

**ปัจจัยการฝังตรึงในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก
ของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า
เขตกรุงเทพมหานคร**
**The study of job embeddedness and turnover
intention of beauty assistant in department stores,
Bangkok area**

สุภาพร เศวตเวช¹ และ เกวลิน พวงย่อยแก้ว เศรษฐกร^{1*}

Supaporn Sawathwej¹ and Kevalin Puangyoykeaw Setthakorn^{1*}

Received: 25 December 2018 Revised: 26 February 2019 Accepted: 13 March 2019

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยการฝังตรึงในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการฝังตรึงในงานของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการจัดการและนโยบายในการส่งเสริมการฝังตรึงในงานของพนักงานขายเครื่องสำอาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ พนักงานขายเครื่องสำอาง ของบริษัท A จำนวน 306 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย \bar{x} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระหว่างตัวแปรโดยใช้ t-test และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร 10240

¹ Faculty of Business Administration, Ramkhamhang University กรุงเทพมหานคร 10240

* Corresponding author e-mail: kevalinsetthakorn@gmail.com

ความแปรปรวน F-test (Analysis of Variance : ANOVA) วิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Least Square Difference (LSD) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานขาย อายุ 20 – 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดและอัตราเงินเดือน 15,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่ส่งผลต่อการฝังตรึงในงาน ได้แก่ ด้านความลงตัวกับองค์กรและสภาพแวดล้อมโดยรวมมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งที่จะต้องสละทางวัตถุหรือจิตใจเมื่อออกจากงาน ด้านความเชื่อมโยงกับบุคคลในองค์กรและครอบครัว ตามลำดับ)

คำสำคัญ: การฝังตรึงในงาน ความตั้งใจลาออก พนักงานขายเครื่องสำอาง

Abstract

The researchers attempted to study the job embeddedness of beauty assistant in the department stores of Bangkok area. The objectives of this study are to 1) study job embeddedness level of beauty assistant in the department stores of Bangkok area and 2) develop managerial actions and policies to support job embeddedness. The population of the study is 306 beauty assistants. Statistics used for data analysis are frequency and percentage distribution (\bar{x}), standard deviation (SD), F-test, T-test regression. The statistical significance was 0.05 and to find out the difference between the mean of the samples. The multivariate correlation was tested by means of comparison of mean difference with the mean difference (LSD). The researcher found the sample are 20–25 years old. Monthly income of 15,000 – 20,000 baht. Job embeddedness factors that have the most influential effects on turnover intention are Fit, Sacrifice, and Link respectively.

Keywords: Job embeddedness, Turnover Intention, Beauty assistant

บทนำ

ปัจจุบัน การแข่งขันของธุรกิจเครื่องสำอางในด้านศักยภาพการให้บริการและการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในประเทศไทยมีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทจึงต้องการพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในเรื่องผลิตภัณฑ์และมีทักษะ ความเชี่ยวชาญในด้านการขาย เพื่อทำหน้าที่ให้คำแนะนำและบริการลูกค้า ธุรกิจเครื่องสำอางนอกจากผลิตภัณฑ์ที่ดีแล้วนั้น พนักงานขายถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เนื่องจากพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ

มีทักษะโดยเฉพาะในด้านผลิตภัณท์และเทคนิคการขาย ถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีสมรรถนะสูง (Talent) กลุ่มบุคคลเหล่านี้เปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีค่าเป็นทุนมนุษย์ (Human capital) ที่ทำให้องค์กรมีความสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (চারঙ্গক্তি কংকাল্বস্টি, 2550) เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้องค์การมีศักยภาพในการสร้างยอดขายให้เติบโตและบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งองค์การหลายของค์การโดยเฉพาะคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ต่างต้องการพนักงานเหล่านี้เข้าไปอยู่ในองค์การของตัวเองเพื่อช่วยในการผลักดันยอดขาย เพราะการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขายต้องใช้เวลาประสบการณ์และมีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม พัฒนาศักยภาพสูงทำให้องค์การโดยส่วนใหญ่ที่มีเงินทุนสูงเลือกที่จะลงทุนทางลัด (อินฺยชนก ศรีสวสฺตี, 2556) การถูกแย่งชิงตัวพนักงานที่มีศักยภาพสูงจะส่งผลเสียต่อองค์การ เพราะการสูญเสียพนักงานที่มีความรู้ความสามารถจะส่งผลกระทบต่อในด้านของงบประมาณที่ทำให้องค์การมีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเพิ่มขึ้น เพราะต้องทำการสรรหาคัดเลือกและใช้เวลานานในการพัฒนาพนักงานใหม่ให้มีความรู้ความสามารถเพื่อมาทดแทนพนักงานที่สูญเสียไป (Manley, 1996, อ้างถึงใน ปกรณ์ ลิ้มโยธิน, 2555)

ปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่บริษัทเครื่องสำอาง พบในปัจจุบันคือการลาออกจากการงานและการย้ายงานอย่างต่อเนื่องของพนักงานขาย โดยข้อมูลงานกรมแรงงานวารสารสถานการณ์ตลาดแรงงาน ประจำเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2561 พบว่า อุตสาหกรรมบริการติดอันดับอุตสาหกรรมที่มีความต้องการแรงงานมาก 5 อันดับแรกของประเทศ โดยมีความต้องการแรงงานในภาคบริการสูงถึง 17.90 ล้านคนในปี 2561 และมีแนวโน้มต้องการมากขึ้นจำนวน 18.08 ล้านคนในปี 2562 (สถานการณ์ตลาดแรงงาน, 2560) จากปัญหาดังกล่าว สิ่งที่ได้รับผลกระทบจากการที่มีพนักงานขายลาออก ทำให้พนักงานไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในแต่ละจุดขาย รวมทั้งพนักงานใหม่ขาดทักษะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ หรือลูกค้าอาจจะมีการติดตามพนักงานที่ลาออกไปมีผลเสียทางตรงทำให้อุตสาหกรรมโอกาสในการขาย การลดลงของยอดขาย และหากองค์การที่มีการลาออกของพนักงานสูงก็จะส่งผลให้บุคคลภายนอกมองว่าองค์การขาดความมั่นคงเสียภาพลักษณ์ขององค์การได้

จากปัญหาที่เกิดจากการลาออกและการย้ายงานของพนักงาน การศึกษาความพึงตรงในงานของพนักงาน เพื่อเปลี่ยนมุมมองในการลาออกของพนักงานขายจากการที่มุ่งเน้นการหาสาเหตุในการลาออก ไปเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานยังคงอยู่กับองค์การ การศึกษา “แรงยึด” (Constraining forced) หรือ “ใยแมงมุม” (Spider web) ที่ยึดพนักงานไว้ไม่ให้ออกจากงาน

ทฤษฎีการฝังตริงในงานนำเสนอโดย Mitchell และคณะ (2001) ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่ ความลงตัว (Fit) ความเชื่อมโยง (Link) และสิ่งที่ต้องสละ (Sacrifice) ซึ่งแต่ละส่วนมีความสำคัญทั้งในงาน (On-the-Job) และนอกรงาน (Off-the-Job) ดังนั้นการฝังตริงในงานจึงต้องดูทั้ง 6 มิติ เพื่อเป็นการครอบคลุมปัจจัยทุกด้านของชีวิตพนักงาน เนื่องจากการตัดสินใจลาออกของพนักงานอาจประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ทั้งเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานในองค์กรนั้น ๆ เช่น ความไม่พอใจในเพื่อนเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ปริมาณงานมีมากเกินไป การเจ็บป่วยของบุคลากร การย้ายตามคู่สมรส การย้ายบ้านเพื่อการศึกษาของบุตร ซึ่งทำให้มีผลกับการเดินทางไม่สะดวก โดยพนักงานจะคำนึงถึงข้อเสียและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการตัดสินใจลาออก เปรียบเทียบกับการคงอยู่กับองค์กร โดยพบว่าหากพนักงานมีความฝังตริงในงานทั้งมิติของงานและนอกรงาน จะเป็นความเป็นไปได้สูงที่พนักงานนั้นจะคงอยู่กับองค์กร

