

โมเดลความผูกพันทางความรู้สึกของเยาวชนต่อพรรคการเมือง



นายพรรคพล กิรติภราดร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE AFFECTIVE COMMITMENT MODEL OF YOUTH TO THE POLITICAL PARTY

Mr. Pakapol Keeratiparadorn



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Psychology

Faculty of Psychology

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

พรรคพล กীরติภราดร : โมเดลความผูกพันทางความรู้สึกของเยาวชนต่อพรรคการเมือง
(THE AFFECTIVE COMMITMENT MODEL OF YOUTH TO THE POLITICAL PARTY)

อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร. ประพิมพ์พา จรัสรัตนกุล, 74 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โมเดลอิทธิพลของความเข้ากันของยุวประชาธิปไตย กับพรรคประชาธิปไตย และภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย ที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวต้นต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน ของยุวประชาธิปไตย อายุ ในช่วง 18 ถึง 24 ปี จำนวน 234 คน ตอบมาตรวัดภาพลักษณ์องค์กร มาตราวัดความเข้ากันของ บุคคลกับองค์กร มาตราวัดการระบุตัวต้นต่อองค์กร และมาตราวัดความผูกพันทางความรู้สึก ศึกษา โดยการวิเคราะห์เส้นทาง และโมเดลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. โมเดลความผูกพันทางความรู้สึกของยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปไตย มีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี $\chi^2 = 250.016$, $df = 224$, $p = .112$, GFI = .917, CFI = .992, RMSEA = .022

2. การระบุตัวต้นต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากัน ของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตยที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

3. ไม่มีอิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวต้นต่อพรรคประชาธิปไตยต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตยที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ

สาขาวิชา จิตวิทยา

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5677615738 : MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORDS: ORGANIZATIONAL COMMITMENT / PERSON-ORGANIZATION FIT / ORGANIZATIONAL IMAGE / ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION

PAKAPOL KEERATIPARADORN: THE AFFECTIVE COMMITMENT MODEL OF YOUTH TO THE POLITICAL PARTY. ADVISOR: PRAPIMPA JARUNRATANAKUL, Ph.D., 74 pp.

The purpose of this study was to examine relationships of organizational image, person–organization fit, organizational identification, and affective commitment. Two–hundred and thirty–four ‘Youngdemocrats’ in the age of 18 to 24 completed a self–report questionnaire including organizational image scale (OI), person–organization fit scale (P–O FIT), organizational identification scale (OID), and affective commitment scale (AC). The path analysis was employed to examine the research model.

The results:

1. The affective commitment model of Youngdemocrats to the Democrat party had a good–fit with the empirical model $\chi^2 = 250.016$, $df = 224$, $p = .112$, GFI = .917, CFI = .992, RMSEA = .022.
2. Organizational identification mediated between person–organization fit and affective commitment ($p < .01$).
3. The mediating role of organizational identification was not found for the relationship between organizational image and affective commitment.

Field of Study: Psychology

Academic Year: 2015

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตากรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ จึงขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ประพิมพ์า จรัสรัตนกุล ที่คอยให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลืออย่างเต็มที่มาโดยตลอด

กราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.อภิขญา ไชยวุฒิกรณ์วานิช ศาสตราจารย์ ดร.บุญเรียง ขจรศิลป์ รองศาสตราจารย์ ดร.อวยพร เรืองตระกูล และ อาจารย์ ดร.ทิพย์นภา หวนสุริยา ที่ได้ ให้คำแนะนำ และความรู้แก่ผู้วิจัยตั้งแต่ช่วงโครงสร้างของการวิจัยนี้

กราบขอบพระคุณคณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งฝ่ายวิชาการ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายอาคารสถานที่ฯ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายอื่น ๆ ที่ให้ความเมตตาแก่ผู้วิจัยตลอดเวลาที่ได้ศึกษาอยู่

กราบขอบพระคุณ นายนราพัฒน์ แก้วทอง ประธานศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปัตย์ นายณัฐ บรรัตฐาน ผู้อำนวยการศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปัตย์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์เยาวชน พรรคประชาธิปัตย์ ที่ได้เมตตา และอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ สาขาจิตวิทยาสังคม และสาขาจิตวิทยาการปรึกษาทุกคนที่คอย ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ขอกราบของพระคุณ คุณพ่อ-คุณแม่ นายสมพงษ์ กิรติภราดร และนางนารีรัตน์ กิรติภราดร ที่เข้าใจ และสนับสนุนทั้งกำลังใจ และกำลังทรัพย์ในการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหาทางานวิจัย.....	1
1.1 เยาวชน กับความผูกพันต่อองค์การทางการเมือง	1
1.2 ความผูกพันต่อองค์การ.....	3
1.3 ความผูกพันทางความรู้สึกของเยาวชนกับพรรคการเมือง	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดความผูกพัน (Commitment).....	6
2.2 ความผูกพันต่อองค์การ (Organizational commitment)	7
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์การ.....	8
2.4 ทฤษฎีความผูกพันทางความรู้สึก.....	9
2.5 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันทางความรู้สึก	10
2.5.1 การระบุตัวตนต่อองค์การ (Organizational Identification).....	10
2.5.2 ภาพลักษณ์องค์การ (Organizational Image).....	12
2.5.3 ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ (Person-Organization fit: P-O fit)	13
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
4. วัตถุประสงค์.....	18

5. กรอบแนวคิดการวิจัย.....	19
6. คำจำกัดความที่ใช้ในงานศึกษา.....	19
7. สมมติฐานในการศึกษา.....	21
8. ขอบเขตการวิจัย.....	22
9. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	22
10. ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	23
บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	24
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	26
3. ขั้นตอนในการจัดทำแบบสอบถาม.....	27
4. การให้คะแนนการตอบ.....	28
5. การเตรียมข้อมูลก่อนวิเคราะห์.....	28
6. การหาความเที่ยงของมาตรวัด.....	29
7. การหาความตรงของมาตรวัด.....	31
8. สถิติที่ใช้ในการศึกษา.....	34
9. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
9.1 ขั้นตอนเตรียมการ.....	35
9.2 ขั้นตอนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
10. การเก็บรักษาข้อมูล และการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง.....	36
บทที่ 3 ผลการวิจัย.....	37
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย.....	38
ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้เข้าร่วมการวิจัย.....	39
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เบื้องต้น.....	42

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	45
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เพิ่มเติม	51
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิเคราะห์	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	58
รายการอ้างอิง	62
ภาคผนวก.....	68
ภาคผนวก ก.	69
ภาคผนวก ข.	70
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	74



สารบัญตาราง

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (N = 234)	40
ตาราง 2 สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ ค่าเฉลี่ยความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปัตย์ ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ค่าเฉลี่ยการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ และค่าเฉลี่ยความผูกพันทางความรู้สึก	42
ตาราง 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความผูกพันทางความรู้สึก.....	43
ตาราง 4 สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล กับความผูกพันทางความรู้สึก.....	44
ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ระหว่างตัวแปรใน โมเดล.....	49
ตาราง 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	50

