

ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ใน
กรุงเทพมหานคร

Topic Motivational and Supporting Factors Affecting Employee Retention in Modern Retail
Stores in Bangkok

จิรพงศ์ แซ่โจ้ว¹, ปุณณะ คงสว่าง²

Jirapong Sae-Ngow¹ Punna Kongsawang²

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาระดับการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานขายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และปริมาตร จำนวน 400 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการประมวลผลแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า 1) โอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement) โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Personal Growth) ที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับ (Recognition) ลักษณะงานที่ท้าทาย และมีความหมาย (Work Itself) ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) ที่ไม่มีผลต่อการคงอยู่ของ

ความสำคัญ : การคงอยู่, ปัจจัยจูงใจ, ปัจจัยค้ำจุน

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารรุ่นใหม่ (หัวหมาก) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร 2) นโยบายองค์กร (Company Policies) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships) ความมั่นคงของงาน (Job Security) ที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions) ที่ไม่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aims to study the level of motivational and supportive factors affecting employee retention in modern retail stores in Bangkok, to study the level of employee retention in modern retail stores in Bangkok, to study the different demographic factors of employees in modern retail stores in Bangkok, and to study the motivating and supportive factors affecting employee retention in modern retail stores in Bangkok. This research is a quantitative research. The sample group is 400 salespeople in modern retail stores in Bangkok and its vicinity. The statistical software (SPSS) was used to process the questionnaires.

The results of the research found that 1) Career advancement opportunities (Advancement), learning and development opportunities (Personal Growth) affect employee retention in modern retail stores in Bangkok, and work success (Achievement) and recognition (Recognition) Challenging and meaningful work (Work Itself) Responsibility in work (Responsibility) that do not affect employee retention in modern retail stores in Bangkok 2) Company policies, relationships with supervisors (Supervision), relationships with coworkers (Workplace Relationships), job security (Job Security) that affect employee retention in modern retail stores in Bangkok and salary and benefits (Salary & Benefits), working environment (Working Conditions) that do not affect employee retention in modern retail stores in Bangkok

KEYWORDS : Retention, Motivational factors, Supporting factors

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงและมีปัจจัยทางธุรกิจหลายด้านที่แตกต่างจากอดีต ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนนโยบาย รูปแบบการบริหาร และโครงสร้างองค์กร เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ดังนั้น นักวิจัย นักบริหาร และนักทฤษฎีองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาตัวแปรที่สามารถคาดการณ์ถึงประสิทธิผลขององค์กรโดยรวมได้ดีกว่า หนึ่งในแนวคิดที่น่าสนใจคือ "ความผูกพันต่อองค์กร" ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรและแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร เพื่อแลกเปลี่ยนกับรางวัลที่องค์กรเสนอให้เป็นการตอบแทน หากองค์กรไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกได้ สมาชิกอาจตัดสินใจลาออก ส่งผลให้องค์กรสูญเสียต้นทุนที่มีค่า โดยได้รับผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่ากับการลงทุน (วสุธิดา นักเกษม, 2561)

ในยุคที่การค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการ กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการพนักงาน ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาที่เด่นชัดคืออัตราการลาออกของพนักงานที่สูง ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดขึ้น เช่น สภาพแวดล้อมการทำงานที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนา ความไม่พอใจในเรื่องค่าตอบแทนและสวัสดิการ รวมถึงการขาดโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ แสดงให้เห็นว่าอัตราการลาออกในอุตสาหกรรมค้าปลีกมีระดับที่สูงมาก ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการของพนักงานที่เปลี่ยนแปลงตามบริบททางเศรษฐกิจและสังคม การลาออกของพนักงานไม่เพียงแต่สร้างค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานใหม่ แต่ยังส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง เนื่องจากพนักงานที่มีประสบการณ์และความชำนาญสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ นอกจากนี้ การขาดพนักงานที่มีคุณภาพยังอาจทำให้เกิดความผิดพลาดในการบริการ ส่งผลให้ลูกค้าไม่พอใจและเลือกที่จะไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งทำให้การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพกลายเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากพนักงานไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ขายสินค้า แต่ยังเป็นตัวกลางในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การลงทุนในการพัฒนาพนักงาน เช่น การฝึกอบรม และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี จะช่วยลดอัตราการลาออกและเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ปัจจัยจุดใจที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงานสามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน โดยเฉพาะค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่เหมาะสม เช่น สวัสดิการด้านสุขภาพและประกันชีวิต ซึ่งช่วยสร้างความรู้สึกมีคุณค่าและความมั่นคงในงานให้กับพนักงาน นอกจากนี้ โอกาสในการพัฒนาและการเติบโต เช่น การเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ และการเลื่อนตำแหน่ง ก็มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจในงาน และกระตุ้นให้พนักงานมีความตั้งใจอยู่ในองค์กรนานๆ รวมทั้งวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศการ