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความฝังตริงในงานของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรให้ก้าวหน้าต่อไป โดยจะช่วยให้พนักงานทำงานร่วมกับองค์กรอย่างยาวนานและยั่งยืน

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยอะไรที่ทำให้พนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ลาออกจากงาน
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการฝังตริงในงานของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการฝังตริงในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำไปกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการฝังตริงในงานของพนักงานชายเครื่องสำอาง

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงตรงในงานของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
3. การพึงตรงในงานที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานขายเครื่องสำอาง ของบริษัท A จำนวนทั้งสิ้น 1,286 คน (ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล เดือนกันยายน 2561)

ตัวแปรที่ศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน จำนวนเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงาน ภูมิภาคเดิม ระยะเวลาการเดินทางจากที่พักมาที่ทำงาน

การพึงตรงในงาน (ทฤษฎีการพึงตรงในงานของ Mitchell และคณะ) ได้แก่ ด้านความลงตัว (Fit) ด้านความเชื่อมโยง (Link) ด้านสิ่งที่ต้องสละ (Sacrifice)

ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยการพึงตรงในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยทำการคัดเลือกตัวแปรเพื่อทำการศึกษาที่เหมาะสมกับองค์การตามสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น โดยประยุกต์กรอบแนวคิดการศึกษาจากทฤษฎีการพึงตรงในงานของ Mitchell และคณะ (2001)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการฝังตริงในงานของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงปัญหาและสามารถนำไปกำหนดแนวทางการบริหารจัดการให้พนักงานมีการฝังตริงในงานและลดอัตราการลาออกของพนักงาน

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝังตริงในการทำงาน นำเสนอโดย Mitchell และคณะ (2001) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าทฤษฎีการฝังตริงในงาน (Job Embeddedness Theory) สามารถทำนายการลาออกของพนักงานได้ดีกว่าทฤษฎีดั้งเดิม เช่น ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร โดยทฤษฎีการฝังตริงในงานนั้นเปลี่ยนมุมมองในการมองการลาออกของพนักงานจากการมุ่งหาสาเหตุที่ส่งผลให้พนักงานลาออก ไปเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานยังคงอยู่กับองค์กรและมุ่งเน้นหาปัจจัยที่รั้งไม่ให้พนักงานลาออกจากงานปัจจุบัน Mitchell และคณะ (2001) พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ที่ลาออกจากงานเดิมของตนนั้น ยังมีความพึงพอใจในงานเดิมอยู่ หรืออาจลาออกจากงานด้วยเหตุผลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับงาน ซึ่งแนวคิดเรื่องความฝังตริงในงานนี้จะช่วยประเมินปัจจัยที่ทำให้พนักงานทำงานให้กับองค์กรต่อไป ซึ่งปัจจัยที่ทำให้พนักงานยังคงทำงานให้กับองค์กรประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน (On-the-job) และ ปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงาน (Off-the-job) ซึ่งแต่ละปัจจัยสามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความลงตัว (Fit) ความเชื่อมโยง(Link) และสิ่งที่ต้องเสียสละ (Sacrifice)

1. ความลงตัว (Fit) หมายถึง การที่พนักงานรู้สึกว่าคุณเหมาะสมและเข้ากันได้กับองค์กรและสภาพแวดล้อมโดยรอบ เช่น เป้าหมายในเส้นทางอาชีพ มีโอกาสในการก้าวหน้าและเลื่อนตำแหน่ง มีตารางการทำงานที่เหมาะสมและยืดหยุ่น มีโอกาสในการใช้ความรู้ความสามารถที่มีอำนาจในการทำงานตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ และความเข้ากันได้ของทัศนคติและสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ดังนั้น จะเห็นได้ว่าถ้าพนักงานมีความลงตัวกับองค์กรและสิ่งแวดล้อมโดยรอบมากเท่าไร พนักงานจะยิ่งมีการยึดติดกับงานและองค์กรมากขึ้นเท่านั้น หากองค์กรต้องการที่จะรักษาพนักงานไว้ จะต้องเข้าใจถึงความต้องการของพนักงาน และสามารถสรรหาปัจจัยต่าง ๆ ที่สร้างความลงตัวให้กับพนักงานในองค์กรให้มากขึ้น เพราะการลงตัวกับองค์กร (Fit Organization) มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงาน

2. ความเชื่อมโยง (Links) หมายถึง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น ความสัมพันธ์กับคนในองค์กร เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานและทีมงาน ทักษะ ความคิดของครอบครัวที่มีต่อองค์กรหรือสถานที่ทำงานกับที่พักอาศัย สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลกับความสัมพันธ์กับองค์กรและครอบครัว จะเห็นว่าถ้าพนักงานมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงที่ดีมากเท่าไร จะส่งผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน ดังนั้น องค์กรที่ต้องการให้พนักงานเกิดการฝังตรึงในงาน ต้องมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์ของคนในองค์กรอย่างต่อเนื่อง และการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัย รวมถึงอาจจะมีสวัสดิการต่อเนื่องไปถึงครอบครัวของพนักงาน

3. สิ่งที่ต้องสละ (Sacrifice) หมายถึง พนักงานที่รู้สึกว่าจะต้องสูญเสียด้านวัตถุหรือจิตใจ เมื่อลาออกจากงาน เช่นการสูญเสียสวัสดิการต่าง ๆ ผลตอบแทน ความมั่นคง การเลื่อนตำแหน่ง การยอมรับทางสังคม ดังนั้น องค์กรจะต้องสร้างจุดเด่นที่เหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ เพื่อให้พนักงานเกิดการสูญเสียในด้านต่าง ๆ เมื่อต้องลาออกจากองค์กรที่ท้ออยู่ ซึ่งจะส่งผลดีในด้านการลดอัตราการลาออกของพนักงานในองค์กรให้น้อยลงได้

เมื่อประมวลผลสองมิติเข้ากับสามปัจจัยหลักข้างต้นตามแนวคิดข้างต้น จึงทำให้ ความเป็นส่วนหนึ่งในงานมีทั้งหมด 6 มิติ ประกอบด้วย องค์กรกับความเชื่อมโยง องค์กรกับความลงตัว องค์กรกับสิ่งที่ต้องสละ ชุมชนกับความเชื่อมโยง ชุมชนกับความลงตัว และชุมชนกับสิ่งที่ต้องสละ โดย Mitchell และคธนะ (2001) สรุปว่า ความเป็นส่วนหนึ่งในงานมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจลาออกและการลาออกอย่างมีนัยสำคัญ และยังสามารถทำนายการลาออกได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน และความผูกพันกับองค์กร

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการฝังตรึงในงาน หมายถึง การที่พนักงานมีความรู้สึกถึงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กรและสังคม/ชุมชน โดยการเชื่อมโยง โยงใยกันเหมือนตาข่าย โดยมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานในองค์กร ซึ่งองค์กรในปัจจุบันให้ความสำคัญในการรักษาคคน ดังนั้น ทฤษฎีในการฝังตรึงในงาน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะนำมาใช้ในการยึด และสร้างสายสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างพนักงานกับองค์กรไว้ไม่ให้ความคิดในการลาออกไปจากองค์กร

ตารางที่ 1 ตารางสรุปมิติในทฤษฎีการฝังตรึงในงาน

มิติ	องค์การ (Organization)	ชุมชน (Community)
ความลงตัว (Fit)	1. ความเข้ากันได้หรือความพอดีในความรู้สึกของพนักงานต่อองค์การ (Fit-Organization)	2. ความเข้ากันได้หรือความพอดีในความรู้สึกของพนักงานต่อชุมชนและสังคมโดยรอบ (Fit-community)
ความเชื่อมโยง (Link)	3. ความสัมพันธ์ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการต่อเพื่อนร่วมงานและบุคคลอื่นในองค์การ (Link-Organization)	4. อิทธิพลของครอบครัว สถาบันทางสังคมและชุมชนที่อาศัยอยู่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ (Link-community)
สิ่งที่ต้องสละ (Sacrifice)	5. สิ่งที่ต้องสูญเสียหากลาออกจากองค์การ (Sacrifice-Organization)	6. สิ่งที่ต้องสูญเสียหากต้องห่างจากชุมชน (Sacrifice-community)