สารบัญภาพ

ภาพ 1 อิทธิพลจากความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ กับการระบุตัวตนต่อองค์การ.....	15
ภาพ 2 อิทธิพลจากภาพลักษณ์องค์การ กับการระบุตัวตนต่อองค์การ.....	17
ภาพ 3 โมเดลความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ	18
ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย	19
ภาพ 5 ตัวอย่างมาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์.....	29
ภาพ 6 ตัวอย่างมาตรวัดความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์.....	30
ภาพ 7 ตัวอย่างมาตรวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์.....	31
ภาพ 8 ตัวอย่างมาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์.....	31
ภาพ 9 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์	32
ภาพ 10 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรวัดความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์	33
ภาพ 11 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ...	33
ภาพ 12 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อ พรรคประชาธิปัตย์	34
ภาพ 13 โมเดลสมการโครงสร้างความผูกพันทางความรู้สึก.....	46
ภาพ 14 โมเดลหลักขอการวิจัย อิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ (OID).....	52

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหางานวิจัย

ส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์การคือ สมาชิก ผู้ที่จะช่วยให้องค์การไปสู่เป้าหมายขององค์การ ทูกองค์การจึงต้องการสมาชิกให้อยู่ช่วยองค์การไปสู่ความสำเร็จ แต่ไม่ได้หมายความว่าสมาชิกจะอยู่กับองค์การตลอดไป องค์การจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยที่คอยยึดเหนี่ยวให้สมาชิกยังคงอยู่กับองค์การต่อ

1.1 เยาวชน กับความผูกพันต่อองค์การทางการเมือง

เยาวชนมีส่วนสำคัญต่อทิศทางการเมืองของประเทศ เพราะเยาวชนมีสิทธิในการเลือกตั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ที่บัญญัติลงในรัฐธรรมนูญว่า ผู้ที่ “มีอายุไม่ต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ในวันที่ 1 มกราคม ของปีที่มีการเลือกตั้ง” เป็นผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้ง (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 5) พุทธศักราช 2538) (ราชกิจจานุเบกษา, 2550) เปลี่ยนแปลงจาก ปี พ.ศ.2534 ที่ให้เฉพาะผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเท่านั้นถึงจะมีสิทธิเลือกตั้ง และใช้เกณฑ์อายุ 18 ปีเรื่อยมาจนปัจจุบัน ความสำคัญทางการเมืองของเยาวชนซึ่งมีสิทธิทางการเมือง จึงเป็นที่มาของการจัดกิจกรรมมากมาย ทั้งจากภาครัฐ และองค์กรทางการเมืองอื่น ๆ ที่สร้างเครือข่ายกลุ่มเยาวชนขึ้น อาทิเช่น

“ยุวชนประชาธิปไตย เครือข่ายแห่งรัฐสภา” (Democratic Youth Thai Parliament) ที่จัดขึ้นโดยรัฐสภาผ่านสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ การมีส่วนร่วมในระบอบการเมืองแบบประชาธิปไตย และเปิดโอกาสให้เยาวชนทั่วภูมิภาคอย่างเท่าเทียม (กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร, 2557)

“สถาบันเยาวชนเพื่อไทย” จัดขึ้นโดยพรรคเพื่อไทย เปิดตัวขึ้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2556 ก่อนที่จะระงับกิจกรรมทั้งหมดจากสถานการณ์ทางการเมืองในขณะนั้น โดยชวาทะ “เพราะโลกนี้ไม่ได้มีแค่ผู้ใหญ่” พร้อมจัด 3 โครงการตามกลุ่มอายุได้แก่ กลุ่มนักเรียนระดับมัธยม กลุ่มนิสิตนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา และกลุ่มที่เพิ่งจบใหม่ (สถาบันเยาวชนเพื่อไทย)

“คิดสร้างชาติ” จัดตั้งขึ้นโดยสถาบันออกแบบอนาคตประเทศไทย (Future Innovation Thailand: FIT) ดำเนินโครงการระดมความคิดของเยาวชนต่อการเมืองและการเปลี่ยนแปลงทาง

การเมือง เป็นเวทีเสนอความคิดและข้อเสนอของเยาวชนสู่สาธารณะเพื่อชิงรางวัล เป็นช่องทางแสดงทัศนะทางการเมืองของเยาวชน

“ยุวประชาธิปไตย” จัดตั้งขึ้นโดยศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปัตย์ เปิดตัวขึ้นเมื่อปี 2549 ภายใต้ชื่อ “สำนักกิจการเยาวชน พรรคประชาธิปัตย์” (ยุวประชาธิปไตย) และดำเนินกิจกรรมเยาวชน แบ่งออกเป็นส่วนตามช่วงอายุ การศึกษา และภูมิภาคต่าง ๆ มีโครงการที่หลากหลายตามช่วงวัย และความเหมาะสมกับภูมิภาค เช่น อินเทอร์เน็ตชิปพรรคประชาธิปัตย์สำหรับเยาวชนระดับอุดมศึกษา และ ค่ายรักดีสำหรับเยาวชนในพื้นที่ต่าง ๆ เป็นต้น รวมถึงรับสมัครสมาชิกเยาวชนที่สนใจร่วมกิจกรรมและเป็นสมาชิกยุวประชาธิปไตย (ยุวประชาธิปไตย)

ในพรรคการเมืองได้ให้ความสำคัญกับเยาวชน เนื่องจากเยาวชน ถือเป็นกลุ่มคะแนนเสียงใหม่ (First voter) คือจะอยู่ในกลุ่มของคนที่ได้มีสิทธิลงคะแนนทางการเมืองเป็นครั้งแรก ถ้าสามารถทำให้กลุ่มเยาวชนเลือกพรรคของตนเองได้แล้วนั้นนอกจากจะเป็นการเพิ่มคะแนนเสียงใหม่แล้ว ถ้าสามารถทำให้เยาวชนมีความผูกพันกับพรรคการเมืองได้ ก็จะเป็นฐานเสียงที่ดีของพรรคการเมืองในการลงคะแนนเสียงครั้งต่อ ๆ ไป

แต่ละพรรคการเมืองจึงจัดกิจกรรมขึ้นเพื่อเปิดพื้นที่ให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านโครงการที่พรรคจัดขึ้น เพื่อเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นทางการเมืองของเยาวชน สร้างเครือข่ายเยาวชนของพรรคการเมืองเหล่านั้น และดำรงความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับพรรคการเมืองให้ผูกพันกันต่อไป เยาวชนกับความผูกพันต่อพรรคการเมืองจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรศึกษา

กลุ่มเยาวชนที่มีความสัมพันธ์กับพรรคการเมืองที่น่าสนใจกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ “ยุวประชาธิปไตย” (Youngdemocrat) เพราะเป็นกลุ่มเยาวชนที่พรรคประชาธิปัตย์ได้จัดตั้งขึ้นมาแล้วถึง 9 ปี และโครงการต่าง ๆ อยู่ภายใต้การดูแลของศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งมีหลายหลายที่สามารถให้สมาชิกเข้าร่วมได้แม้จะเคยทำกิจกรรมกับโครงการอื่นมาก่อน และยังมีกิจกรรมอาสาสมัคร ภายใต้ชื่อ ยุวประชาธิปไตย เช่น ยุวอาสา ที่รวมกลุ่มเยาวชนที่เคยร่วมกิจกรรมกับพรรคประชาธิปัตย์เพื่อทำประโยชน์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าในช่วงเหตุการณ์มหาอุทกภัยเมื่อ พ.ศ.2554 เป็นต้น (ยุวประชาธิปไตย) พรรคประชาธิปัตย์จึงเป็นพรรคที่มีรากฐานกิจกรรมกับเยาวชนในหลายกิจกรรม และมีความต่อเนื่องต่างจากองค์กรอื่นที่นิยมมีโครงการเป็นรุ่นแล้วจบไปอย่างเช่น “ยุวชนประชาธิปไตย เครือข่ายแห่งรัฐสภา” หรือ “คิดสร้างชาติ”

1.2 ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) เป็นตัวแปรหนึ่งที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behavior) และสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในองค์กรต่อ เพราะหากองค์กรมีสมาชิกที่มีความสามารถสูง สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่จะไม่มี ประโยชน์ หากสมาชิกคนนั้นไม่ได้อยู่เป็นสมาชิกในระยะยาว (Colquitt, Lepine, & Wesson, 2009)

การศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ถูกพัฒนามาตลอดในช่วง 40 ที่ผ่านมา มีการศึกษาสาเหตุ หรือปัจจัยที่มีผลต่อการผูกพันต่อองค์กรในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

ในด้านของหัวหน้า เช่น การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้าและลูกน้อง (Leader-Member Exchange Theory), ลักษณะของผู้นำ และการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร (Eisenberger et al., 2010)

ในด้านความเข้ากันของบุคคลกับองค์กรในด้านวัฒนธรรม (Person-Organization culture fit) O'Reilly, Chatman, และ Caldwell (1991) และ Meyer, Hecht, Gill, และ Toplonysky (2010) พบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์กรในด้านวัฒนธรรม มีผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร มากขึ้น ทั้งในองค์กรของรัฐ โรงงาน และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัย รูปแบบของความเข้ากันของ บุคคลกับองค์กร คือการประสานกันระหว่างบุคคล และองค์กร ทำให้รูปแบบการกระทำ หรือ เจตคติของบุคคลจะถูกอิทธิพลจากค่านิยม และหากเป็นค่านิยมที่มีความเข้ากันของบุคคลกับองค์กร การกระทำและเจตคติของบุคคลจะอยู่ภายใต้กรอบของค่านิยมขององค์กรด้วย (O'Reilly et al., 1991) ในด้านภาพลักษณ์องค์กร (Organizational image) Jussila, Byrne, และ Tuominen (2012) เสนอว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรได้แก่ การระบุตัวตน ต่อองค์กร ความมั่นใจในตัวเองโดยมีพื้นฐานจากองค์กร (Organization-base self-esteem) และ ความเป็นเจ้าของทางจิตวิทยา (Psychological ownership) ในการศึกษาของ Carmeli, Gilat, และ Weisberg (2006) กล่าวว่าภาพลักษณ์องค์กรมีความสำคัญต่อการโน้มน้าวบุคคลให้ยึดอยู่กับ องค์กร มีบทบาทต่อลูกจ้างในด้านการระบุตัวตนต่อองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร เพราะเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีจะทำให้สมาชิกเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กร และเพิ่มความมั่นใจในเองจากการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ในด้านการระบุตัวตนต่อองค์การ (Organizational identification) Carmeli และคณะ (2006) ศึกษาพบว่าการรับรู้ชื่อเสียงภายนอก และการระบุตัวตนต่อองค์การ ทำให้ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การของผู้ถือหุ้นในองค์การมากขึ้น เช่นเดียวกับ Buchanan (1974) และ Marique และ Stinglhamber (2011) ศึกษาพบในเจ้าหน้าที่ขององค์การรัฐ และโรงงาน และในสาขาอาชีพที่แตกต่างกัน การระบุตัวตนต่อองค์การทำให้เกิดอัตลักษณ์ของบุคคลจากองค์การ ภาพลักษณ์ของบุคคลที่เกิดขึ้นนั้นถูกสร้างขึ้นร่วมกับภาพลักษณ์ และความนิยมขององค์การ (Cheney, 1983) ยิ่งบุคคลยึดโยงกับองค์การมากเท่าไร การกระทำที่จะเกิดขึ้นของเขาจะถูกพิจารณาว่าเป็นกระทำที่มีผลต่อองค์การด้วย (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994)

จากข้างต้น แหล่งของการเกิดความผูกพันต่อองค์การ จึงมาจากทั้ง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวหน้า การระบุตัวตนต่อองค์การ ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ และภาพลักษณ์องค์การ แต่เนื่องจากงานศึกษาส่วนใหญ่ ศึกษาความผูกพันต่อองค์การในบริบทลูกจ้าง หรือสมาชิกขององค์การแล้วที่ได้รับเงินค่าตอบแทนต่อการทำงานในองค์การ มีงานศึกษาเพียงจำนวนน้อยที่ศึกษาความผูกพันในบริบทของการสมัครใจของสมาชิก ในองค์การที่ไม่ได้รับเงินเป็นค่าตอบแทนในการทำงาน (Bang, Ross, & Reio Jr, 2012; Dawley, Stephens, & Stephens, 2005; Shurbagi, 2014) และยิ่งพบงานศึกษาที่ศึกษาพฤติกรรมมององค์การในบริบทเยาวชนได้น้อยเช่นกัน มีบางงานที่ศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การในนักเรียน เช่นในงานของ Wilkins, Butt, Kratochvil, และ Balakrishnan (2015) ศึกษาอิทธิพลจากการระบุตัวตนต่อสังคม และการระบุตัวตนต่อองค์การต่อความผูกพันต่อองค์การ แต่ยังมีงานศึกษาความผูกพันต่อองค์การกับเยาวชนจำนวนน้อยอยู่