ทำงานที่ดี ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนจากผู้บริหาร สามารถสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานได้อย่างมาก ส่วนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้บริหารและพนักงานนั้น ช่วยให้เกิดความเข้าใจและการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญ เช่น ความมั่นคงของงานที่ทำให้พนักงานรู้สึกปลอดภัยในตำแหน่งงาน การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน ที่ช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจากผู้บริหารที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ก็เป็นสิ่งที่ช่วยให้พนักงานมีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนานขึ้น รวมถึงการสร้างสรรค์ซึ่งสามารถพัฒนาทักษะของพนักงานและเพิ่มความพึงพอใจในงานได้อีกด้วย โดยรวมแล้ว ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีส่วนสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและค่าจ้างการคงอยู่ของพนักงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Allen & Griffeth, 2001)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจ้างที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในร้านค้านั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ ร้านค้าปลีกมักจะเผชิญกับความท้าทายในการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ เนื่องจากสภาพการแข่งขันที่สูงและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การศึกษาในด้านนี้จึงสามารถนำไปสู่การพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่เกี่ยวข้อง จะสามารถระบุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการรักษาพนักงานได้ เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการ การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนานโยบายที่คำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน ทำให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมกับองค์กร การวางแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพยังช่วยลดอัตราการลาออกของพนักงาน ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการสรรหาและฝึกอบรมพนักงานใหม่ การลดอัตราการลาออกไม่เพียงแต่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ยังช่วยสร้างทีมงานที่มีความมั่นคงและประสิทธิภาพ ทำให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพจึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าในระยะยาว ผลการศึกษานี้จะช่วยให้ร้านค้าปลีกสามารถนำเสนอแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อองค์กร แต่ยังส่งผลดีต่อพนักงานและลูกค้าอีกด้วย การสร้างนโยบายและกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานจะส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในงาน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับพนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จในธุรกิจค้าปลีกในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาปัจจัยจิตใจและปัจจัยคำจูนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยจิตใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคำจูนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

Defleur (1996) อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลมีความสัมพันธ์กับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล หรือที่เรียกว่าลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถจัดกลุ่มได้ โดยบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันมักจะมีแนวโน้มในการเลือกและตอบสนองต่อเนื้อหาที่สร้างการรับรู้ในลักษณะเดียวกัน นอกจากนี้ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) ได้รับการพัฒนาจากแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งเร้าและการตอบสนอง (stimulus-response) หรือทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R theory) ในอดีต ซึ่งถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะแตกต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกันออกไปด้วย

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory)

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) เป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลในองค์กร ซึ่งบางครั้งก็มีชื่อเรียกอื่นๆ เช่น Motivation-Maintenance Theory และ Dual Factor Theory ทฤษฎีนี้มีต้นกำเนิดจากการศึกษาของเฮิร์ซเบิร์กและทีมงานในปี

ค.ศ. 1959 โดยการสัมภาษณ์นักบัญชีและวิศวกรจำนวน 200 คนจากภาครัฐกิจและอุตสาหกรรมในเมือง พิตส์เบิร์ก รัฐเพนซิลเวเนีย สหรัฐอเมริกา

