบรรยากาศส่งเสริมให้เกิดความคิด สร้างสรรค์ทำงานอย่างสนุกสนาน และทำให้องค์กรน่าอยู่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลให้พนักงานอยากที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ในการทำงานให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ด้วยความเต็มใจ ดังที่ Yukl (1981) กล่าวว่า การสร้างให้พนักงานเกิดความ ผูกพันกับองค์กร เกิดความคิดสร้างสรรค์ มีส่วนร่วมในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร การสร้างขวัญกำลังใจที่ได้ ให้กับพนักงานทำงานอย่างมีความสุข ทำให้เกิดความตั้งใจทุ่มเทในการปฏิบัติงาน สิ่งทีกล่าวนี้นี้เป็นตัวชี้วัดในการประเมิน ภาวะผู้นำที่บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ Namwong (2020) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ยังส่งเสริม ให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการตั้งใจในการทำงานและมุ่งหมายที่จะร่วมสร้างนวัตกรรมกับองค์กร สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญ ต่อขับเคลื่อนและการบริหารงานขององค์กร ในด้านการบริหารงานบุคลากร เพราะภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีส่วนช่วย ในการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน เพื่อให้มีจุดมุ่งหมายในการทำงานร่วมกัน เกิดความสัมพันธ ที่ดีต่อกัน เกิดความไว้วางใจกัน สร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรมุ่งไปสู่การทำงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้าน ของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพิจารณาจากตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของ โมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กร ของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เป็นตัวแปรส่งผ่านภายในโมเดลปัจจัย เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ก่อประโยชน์ทางด้านวิชาการในแง่มุมมองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานต้องคร และการศึกษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงาน โดยข้อค้นพบนั้นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมส่งผลโดยตรงทางบวกต่อความผูกพันของพนักงานต้องคร รวมถึงส่งผลทางอ้อมต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงาน นอกจากนี้ความผูกพันของพนักงานต้องครมีการส่งผลโดยตรงต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานในองค์กรเช่นกัน ดังนั้นการสร้างความผูกพันของพนักงานต้องครและการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานควรต้องพิจารณาถึงการพัฒนาและอบรมเรื่องของความเป็นผู้นำที่มีลักษณะเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

สำหรับสถานประกอบการกลุ่มธุรกิจค้าปลีก หรือกลุ่มธุรกิจที่มีความใกล้เคียง สามารถนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลขั้นพื้นฐาน ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาศักยภาพ และการสร้างความผูกพันต่อองค์กร ของกลุ่มพนักงานในสายงานขาย ส่วนหน้าร้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองต่อความต้องการและเพิ่มความรู้สึผูกพันต่อองค์กร เพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงานกลุ่มตัวอย่างได้ จะส่งผลดีต่อการทำงานหน้าร้านให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ไม่ต้องหาพนักงานมาทดแทนพนักงานที่ลาออกตลอด ซึ่งจะทำให้กิจการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ และสร้างให้เกิดความยั่งยืนต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและความผูกพันองค์กร ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจค้าปลีก หรือกลุ่มธุรกิจที่มีความใกล้เคียง เช่น ควรจัดให้มีการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมและการสร้างความผูกพันให้กับผู้บริหารนาระดับบริหารระดับต้นขึ้นไปของสายงานปฏิบัติการของร้านสะดวกซื้อ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจและสามารถนำประยุกต์ใช้ในการบริหารงานส่วนหน้าร้าน
2. ด้านความผูกพันองค์กร ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจค้าปลีก หรือกลุ่มธุรกิจที่มีความใกล้เคียง ควรจัดให้มีการส่งเสริมความผูกพันในองค์กรผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานขายส่วนหน้าร้านเกิดความรู้และความเข้าใจถึงการมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ผลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานในองค์กรผ่านความผูกพันกันภายในองค์กร
3. ด้านความผูกพันองค์กร องค์กรควรส่งเสริมและเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันที่ดีต่อองค์กรจะนำมาซึ่งการลดเรื่องการลาออก หรืออัตราการหมุนเวียนเปลี่ยนผ่านของพนักงาน (Turnover Rate) และนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานขององค์กร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการรักษาสมาชิกภาพกับองค์กรของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อ เช่น แรงจูงใจ เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน และผลประโยชน์ต่อพนักงานขายส่วนหน้าร้าน
2. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มของพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ควรเพิ่มพื้นที่ในการศึกษา เพราะแต่ละพื้นที่มีบริบทที่แตกต่างกัน