1.3 ความผูกพันทางความรู้สึกของเยาวชนกับพรรคการเมือง

ลักษณะการทำกิจกรรมของเยาวชนกับพรรคการเมือง มีลักษณะรูปแบบที่แตกต่างกับการทำงาน หรือเป็นลูกจ้างในองค์กรในเรื่องค่าตอบแทนที่เป็นเงิน เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมกับพรรคการเมืองไม่ได้รับเงินเป็นสิ่งตอบแทนการทำกิจกรรม จึงมีความแตกต่างกับงานศึกษา ก่อนหน้าที่ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรในบริษัทที่เป็น พนักงาน เจ้าหน้าที่ ลูกจ้าง หรือสมาชิก ที่ได้รับเงินตอบแทนจากการทำงานในองค์กร ด้วยเหตุนี้ การเข้าร่วมกิจกรรมพรรคการเมืองของ เยาวชน จึงอยู่ในรูปแบบของกิจกรรมจิตอาสาที่ทำด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้หวังเงิน เป็นค่าตอบแทน

ในงานศึกษาของ Dawley และคณะ (2005) พบว่าความผูกพันทางความรู้สึก เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลมากกว่าความผูกพันในการอยู่ต่อ และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน ในงานที่เป็นอาสาสมัคร อธิบายได้ว่า ลักษณะของความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กร เป็นกระบวนการทางความรู้สึกภายในจิตใจ สอดคล้องกันกับการอาสาสมัครที่เกิดจากความรู้สึก เช่นเดียวกัน ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรทำให้คน “อยาก” ที่จะอยู่ในองค์กรแห่งนี้ จากกันบึ่งหัวใจ ไม่ใช่การคำนวณผลได้เสีย หรือ ความรู้สึกของการเสียสละจึงอยู่ต่อ เป็นความผูกพัน ในระดับจิตใจ (Jussila et al., 2012) สิ่งที่ทำให้เกิดความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรจึงมาจาก กระบวนการภายในจิตใจของบุคคล เช่น การระบุตัวตนต่อองค์กร (Jussila et al., 2012) ความ เข้ากันของบุคคลกับองค์กร (Alniaçik, Alniaçik, Erat, & Akçin, 2013)

ในงานศึกษาของ Carmeli และคณะ (2006) พบว่าการรับรู้ความนับถือจากภายนอกที่มี พื้นฐานมาจากภาพลักษณ์ขององค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กร โดยมี การระบุตัวตนต่อองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน Meyer และคณะ (2010) พบอิทธิพลจาก ความเข้ากันของบุคคลกับองค์กร ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร Demir, Demir, และ Nield (2015) พบอิทธิพลจากความเข้ากันของบุคคลกับองค์กร ที่มีต่อการระบุตัวตนต่อองค์กร และการระบุตัวตน ต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กร (Carmeli et al., 2006; Marique & Stinglhamber, 2011)

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาต่อยอดความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กร ในประเด็น เยาวชนที่มีต่อพรรคการเมือง โดยศึกษาอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ความเข้ากันของบุคคล กับองค์กร และภาพลักษณ์องค์กร โดยมีการระบุตัวตนต่อองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน การศึกษา การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างของความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรนี้ ผลการวิจัยจะเปิด ขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับองค์กรในบริบท หน่วยงานใหม่ที่เกี่ยวข้องกับ เยาวชน และ พรรคการเมือง ในฐานะองค์กรทางการเมือง และสามารถประยุกต์แผนดำเนินงานเกี่ยวกับเยาวชนที่เกี่ยวข้อง กับความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรได้

2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดความผูกพัน (Commitment)

Kiesler และ Sakumura (1966) ให้ความหมายเกี่ยวกับความผูกพันในบริบทของจิตวิทยา สังคมว่าคือ สิ่งที่ผูกมัดบุคคลกับการกระทำที่แสดงออก เมื่อบุคคลผูกพันอยู่กับสิ่งใดหนึ่งแล้ว การ กระทำที่บุคคลจะแสดงออก จะได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่บุคคลผูกพันอยู่ จะเกิดการพิจารณาคุณ และโทษ ที่เกิดจากการกระทำต่อสิ่งที่ผูกพันอยู่ด้วย

Klein, Molloy, และ Brinsfield (2012) ให้ความหมายความผูกพัน ในอีกความหมายหนึ่งว่า ความผูกพันคือรูปแบบหนึ่งของการผูกมัดทางจิตใจระหว่างบุคคลและเป้าหมาย การผูกมัดทางจิตใจ อย่างสมัครใจ ที่สะท้อนถึงการอุทิศให้ถึง และความรับผิดชอบต่อเป้าหมายโดยเฉพาะ หมายความว่า ความผูกพันจะเกิดขึ้นในระดับจิตใจของบุคคล และการเกิดขึ้นจะต้องประกอบไปด้วย บุคคล และเป้าหมายที่จะผูกพัน และเมื่อบุคคลยอมรับที่จะมีความผูกพัน จะก่อให้เกิดพฤติกรรมของบุคคลที่ เต็มใจกระทำเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อเป้าหมายที่บุคคลผูกพันอยู่

สรุปได้ว่า ความผูกพันคือสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล ยึดโยงบุคคลเข้ากับสิ่งใดหนึ่งที่เป็นเป้าหมายของความผูกพัน ทำให้เมื่อบุคคลจะมีพฤติกรรมใดที่มีความเกี่ยวข้องกับเป้าหมายที่ผูกพันแล้วนั้นจะให้ความสำคัญในการไตร่ตรองถึงผลต่อเป้าหมายนั้นก่อน

2.2 ความผูกพันต่อองค์การ (Organizational commitment)

ความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวแปรหนึ่ง ที่นิยามศึกษากันในบริบทแนวคิดของพฤติกรรมองค์การ เป็นประเด็นร่วมสมัยที่ศึกษามานานกว่า 40 ปี และยังเป็นประเด็นที่มีผู้ศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ให้นิยามของความผูกพันต่อองค์การไว้หลายท่าน เช่น

Mowday, Steers, และ Porter (1979) ความผูกพันต่อองค์การ เป็นความสัมพันธ์อย่างแน่นหนาระหว่างการระบุตัวตนของบุคคลเข้ากับความเกี่ยวข้องกั้องค์การ ยอมรับเป้าหมายขององค์การมาเป็นเป้าหมายของเรา และปฏิบัติตัวในฐานะสมาชิกเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายนั้น

Colquitt และคณะ (2009) ความผูกพันต่อองค์การ คือ ความต้องการของพนักงานที่จะอยู่เป็นสมาชิกในองค์การต่อไป หรือ ละทิ้งความอยากทำงานอื่นและอยู่กับองค์การต่อไป

Klein และคณะ (2012) มองความผูกพันต่อองค์การว่าเป็นการผูกมัดในระดับจิต (Psychology bond) ที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับความรู้สึกผูกพันกับองค์การ และการผูกพันนั้นมีเป้าหมายได้แก่ ผูกพันต่อองค์การ ผูกพันต่อทีม หรือ ผูกพันต่อหัวหน้า