ผลการศึกษาพบว่าความต้องการของมนุษย์นั้นสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภทที่แยกจากกัน อย่างอิสระ โดยไม่ขึ้นอยู่กับกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลได้ โดยเมื่อบุคคล รู้สึกไม่พอใจกับงาน มักจะหลุดถึงสภาพแวดล้อมการทำงานในทางลบ ในขณะที่เมื่อมีความรู้สึกดีต่อการ ทำงาน จะมีการหลุดถึงงานในทางบวก

เฮิร์ซเบิร์กได้จำแนกประเภทของปัจจัยออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถกระตุ้นให้บุคคลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และปัจจัยจัด ความไม่พอใจ (Hygiene Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน และช่วย ป้องกันไม่ให้เกิดความเบื่อหน่ายหรือไม่พึงพอใจในการทำงาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคงอยู่ของพนักงาน (Employee Retention)

Taunton, Krampitz & Wood (1989) ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการคงอยู่ในงาน (Theory model of retention) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลการ (Employee characteristics) ได้แก่ โอกาสในการทำงานที่อื่น, การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, และระดับการศึกษา
2. ปัจจัยด้านหน้าที่รับผิดชอบ (Task requirements) ได้แก่ การปฏิบัติงานประจำและการมีส่วนร่วมในการติดต่อสื่อสาร
3. ปัจจัยด้านองค์กร (Organization characteristics) ได้แก่ การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม, ความยุติธรรมในองค์กร, และโอกาสในการก้าวหน้าเพื่อเลื่อนตำแหน่ง
4. ปัจจัยด้านผู้บริหาร (Manager characteristics) ได้แก่ แรงจูงใจในการบริหาร, อำนาจ, และอิทธิพลในแบบของภาวะผู้นำ

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พนักงานขายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1967:886) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 355 คน เพื่อป้องกันการเกิดความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมผลการวิจัยคือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่องปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นหลัก เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ แผนกที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่ง และอายุการทำงาน โดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ (Motivators) ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับ (Recognition) ลักษณะงานที่ท้าทายและมีความหมาย (Work Itself) โอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement) โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Personal Growth) และความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits) นโยบายองค์กร (Company Policies) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions) และความมั่นคงของงาน (Job Security) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการคงอยู่ของพนักงาน (Employee Retention) ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร (Employee characteristics) ปัจจัยด้านหน้าที่รับผิดชอบ (Task requirements) ปัจจัยด้านองค์กร (Organization characteristics) ปัจจัยด้านผู้บริหาร (Manager characteristics) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ทดสอบความเที่ยงตรงแบบสอบถาม (Validity) ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านซึ่งมีประสบการณ์ในการดำเนินการจัดการ จากการสำรวจค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามพบว่า มีค่า IOC ที่ 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามสามารถใช้ในการสำรวจได้ จึงนำมาสอบถามในกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน

หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน หลังจากนั้น นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.986 ซึ่งมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

(มากกว่า 0.75) และนำแบบสอบถามไป ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (สุวิมล ติรกา นนท์, 2557)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคง อยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้มาจาก 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เพื่อใช้ในการ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างพนักงานขายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง และนำกลับมาวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นแหล่งรวบรวม ข้อมูลขนาดใหญ่ซึ่งมีข้อมูลหลากหลายประเภท และรวบรวมเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจน รวมไปถึงผลการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้ผู้ตอบแบบสอบถามครบจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาแจกแจง ความถี่ ของคำตอบด้วยการลงรหัสคำตอบในแต่ละข้อคำถามทั้งหมดเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้ จากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

2. วิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยจูงใจ (Motivators) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) การคงอยู่ของพนักงาน (Employee Retention) โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวแปรและตัวแปรตาม 1 ตัวแปร