หมายเหตุ: อ้างอิงจากงานของ เกวลิน พวงย้อยแก้ว เศรษฐกร และคณะ (2561)

วิธีการดำเนินงาน**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานชายเครื่องสำอาง ของบริษัท A จำนวนทั้งสิ้น 1,286 คน (ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล เดือนกันยายน 2561) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 306 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นโดยอ้างอิงข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยปรับปรุงจากงานวิจัยของ อรยา วิศว์ไพศาล และเชมกร ไชยสิทธิ์ (2558) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน จำนวนเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงาน ภูมิภาค ระยะเวลาการเดินทางจากที่พักมาที่ทำงาน ลักษณะของคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการฝังตริงในงาน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความลงตัวกับองค์กรและสภาพแวดล้อมโดยรวม จำนวน 7 ข้อ ด้านความเชื่อมโยงกับบุคคลในองค์กรและครอบครัว จำนวน 7 ข้อ และด้านสิ่งที่ต้องสละด้านวัตถุหรือจิตใจเมื่อออกจากงาน จำนวน 9 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยกำหนดค่าที่เลือกตอบออกเป็น 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถาม เกี่ยวกับความตั้งใจลาออก เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยกำหนดค่าที่เลือกตอบออกเป็น 5 ตัวเลือก สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลได้ กำหนดการให้คะแนนระดับประสิทธิภาพเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

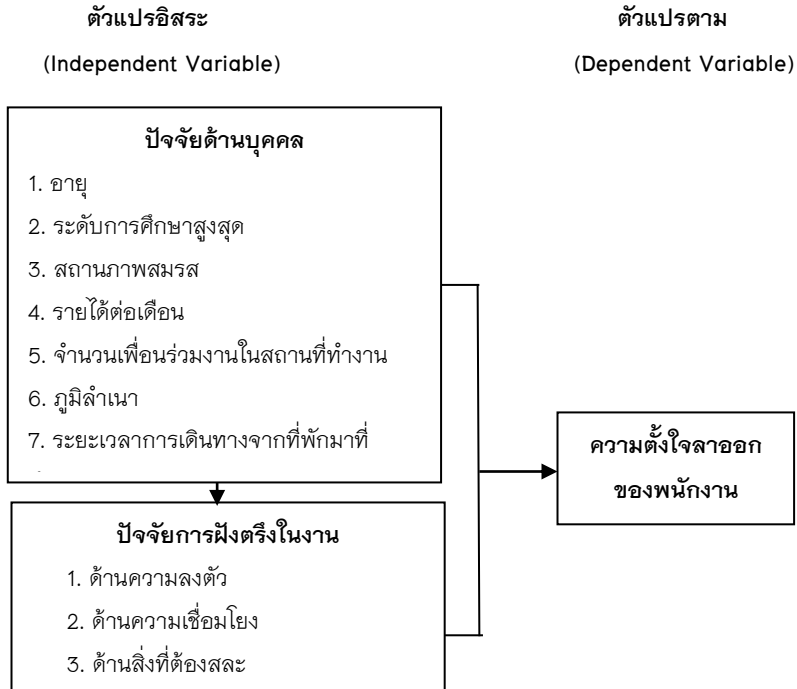
แบบสอบถามได้ผ่านการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ก่อนจะทำการแจกข้อมูลจริง และมีค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.87 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach มีค่ามากกว่า 0.7 ในทุกตัวแปร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ก่อน จากนั้นจะนำไปลงรหัสเพื่อประมวลผล โดยใช้การประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ F-test, T-test และ Regression ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเพื่อทราบถึงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จึงทำการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าของผลต่างเฉลี่ยกับค่าผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการทำวิจัยสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ดังนี้



ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 20 – 25 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดและอัตราเงินเดือน 15,000 – 20,000 บาท

2. การฝังตรึงในงาน ด้านปัจจัยการฝังตรึงในงานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลการฝังตรึงในงานเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานชายเครื่องสำอาง ให้ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ด้านความลงตัวกับองค์กรและสภาพแวดล้อมโดยรอบ มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือปัจจัยการฝังตรึงใน

งานด้านสิ่งที่ต้องสละทางวัตถุหรือจิตใจเมื่อออกจากงาน มีคะแนนเฉลี่ย 3.39 และปัจจัยการฝัง
 ตรึงในงานด้านความเชื่อมโยงกับบุคคลในองค์กรและครอบครัวเป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 3.37

3. พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า
 เขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีผลต่อระดับการฝังตรึงในงานอย่างมีนัยสำคัญ

4. สถานภาพที่แตกต่างกันของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขต
 กรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 โดยพบว่า พนักงานที่โสดมีโอกาสลาออกมากกว่าพนักงานที่สมรสแล้ว

5. การฝังตรึงในงานมีผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานชายเครื่องสำอางใน
 ห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.436 อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 2 ตารางผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการฝังตรึงในงานของพนักงานชาย
 เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	β	t	Sig.
(Constant)	4.785		13.657	0.000
1. ด้านความหลงตัว (X ₁)	-0.070	-0.042	-0.529	0.597
2. ด้านการเชื่อมโยง (X ₂)	0.204	0.121	1.851	0.065
3. ด้านสิ่งที่ต้องสละ (X ₃)	-0.652	-0.461	-5.889	0.000*

R = 0.436 R² = 0.190 Adjusted R² = 0.182 F = 23.613 S.E._{est Y} = 0.97043

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางข้างต้น สรุปได้ว่าการฝังตรึงในงาน ด้านสิ่งที่ต้องสละ (X₃) มีผลต่ออิทธิพล
 ความตั้งใจลาออกของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร (Y)
 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.436 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปร
 พยากรณ์การฝังตรึงในงานของพนักงานชายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร
 (Y) ได้ร้อยละ 19.00 (R² = 0.190) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ S.E._{est Y} =
 0.97043 โดยปัจจัยการฝังตรึงในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก คือ ด้านสิ่งที่ต้องสละ (X₃)
 (β = -0.461) จากการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและ
 คะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 4.785 - 0.652x_3$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = -0.461x_3$$

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงตริงในงานของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน		
1.1 ภูมิภาคที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.2 อายุที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.6 จำนวนเพื่อนร่วมงานในที่ทำงานที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
1.7 ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักมาที่ทำงานที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครมีการพึงตริงในงานไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน		
2.1 ภูมิภาคที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน	t-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.2 อายุที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.3 สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน	F-test	ยอมรับสมมติฐาน
2.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.6 จำนวนเพื่อนร่วมงานในที่ทำงานที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2.7 ระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักมาที่ทำงานที่แตกต่างกันทำให้พนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน	F-test	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
การฝังเครื่องสำอางที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน		
3.1 ปัจจัยการฝังเครื่องสำอางที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางใน	Multiple linear regression	

ห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร	
1. ด้านความลงตัว	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ด้านความเชื่อมโยง	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. ด้านสิ่งที่ต้องสละ	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลจากการค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการฝั่งตรงในงานของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัย พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงาน และภูมิสำเนา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการฝั่งตรงในงานไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากการทำงานของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะของงานที่ได้รับมอบหมาย การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยเน้นการกำหนดเป้าหมายเพื่อให้บรรลุตามที่กำหนดไว้ร่วมกัน มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม ดังนั้นขอบเขตในเรื่องของอายุ สถานภาพ โสัด สมรส หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี หรือปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน ภูมิสำเนากรุงเทพและปริมณฑล หรือต่างจังหวัด จึงไม่ได้ส่งผลกับการฝั่งตรงในงานมีความแตกต่างกัน สิ่งที่มีความแตกต่างกันในเรื่องระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักมาที่ทำงานมีความแตกต่างกันโดยพนักงานที่ใช้เวลาในการเดินทางจากที่พักไม่เกิน 30 นาทีจะมีผลทำให้มีการฝั่งตรงในงานมากกว่าพนักงานที่ใช้เวลาในการเดินทางจากที่พักไปทำงานมากกว่า