Meyer, Allen, และ Gellatly (1990) ความผูกพันต่อองค์การ คือความรู้สึก หรืออารมณ์ที่บุคคลมีอย่างแข็งแกร่งต่อองค์การที่บุคคลระบุตัวเองไว้ มีส่วนเกี่ยวข้องกั้องค์การ และรู้สึกยินดีที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์การโดยไม่มีความคิดที่จะออกจากองค์การ

เมื่อนำนิยามของแต่ละท่านมาร้อยเรียงกัน ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์การ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์การ เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ต้องการลาออก หรือละทิ้งองค์การไป ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลอะไรก็ตาม และจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลกับการกระทำของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกั้องค์การ โดยจะคำนึงถึงผลได้ผลเสียต่อองค์การที่เป็นผลจากการกระทำของบุคคล

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์การ

โมเดลสามส่วนประกอบ (Three-component model: TCM) ของความผูกพันต่อองค์การ โดย Meyer และ Allen (1991) เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้ในชวงกว่า 20 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่มีการพัฒนามาตรวัดความผูกพันต่อองค์การนี้ขึ้น โดย Meyer และ Allen (1991) มองว่าการผูกพันกับองค์การที่ทำให้บุคคลยังอยู่กับองค์การต่อนั้นมีด้วยกัน 3 รูปแบบดังนี้

ความผูกพันทางความรู้สึก (Affective commitment) Allen และ Meyer พัฒนาขึ้นตามโมเดลสามส่วนประกอบ โดยพัฒนามาจากมาตร Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) ของ Mowday และคณะ (1979) (Meyer & Allen, 1991; Meyer et al., 1990) ที่กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์การในทางความรู้สึกชอบพอต่อองค์การ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของงาน ประสบการณ์การทำงาน และ ลักษณะของโครงสร้าง แต่ Allen และ Meyer กล่าวว่า เป็นความรู้สึกสบายใจกับองค์การ และบทบาทในงานที่ทำ หมายความว่า เมื่อเกิดความสบายใจในที่ทำงาน บุคคลก็เกิดความรู้สึกที่ดี ก็ยังคงอยู่ในองค์การต่อไป

ความผูกพันในการอยู่ต่อ (Continuance commitment) พัฒนาขึ้นจากแนวคิดสององค์ประกอบ ได้แก่ ความสำคัญ และการลงทุน เป็นการจำกัดทางเลือกของบุคคลทำให้เกิดการซึ่งน้ำหนักของการที่จะละทิ้งองค์การไป เพราะเกิด “การลงทุน” กับองค์การและคำนึงถึงส่วนได้หรือส่วนเสีย กำไรหรือขาดทุน จึงนำไปสู่การอยู่ต่อของบุคคล เป็นการอยู่ต่อเพราะเห็นว่าจำเป็นจะต้องอยู่ต่อไป

ความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (Normative commitment) คือความต้องการที่จะคงอยู่ในองค์การเพราะรู้สึกเป็นหนี้บุญคุณ เป็นหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ และรู้สึกว่าการกักตื้อต่อองค์การเป็นสิ่งที่สมควรกระทำ แต่การผูกพันเชิงบรรทัดฐานสามารถลดลง และหมดไปได้จากความรู้สึกที่ได้ชดใช้หนี้บุญคุณแล้ว

2.4 ทฤษฎีความผูกพันทางความรู้สึก

Klein และคณะ (2012) แก่ไขโครงสร้างความหมายของแนวคิดโมเดลสามส่วนประกอบของ Meyer และ Allen (1991) โดยการให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การในทางจิตวิทยาว่าเป็นความผูกพันที่เกิดขึ้นในระดับจิตใจ เป็นความรู้สึกที่ไม่เกี่ยวข้องกับปัจจัย ความสำคัญ การลงทุน ที่เป็นพื้นฐานของความผูกพันในการอยู่ต่อ หรือปัจจัยรอบข้างที่มีอิทธิพลที่เป็นความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน แต่มีความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การในความหมายของ Meyer และ Allen (1991) ที่เข้าข่ายความผูกพันต่อองค์การในความหมายของ Klein และคณะ (2012)

ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ ในความหมายของการศึกษานี้ คือ การผูกติดของอารมณ์ การระบุตัวตน และการเกี่ยวข้องในองค์การ ผู้ที่มีความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การสูงจะยังอยู่ในองค์การ เพราะ “ต้องการ” ที่จะอยู่ เป็นความปรารถนาที่จะอยู่โดยไม่ได้ผ่านการคิดคำนวณผลได้เสีย หรือเป็นหน้าที่ที่จะอยู่ในองค์การต่อ

เมื่อบุคคลรู้สึกผูกพันกับองค์การ ต้องการอยู่ในองค์การต่อไป การอยู่โดยมีความรู้สึกผูกพันรู้สึกดีในความสัมพันธ์กับองค์การ รู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง และพึงพอใจในความสัมพันธ์นั้น (Jussila et al., 2012) มีผลต่อความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจที่จะออกจากองค์การ (Marique & Stinglhamber, 2011)

2.5 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันทางความรู้สึก

ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การพัฒนาขึ้นจากการเข้าไปมีส่วนร่วม และยอมรับค่านิยมขององค์การให้ผสมรวมเข้ากับอัตลักษณ์ของบุคคล และจะเกี่ยวข้องกับเหตุผลในการกระทำของบุคคล (Meyer & Herscovitch, 2001) ซึ่งเป็นรากฐานของการระบุตัวตนต่อองค์การ (Herrbach, 2006) เป็นการให้ความหมายตนเองจากลักษณะขององค์การ การระบุตัวตนต่อองค์การเป็นตัวส่งผ่านระหว่าง ลักษณะของสมาชิก กับพฤติกรรมขององค์การ (Dutton et al., 1994) การระบุตัวตนต่อองค์การจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ (Buchanan, 1974; Cheney, 1983; Dutton et al., 1994; Marique & Stinglhamber, 2011)

2.5.1 การระบุตัวตนต่อองค์การ (Organizational Identification)

การระบุตัวตนต่อองค์การพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity Theory) คือเมื่อบุคคลอยู่ในสังคม บุคคลจะมีแนวโน้มที่จะจัดแบ่งกลุ่มของตัวเองและผู้อื่นในช่วงชั้นทางสังคม เช่น การเป็นสมาชิกขององค์การ กลุ่มทางศาสนา เพศ หรือกลุ่มช่วงวัย (Ashforth & Mael, 1989) โดยการแบ่งกลุ่มจะดูจากลักษณะเฉพาะมีลักษณะเด่นชัดของกลุ่มและบุคคล การแบ่งกลุ่มนั้นมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการพิจารณาผู้อื่นอย่างเป็นระบบตามลักษณะของกลุ่ม และให้บุคคลระบุ หรือนิยามตัวเองในสภาพแวดล้อมลักษณะทางสังคม (Ashforth & Mael, 1989) เมื่อบุคคลสามารถจัดกลุ่มตามหมวดหมู่ในสังคมแล้ว บุคคลจะรับรู้ถึงการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มใดหนึ่งที่ได้แบ่งออก และนิยามตัวเองเข้ากับกลุ่มนั้น (Mael & Ashforth, 1992)