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

พนักงานขายร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร เพศหญิง มีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีอายุ 31 - 35 ปี มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 มีสถานภาพ โสด มีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 มีแผนกที่ปฏิบัติงาน แผนกขาย มีจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 มีตำแหน่ง พนักงานขาย มีจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 อายุการทำงาน 1 – 10 ปี มีจำนวน 235 คน คิด เป็นร้อยละ 58.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ (Motivators)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ (Motivators) ในภาพรวม

ปัจจัยจูงใจ (Motivators)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement)	3.99	0.75	มาก
2. การได้รับการยอมรับ (Recognition)	3.95	0.72	มาก
3. ลักษณะงานที่ท้าทายและมีความหมาย (Work Itself)	3.99	0.76	มาก
4. โอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement)	3.91	0.79	มาก
5. โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Personal Growth)	3.98	0.81	มาก
6. ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility)	4.15	0.75	มาก
รวม	4.00	0.76	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivators) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) มากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ลักษณะงานที่ท้าทายและมีความหมาย (Work Itself) ($\bar{X} = 4.99$, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุดคิดว่าโอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement) ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.79)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคำจุน (Hygiene Factors)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคำจุน (Hygiene Factors) ในภาพรวม

ปัจจัยคำจุน (Hygiene Factors)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits)	3.69	0.78	มาก
2. นโยบายองค์กร (Company Policies)	3.82	0.72	มาก
3. ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision)	3.83	0.86	มาก
4. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships)	4.03	0.74	มาก
5. สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions)	3.81	0.75	มาก
6. ความมั่นคงของงาน (Job Security)	3.79	0.80	มาก
รวม	3.83	0.78	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยคำจุน (Hygiene Factors) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships)มากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision) ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.86) และน้อยที่สุดคิดว่าค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits) ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.78)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการคงอยู่ของพนักงาน (Employee Retention)
 ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการคงอยู่ของพนักงาน
 (Employee Retention) ในภาพรวม

การคงอยู่ของพนักงาน (Employee Retention)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ (Employee characteristics)	3.77	0.80	มาก
2. ปัจจัยด้านหน้าที่รับผิดชอบ (Task requirements)	3.98	0.73	มาก
3. ปัจจัยด้านองค์กร (Organization characteristics)	3.80	0.83	มาก
4. ปัจจัยด้านผู้บริหาร (Manager characteristics)	3.78	0.93	มาก
รวม	3.83	0.82	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การคงอยู่ของพนักงาน (Employee Retention) ในภาพรวมอยู่ในระดับ
 มาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นข้อย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้าน
 หน้าที่รับผิดชอบ (Task requirements) มากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ ปัจจัยด้าน
 องค์กร (Organization characteristics) ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.83) และน้อยที่สุดคิดว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพ
 (Employee characteristics) ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.80)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ใน

กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.583	0.131		4.452	0.000
ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement)	-5.229	0.046	0.000	-0.001	0.999
การได้รับการยอมรับ (Recognition)	0.089	0.046	0.087	1.942	0.053
ลักษณะงานที่ท้าทายและมีความหมาย (Work Itself)	0.069	0.055	0.071	1.262	0.208
โอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement)	0.849	0.101	0.908	8.376	0.000*
โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Personal Growth)	-0.249	0.097	-0.271	-2.570	0.011*
ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility)	0.070	0.048	0.071	1.470	0.142