ข้อจำกัดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานขายส่วนหน้าร้านของกลุ่มธุรกิจร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษานี้จะไม่สามารถอ้างอิงกับพนักงานขายส่วนหน้าร้านในพื้นที่อื่นๆ ได้

References

- Avolio, B. J., Bass, B. M. & Jung, D. I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership Questionnaire. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72(4),441-462. <https://doi.org/10.1348/096317999166789>
- Bagheri, A. & Harrison, C. (2020). Entrepreneurial leadership measurement: a multi-dimensional construct. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(4),659-679. doi:10.1108/JSBED-01-2019-0027



- Bass, B., M. (1985). *Leadership and performance beyond expectations*. New York : Free Press.
- Bupphachuen, A. (2020). Leadership for Innovation: Drives Your Organization towards Excellent. *Journal of Educational Innovation and Research*, 4(3),205-216.
- Comrey, A. (1973). *A First Course in Factor Analysis*. London : Academic Press
- Cronbach. (1970). *The evolution of research*. New York : Harper Collins.
- Dumdum, U. R., Lowe, K. & Avolio, B. (2013). *A Meta-Analysis of Transformational and Transactional Leadership Correlates of Effectiveness and Satisfaction: An Update and Extension*. USA : Binghamton University
- Herzberg, F., Mausner, B. & Syndermn, B. B. (1959). *The motivation to work*. (2nd ed). New York : Wiley & Son.
- Hewitt, A. (2015). *Aon Hewitt's Model of Employee Engagement*. n.p. : Aon.
- Horth, D.M. (2014). *Innovation Leadership How to use innovation to lead effectively, work collaboratively, and drive results*. Greensborough, NC: Center for Creative Leadership.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (2nd ed). New York : Guilford Press.
- LH BANK. (2023) *Economic analysis Industry Outlook 2023 : Convenience Stores*. Retrieved December 2023, from <https://www.lhbank.co.th/getattachment/b80c1587-2f11-4711-b780-1a05ac41f1e0/economic-analysis-Industry-Outlook-2023-Convenience-Stores>
- Mathis, R. L. & Jackson, J. H. (2006). *Human Resource Management*. USA : Thomson/South-Western.
- Namwong, J. (2020). *Developing a Program to Strengthen Innovative Leadership of School Administrators under the Jurisdiction of Sisaket Primary Educational Service Area Office Region 1 (Unpublished Master's Thesis)*. Mahasarakham University, Mahasarakham, Thailand.
- Pochjanart, P. & Chienwattanasook, K. (2020). *Innovative Leadership for the Competitive Advantage of the Organization in the 21st Century*. *Journal of Management Science Review*, 22(1),241-257.
- Poojanjob, R. (2023). The influence of Organization Commitment On intention to stay on the job: Empirical Evidence of Professional Nurses, Hat Yai District, Songkhla Province. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 8(9),74-88.
- Rakjul, P. (2020). *The Influence of Transformational Leadership and Employees Engagement on Intention to Stay of Employees for The Convenience Store in Thailand (Unpublished Doctoral Dissertation)*. Maejo University, Chiang Mai, Thailand.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. (2nd ed). Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates
- Someran, L., Supaphol, S. & Thanyajaroen, K. (2020). *Strategic Resource Management Building Organizationnal Commitment of The Employees at Sermsuk Public Limited Company*, Autong District. *Journal of MCU Social Science Review*, 22(1),216-273.
- Steers, R. M. (1991). *Introduction to Organizational Behavior*. (4th ed.). New York : HarperCollins.
- Tangsukijjakron, N. (2020). *Influence of Transformational Leadership and Organizational Commitment that Affects Innovative Work Behavior of The Employees Airport of Thailand Public Company Limited. (Unpublished Master's Thesis)*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Tunpaiboon, N. (2022). *Trend Business/Industry for 2023-2025: Modern Trade Business*. Retrieved December 2023, from <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2022>



- Wissanukorn, T. (2020). *The Contingency Leadership Affecting The Effectiveness of Personnel Administration of Primary Schools Under Suratthani Primary Educational Service Area Office 3 (Unpublished Master's Thesis)*. Suratthani Rajabhat University, Suratthani, Thailand.
- Yota, W., Chanawongse, K., Sota, C., Chanawongse, A. & Chaiboonruang, S. (2021). Leadership Innovation with Disruption World. *College of Asian Scholars Journal*, 11(3),11-18.
- Yukl, G. A. (1981). *Leadership in Organizations*. London : Prentice-Hall.