การระบุตัวตนต่อองค์การ เป็นส่วนที่แคลงมาจากการระบุตัวตนต่อสังคม คือการที่บุคคลรับรู้ว่าตนเองอยู่ในองค์การ และการนิยามตนเองของบุคคลจะยึดโยงกับองค์การ อัตลักษณ์ของบุคคลจะผูกอยู่กับองค์การนั้น เป็นการแบ่งปันอัตลักษณ์ขององค์การเข้ามาเป็นอัตลักษณ์ของสมาชิก (Ashforth & Mael, 1989) เป็นการให้ความหมายตนเองด้วยความเป็นสมาชิกจากลักษณะขององค์การ และส่งผลถึงพฤติกรรมขององค์การ (Dutton et al., 1994) การระบุตัวตนต่อองค์การยังถูกนำมาใช้ในการจัดการ เจตคติ และพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นส่วนประกอบของจิตวิทยาในมุมมองความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกและองค์การ (Edwards, 2005)

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การระบุตัวตนต่อองค์การคือการผนวกรวมตนเองเข้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ รับผิดชอบต่อองค์การเข้าเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ทำให้พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะขององค์การด้วย การระบุตัวตนต่อองค์การยังช่วยระบุตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลในสังคมได้เช่นกันถึงสิทธิหน้าที่จากการเป็นสมาชิกในองค์การนี้

การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ เป็นตัวแปรที่แยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่มีความสัมพันธ์กัน (Dick, Becker, & Meyer, 2006; Gautam, Van Dick, & Wagner, 2004; Herrbach, 2006; Keh & Xie, 2009; Riketta, 2005) แม้ว่าจะมีส่วนที่ทับซ้อนกันระหว่างการระบุตัวตนต่อองค์การ กับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ เพราะองค์ประกอบของความผูกพันทางอารมณ์ประกอบไปด้วย การผูกติดทางอารมณ์ ความพัวพันเกี่ยวข้อง และการระบุตัวตน (Meyer et al., 1990) แต่มีความแตกต่างกันในสองประเด็นคือ (Ashforth & Mael, 1989) ได้อธิบายถึงโครงสร้างของการระบุตัวตนว่าเกิดขึ้นในระดับโครงสร้างของการตระหนักรู้ของคน ในขณะที่ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การเกิดขึ้นในระดับจิตจึงอยู่คนละกระบวนการ และประเด็นที่สองคือที่จุดสนใจของการระบุตัวตนต่อองค์การจะสนใจในตัวตน เป็นแหล่งอ้างอิงตัวตนของบุคคล เป็นการให้ความหมายตัวตนของบุคคล ในขณะที่ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การไม่ได้สนใจในจุดนี้ (Gautam et al., 2004) การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ จึงแตกต่างกันในการวัดอย่างมีนัยสำคัญ

การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การมีความเกี่ยวข้องกันตามงานศึกษาของ (Marique & Stinglhamber, 2011) ซึ่งศึกษาพบว่า การระบุตัวตนต่อองค์การ มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ และนำไปสู่พฤติกรรมองค์การ เช่นความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจที่จะออกจากงาน

ในงานศึกษาของ Carmeli และคณะ (2006) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การในกลุ่มตัวอย่างลูกจ้างในองค์การที่ทำอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า และสื่อ พบว่าการระบุตัวตนต่อองค์การ (Organizational Identification) ยังทำหน้าที่เป็นตัวส่งผ่าน จาก การรับรู้ความเคารพจากภายนอก สู่อารมณ์ผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ Carmeli ให้ความหมาย การรับรู้ความเคารพจากภายนอกมาจากภาพลักษณ์องค์การทำให้รับรู้ถึงการได้รับความเคารพจากภายนอก

2.5.2 ภาพลักษณ์องค์กร (Organizational Image)

ภาพลักษณ์องค์กร คือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าเป็นลักษณะเด่นขององค์กรในมุมมองของผู้อื่น (Dutton et al., 1994) เป็นสิ่งที่บุคคลรับรู้ถึงองค์กร เป็นโครงสร้างโดยรวม ของความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับองค์กร ภาพลักษณ์องค์กรมีลักษณะเป็นพลวัต อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามบุคคลผู้ บุคคล หรือสถานการณ์ (Tom, 1971) เป็นภาพรวม และความประทับใจที่เด่นชัดที่คนและถ้อยคำกลุ่ม เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกร่วมจากกลุ่ม และการสื่อสารที่องค์กรสร้างขึ้น (Atvesson, 1990) ถ้าสมาชิก เห็นว่าองค์กรมีภาพลักษณ์ที่น่าพึงพอใจ สมาชิกจะเพิ่มความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และมี พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่มากขึ้น แต่หากเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจ ผลลัพธ์ที่ออกมาจะไม่ดี เพราะภาพลักษณ์องค์กรมีความเกี่ยวข้องกับมโนภาพแห่งตน (Self-concept) ทำให้เกิดความหดหู่ เกิด ความตึงเครียด และอาจนำไปสู่การออกจากองค์กรในที่สุด (Dutton et al., 1994)

ภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อลักษณะ และระดับในการระบุตัวตนต่อองค์กรของสมาชิก เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้คนตระหนักถึงเมื่ออ้างอิงถึงการเชื่อมโยงและไม่เชื่อมโยงกับองค์กร (Dutton et al., 1994) การศึกษาภาพลักษณ์องค์กร ในบริบทบุคคลนั้นจึงเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ และการระบุ ตัวตนของบุคคล เพราะภาพลักษณ์องค์กรเชื่อมติดกับอัตลักษณ์ขององค์กรและมีส่วนสำคัญต่อการ ระบุตัวตนต่อองค์กร (Dukerich, Golden, & Shortell, 2002; Dutton et al., 1994; Sartore- Baldwin & Walker, 2011) เพราะเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี หรือสมาชิกรับรู้ว่าคุณค่าภายนอก มองภาพลักษณ์องค์กรในทางบวกก็จะระบุตัวตนต่อองค์กร เพื่อเสริมอัตตาหรือตัวตนของตนเอง (Dutton et al., 1994)

2.5.3 ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ (Person-Organization fit: P-O fit)

ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ คือ ความสอดคล้องกันระหว่าง บรรทัดฐานและค่านิยมขององค์การ และค่านิยมของบุคคล ที่มีผลต่อเจตคติ และพฤติกรรมของบุคคลจากการปฏิสัมพันธ์ของคนในสถานการณ์ต่าง ๆ (Chatman, 1989; O'Reilly et al., 1991) (Chatman, 1989; O'Reilly et al., 1991) สมาชิกที่ยอมรับในค่านิยมขององค์การการทำงานจะมีความกลมเกลียวกับองค์การ งาน และกลุ่ม ส่งผลต่อความผูกพันกับองค์การ หรือในบริบทที่ใกล้เคียงกัน (Demir et al., 2015)