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า สถานภาพที่ต่างกัันมีผลต่อความตั้งใจลาออกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยสถานภาพโสดมีความตั้งใจลาออกมากกว่าสมรสและหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ อาจเนื่องมาจากพนักงานที่สมรสแล้วมีการลงหลักปักฐานใกล้ที่ทำงานและมีการะและหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบต่อครอบครัวมากขึ้น มีผลให้มีความอดทนในการทำงานและเกิดการเปลี่ยนงานใหม่น้อย โดยพนักงานที่มีสถานภาพโสดกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงหรือทดลองงานใหม่ ๆ ที่คิดว่าดีกว่า

3. การฝั่งตรงในงานที่มีผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยความลงตัวกับองค์กรและสภาพแวดล้อม

โดยรอบ ด้านความเชื่อมโยงกับบุคคลในองค์กรและครอบครัว และด้านสิ่งที่ต้องสละทางวัตถุหรือจิตใจเมื่อออกจากงาน จากการวิจัย พบว่า การฝังตริงในงานด้านความหลงตัวกับองค์กรและสภาพแวดล้อมโดยรอบระดับสูงสุด รองลงมา คือ ด้านสิ่งที่ต้องสละทางวัตถุหรือจิตใจเมื่อออกจากงาน และความเชื่อมโยงกับบุคคลในองค์กรและครอบครัว ตามลำดับ ปัจจัยย่อยในกลุ่มตัวอย่างพนักงานเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ความสัมพันธ์ที่กระหว่างเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมงานเป็นเสมือนครอบครัว รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย มีความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน มีโอกาสได้รับการอบรม การเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรได้รับการยอมรับจากสังคมและทำให้ครอบครัวรู้สึกภูมิใจ ดังนั้นนอกจากคำตอบแทนในการทำงานแล้วการฝังตริงในงานในด้านความหลง ความเชื่อมโยง และสิ่งที่ต้องสละจากองค์กรและชุมชนมีผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการฝังตริงในงานทั้งด้านองค์กรและด้านชุมชน ด้วยการจัดสวัสดิการต่างๆเพื่อสร้างการฝังตริงในงานกับองค์กรเพิ่มมากขึ้น มีนโยบายสวัสดิการแยกสำหรับพนักงานเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่มีสถานภาพโสด เช่น มีสวัสดิการสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศฟรีหรือในราคาพิเศษ หรือสวัสดิการให้วันลาในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือกลับภูมิลำเนาต่างจังหวัด เพิ่มขึ้นปีละ 3 วัน เพราะพนักงานที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญกับงานหรือองค์กรที่มีความยืดหยุ่นเรื่องตารางเวลา ส่วนพนักงานที่มีสถานภาพสมรสเน้นให้สวัสดิการที่เกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกับครอบครัว
2. จัดให้มีการมอบรางวัลหรือเข็มที่ระลึก เพื่อยกย่องพนักงานที่มีอายุการทำงานมากกว่า 10 ปีทุกๆปี เพื่อให้พนักงานที่ทำงานกับองค์กรในระยะยาวรู้สึกภูมิใจ ที่องค์กรเห็นคุณค่า เป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานภายในองค์กร
3. องค์กรควรมีนโยบายในการจัดสรรหรือโอนย้ายพนักงานไปอยู่ในสาขาที่ใกล้ภูมิลำเนาและครอบครัว เพื่อลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการเดินทางจากที่พักไปทำงาน เพื่อให้พนักงานเกิดการสูญเสียเมื่อต้องออกจากงาน ส่งผลให้ลดอัตราการลาออกของพนักงาน
4. จัดให้มีการฝึกอบรมหัวหน้างานในแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่องเพราะเป็นผู้จูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อการฝังเครื่องฝังในงาของพนักงานขายเครื่องสำอาง หรือหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้มีการนำการฝังเครื่องฝังในงามาใช้ให้แพร่หลายเพิ่มมากขึ้น
2. ควรศึกษาเรื่องความต้องการในการพัฒนาตนเองของพนักงานขายเครื่องสำอาง เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการพัฒนาบุคคลให้มีประสิทธิภาพต่อพนักงานขายเครื่องสำอางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *จอมปราชญ์นักการศึกษา: สังเคราะห์ วิเคราะห์ และประยุกต์แนวทางพระราชดำรัสด้านการศึกษและพัฒนาคน*. กรุงเทพมหานคร: ด้านสหวิชาการพิมพ์.
- เกวลิน พวงย่อยแก้ว เศรษฐกร, สมฉวี ศิริโสภณา, มัญชวี พอบทิพย์, และณัทภิกขพัฒน์ หอมวิจิตรกุล. (2561). ทฤษฎีการฝังเครื่องฝังในงา: การทบทวนวรรณกรรม Job Embeddedness Theory: A Literature Review. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 5(2), 161–173.
- ณัฐพันธ์ เชจรมันท์. (2545). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐพร จริยะปัญญา. (2556). *การวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการถ่ายทอดทางสังคมในองค์กร การฝังเครื่องฝังในงา และความอยู่ดีมีสุขของพนักงานธนาคาร*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธัญชนก ศรีสวัสดิ์. (2556). *การศึกษาแนวทางการปฏิบัติในการธำรงรักษาบุคลากรที่มีสมรรถนะสูง: กรณีศึกษา สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม
- ธำรงค์ศักดิ์ คงสวัสดิ์. (2550). *Competency ภาคปฏิบัติ เขาทำกันอย่างไร?*. กรุงเทพมหานคร. พิมพ์ครั้งที่ 2. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- นิลเนตร วีระสมบัติ. (2552). *การคงอยู่ของแพทย์ในโรงพยาบาลชุมชนของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปรกรณ์ ลิ่มโยธิน. (2555). *ตัวแบบสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะลาออกจากงานของพนักงานโรงแรมในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