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญที่ <0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า โอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement) โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Personal Growth) ที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับ (Recognition) ลักษณะงานที่ท้าทายและมีความหมาย (Work Itself) ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) ที่ไม่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยคำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.208	0.103		2.018	0.044
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits)	0.072	0.039	0.075	1.849	0.065
นโยบายองค์กร (Company Policies)	0.202	0.051	0.197	3.995	0.000*
ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision)	0.156	0.032	0.182	4.928	0.000*
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships)	0.177	0.037	0.177	4.778	0.000*
สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions)	-0.047	0.042	-0.048	-1.120	0.264
ความมั่นคงของงาน (Job Security)	0.385	0.039	0.415	9.962	0.000*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญที่ <0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า นโยบายองค์กร (Company Policies) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships) ความมั่นคงของงาน (Job Security) ที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions) ที่ไม่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า โอกาสก้าวหน้าในสายงาน (Advancement) โอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Personal Growth) ที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การได้รับการยอมรับ (Recognition) ลักษณะงานที่ท้าทาย และมีความหมาย (Work Itself) ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) ที่ไม่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของวรางคณา จันทรงค์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ของอาสาสมัครสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลร่วมต่อการคงอยู่ของอาสาสมัครสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความสำเร็จของงาน ลักษณะงาน สภาพการทำงาน โดยร่วมกันอธิบายการแปรผันของการคงอยู่ของอาสาสมัครสาธารณสุข ร้อยละ 31.2

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า นโยบายองค์กร (Company Policies) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Supervision) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Workplace Relationships) ความมั่นคงของงาน (Job Security) ที่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร และค่าตอบแทน และสวัสดิการ (Salary & Benefits) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Conditions) ที่ไม่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชชม ทัพชุมพล (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยสายปฏิบัติการที่มีสมรรถนะสูง : กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยค้ำจุนการทำงานและปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของคนเก่งมีความสัมพันธ์ต่อการคงอยู่ในองค์กรหรือความผูกพันของพนักงานมหาวิทยาลัยสายปฏิบัติการที่มีสมรรถนะสูง และการศึกษาระดับความตั้งใจคงอยู่ในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยสายปฏิบัติการที่มีสมรรถนะสูง พบว่า ระดับความตั้งใจที่จะคงอยู่ในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยสายปฏิบัติการที่มีสมรรถนะสูง อยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) สามารถใช้ผลลัพธ์จากการวิจัยเพื่อนำไปปรับโครงสร้างองค์กร โดยให้ความสำคัญกับการวางโครงสร้างการเติบโตในสายงาน(Career Path) ที่ชัดเจนวัดผลได้เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับพนักงานที่ต้องการเติบโต, มีการยกย่องสร้างการยอมรับ,ให้รางวัลกับพนักงานที่มีความสำเร็จ เพื่อสร้างความมุ่งมั่นและคงอยู่กับบริษัท
2. ร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) สามารถใช้ผลลัพธ์จากการวิจัยไปวางแผนพัฒนาการวางนโยบายที่ชัดเจน, สร้างความสัมพันธ์ให้กับทีมงาน, สร้างความมั่นคงในงาน เพื่อเป็นปัจจัยในการคำนวณให้พนักงานคงอยู่กับบริษัทได้
3. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการคงอยู่ของพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครบริษัท ควรอาศัยการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) และการทำการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม (Focus Group)
4. เพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้าน อาจมีการศึกษาวิจัย ในปัจจัยกระทบอื่น เช่น ปัจจัยเรื่อง การเดินทาง, ปัจจัยเรื่องสวัสดิการ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ชัชชม ทัพชุมพล. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยสายปฏิบัติการที่มีสมรรถนะสูง : กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- วรางคณา จันทร์คง. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ของอาสาสมัครสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- วสุธิดา นักเกษม. (2561). การบริหารความสัมพันธ์กับสมาชิกในองค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการ*, 12(3), 45-60.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *รายงานสถิติแรงงานและการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.*
- Allen, D. G., & Griffeth, R. W. (2001). Test of a mediated performance–turnover relationship highlighting the moderating roles of visibility and reward contingency. *Journal of applied psychology*, 86(5), 1014.
- Defleur, A., & Joris, C. (1996). Mise en évidence du Magdalénien ancien II dans les gorges de l'Ardèche. *Bulletin de la Société préhistorique française*, 93(1), 25-32.
- Herzberg, Frederick and others. (1959). *The Motivation to work*. New York : John Wiley and. Sons.
- Taunton, R. L., Krampitz, S. D., & Woods, C. Q. (1989). Manager impact on retention of hospital staff: Part 1. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 19(3), 14-19.