Demir และคณะ (2015) ศึกษาพบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ มีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อองค์การ ในลูกจ้างโรงแรมห้าดาวในตุรกี และยังพบว่า ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการผลิต ศักยภาพในการทำงาน และความตั้งใจที่จะอยู่ในองค์การต่อ โดยมีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อองค์การ เป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยที่ความตั้งใจที่จะอยู่ในองค์การต่อเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นผลจากความผูกพันต่อองค์การ O'Reilly และคณะ (1991) และ Meyer และคณะ (2010) ศึกษาพบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การด้วย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาในบริบทเยาวชน และพรรคการเมือง ตามลักษณะของบริบทการทำกิจกรรมของเยาวชนไม่ได้มีหัวหน้าอย่างเป็นระบบ ไม่ได้ขึ้นตรงต่อหัวหน้าใด ๆ ไม่อาจทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้าและสมาชิกได้ ในการศึกษาครั้งนี้จึงไม่นำตัวแปรที่เกี่ยวกับหัวหน้าหรือผู้นำเข้าร่วมศึกษาด้วย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ

การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ เป็นตัวแปรที่แยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่มีความสัมพันธ์กัน (Dick et al., 2006; Gautam et al., 2004; Herrbach, 2006; Keh & Xie, 2009; Riketta & Dick, 2005) แม้ว่าจะมีส่วนที่ทับซ้อนกันระหว่าง การระบุตัวตนต่อองค์การ กับ ความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ เพราะองค์ประกอบของความผูกพันทางอารมณ์ประกอบไปด้วย การผูกติดทางอารมณ์ ความพัวพันเกี่ยวข้อง และการระบุตัวตน (Meyer et al., 1990) แต่มีความแตกต่างกันที่จุดสนใจ การระบุตัวตนต่อองค์การจะสนใจในตัวคน เป็นแหล่งอ้างอิงตัวตนของคุณคน เป็นการให้ความหมายตัวตนของคุณคน ในขณะที่ความผูกพันทางอารมณ์ไม่ได้สนใจในจุดนี้ การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันต่อองค์การ จึงแตกต่างกันในการวัดอย่างมีนัยสำคัญ (Gautam et al., 2004)

การระบุตัวตนต่อองค์การ และความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การมีความเกี่ยวข้องกันตามงานศึกษาของ Marique และ Stinglhamber (2011) ซึ่งศึกษาพบว่า การระบุตัวตนต่อองค์การ มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ และนำไปสู่พฤติกรรมมององค์การ เช่น ความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจที่จะออกจากงาน และในการศึกษาของ (Dawley et al., 2005) พบว่าความผูกพันทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมององค์การมากกว่า ความผูกพันในการอยู่ต่อ และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน

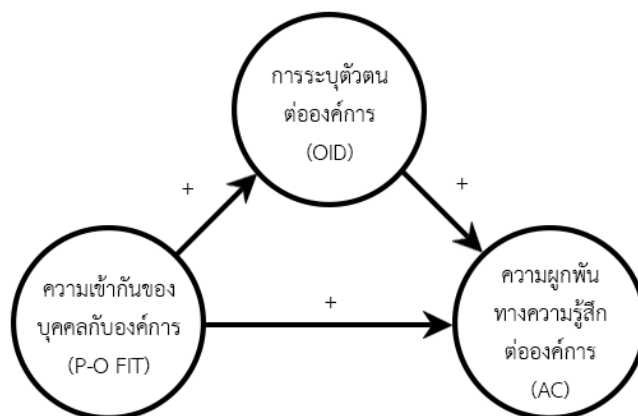
Cha, Chang, และ Kim (2014) ศึกษาพบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ ส่งผลต่อการระบุตัวตนต่อองค์การในลูกจ้างของโรงพยาบาล เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ Demir และคณะ (2015) พบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ ส่งผลต่อการระบุตัวตนต่อองค์การในการศึกษาลูกจ้างในโรงแรมห้าดาว เมื่อบุคคลยอมรับค่านิยมขององค์การ มีความเข้ากันระหว่างค่านิยมของบุคคลและค่านิยมขององค์การที่เหมาะสม จะเกิดการระบุตัวตนต่อองค์การขึ้น

Demir และคณะ (2015) ศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุจากความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ ไปสู่พฤติกรรมองค์การโดยมีการระบุตัวตนต่อองค์การเป็นตัวแปรส่งผ่าน จากการเก็บข้อมูล จากตัวอย่างที่เป็นลูกจ้างโรงแรมห้าดาวในประเทศตุรกี พบว่าการระบุตัวตนต่อองค์การ เป็นตัวแปรส่งผ่านจากความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ ไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมในการทำงาน คุณภาพของงาน และความตั้งใจที่จะอยู่ในองค์การ

O'Reilly และคณะ (1991) พบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ ด้วยการเทียบ วัฒนธรรมองค์การกับวัฒนธรรมของบุคคล สามารถทำนายความพึงพอใจในงานและความผูกพัน ต่อองค์การได้หลังจากที่วัดครั้งแรกหนึ่งปี และสามารถทำนายการลาออกได้สองปี

Meyer และคณะ (2010) ศึกษาอิทธิพลระหว่างความเข้ากันของบุคคลกับองค์การใน มุมความเข้ากันทางวัฒนธรรม และความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การต่อองค์การ ด้วยการ ศึกษาระยะยาว พบว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การมีผลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ และความตั้งใจที่จะอยู่ในองค์การต่อ

ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ จึงมีอิทธิพลทางบวกต่อ ความผูกพันทางความรู้สึกต่อ องค์การโดยมี การระบุตัวตนต่อองค์การเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังภาพ 1



ภาพ 1 อิทธิพลจากความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ กับการระบุตัวตนต่อองค์การ

สมมติฐานการวิจัย 1 ความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทาง ความรู้สึกต่อองค์การ โดยมีการระบุตัวตนต่อองค์การเป็นตัวแปรส่งผ่าน

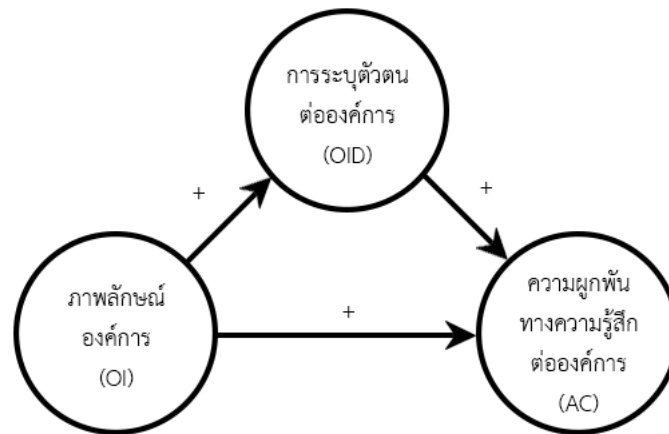
3.2 แนวคิด หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กร การระบุตัวตนต่อองค์กร และความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กร