กรมการจัดหางาน. (2560). *วารสารสถานการณ์ตลาดแรงงาน*. สืบค้นวันที่ 7 มกราคม 2562. ได้จาก: <https://www.doe.go.th/prd/lmia/knowledge/param/site/131/cat/20/sub/0/pull/category/view/cover-view>

คิณีย์ สังข์ศรี. (2544). “การสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ”. *วารสารพัฒนาชุมชน*. 40 (เมษายน 2544): 32–36.

สลักจิต ดันติบุญทวีวัฒน์ และศันนางค์ มณีศรี. (2556). อิทธิพลของความเป็นส่วนหนึ่งในงาน ความพึงพอใจในงานและ ความผูกพันกับองค์กรต่อความตั้งใจลาออก. *Veridian E-Journal*, 6(3), 699–717.

สวรรณกมล จันทร์มะโน. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกจากงานของพนักงานสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. (7)1 (มกราคม – เมษายน 2557).

อรยา วิศวะไพศาล และเชมกร ไชยประสิทธิ์. (2558). ความพึงพอใจในงานของพนักงานฝ่ายวิจัยทางคลินิกในประเทศไทย ขององค์การรับทำวิจัยตามสัญญา. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. (1) 4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2558).

อัศรัตน์ พูลกระจ่าง. (2552). *การพัฒนารูปแบบฝึกอบรม เพื่อพัฒนาพนักงานระดับปฏิบัติการสายการผลิตในสถานประกอบการ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Mitchell, T.R.; Holtom, B.C.; Lee, T.W.; Sablynski, C.J. and Erez, M. (2001). Why People Stay: Using Job Embeddedness to Predict Voluntary Turnover. *Academy of Management Journal*. 44: 1102–1121.