Carmeli และคณะ (2006) ศึกษาพบอิทธิพลของการรับรู้ความนับถือจากภายนอก ต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กร พบว่าการระบุตัวตนต่อองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลจากการรับรู้ความนับถือจากภายนอก ต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรในบริษัทผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้าในอิสราเอล

ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมอธิบายว่า บุคคลจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพียงแค่องค์กรที่ทำงานอยู่ไม่เหมือนเดิม ถ้าสมาชิกเชื่อว่าอัตลักษณ์องค์กรมีการเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนา พฤติกรรมของสมาชิกจะเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การเปลี่ยนหัวหน้า งาน หรือรางวัลที่ได้รับ แต่จะเกิดขึ้นเมื่อภาพลักษณ์องค์กรเปลี่ยน พฤติกรรมของสมาชิกก็จะเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์จึงเป็นตัวกำหนดระดับของการระบุตัวตนต่อองค์กร เพราะเมื่อมีภาพลักษณ์เป็นที่น่าประทับใจ ก็จะเพิ่มระดับการระบุตัวตนให้ใกล้ชิดกับองค์กรมากยิ่งขึ้น ผ่านการนำเสนอตำแหน่งหน้าที่ทางสังคมของสมาชิกในองค์กร และมีส่วนต่อภาพลักษณ์ของสมาชิกจากการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ที่มีภาพลักษณ์น่าประทับใจเป็นส่วนต่อเติมของโครงสร้างตัวตนและความมั่นใจของบุคคล (Dutton et al., 1994)

Dukerich และคณะ (2002) พบว่าภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อองค์กร โดยแปลงนิยามภาพลักษณ์องค์กรคือการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ภายนอกของบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมองค์กร เช่น พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร โดยมีการระบุตัวตนต่อองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่าน

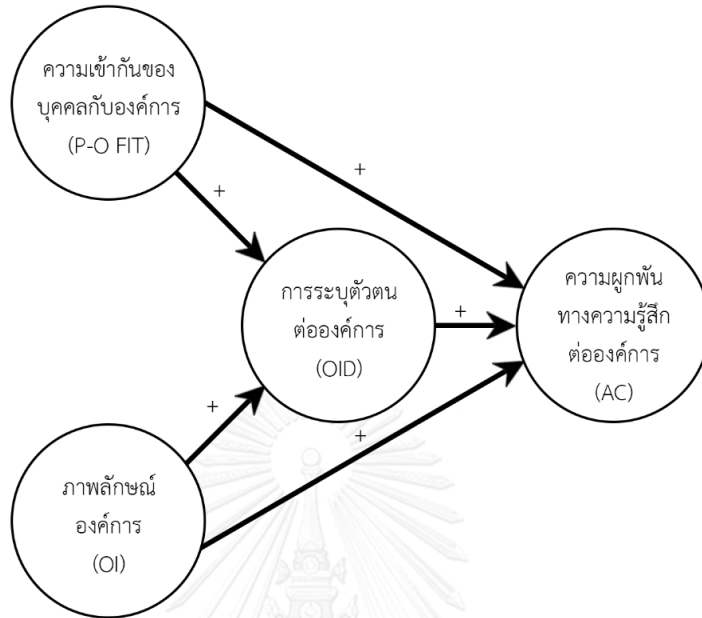
ภาพลักษณ์องค์กร จึงมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์กรโดยมีการระบุตัวตนต่อองค์กรเป็นตัวแปรส่งผ่านดังภาพ 2



ภาพ 2 อิทธิพลจากภาพลักษณ์องค์การ กับการระบุตัวตนต่อองค์การ

สมมติฐานการวิจัย 2 ภาพลักษณ์องค์การ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ โดยมีการระบุตัวตนต่อองค์การเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากอิทธิพลระหว่างตัวแปรดังที่ได้อภิปรายในข้างต้น สรุปแผนภาพเส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรได้ดังนี้

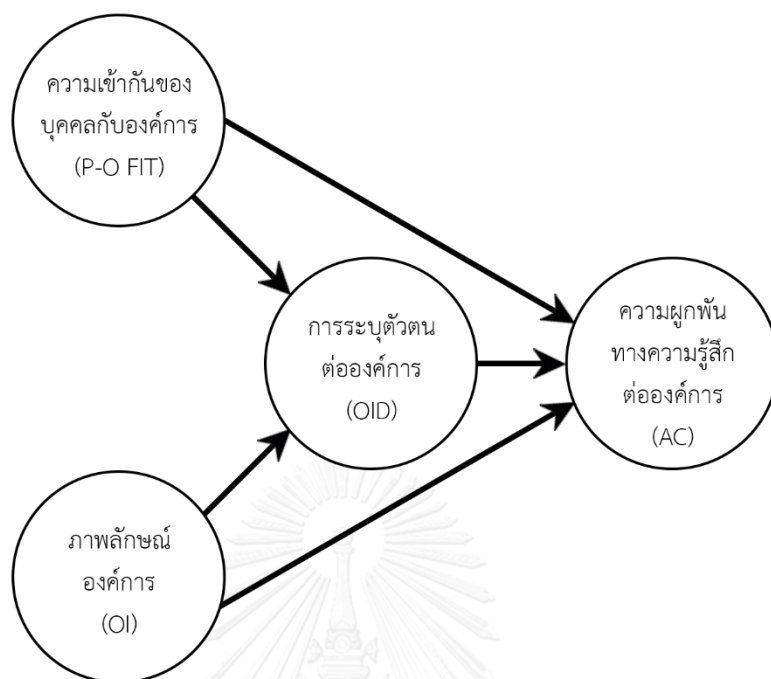


ภาพ 3 โมเดลความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ

4. วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โมเดลอิทธิพลของความเข้ากันของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย และภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย ที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. คำจำกัดความที่ใช้ในงานศึกษา

6.1 ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ (Affective commitment)

คือการผูกติดของอารมณ์ การระบุตัวตนต่อองค์การ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์การในแนวคิดโมเดลสามส่วนประกอบของ Meyer และคณะ (1990) ผู้ที่มีความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การสูงจะยังอยู่ในองค์การ เพราะ “ต้องการ” ที่จะอยู่เป็นความปรารถนาที่จะอยู่โดยไม่ได้ผ่านการคิดคำนวณผลได้เสีย หรือเป็นหน้าที่ที่จะอยู่ในองค์การต่อ

ในงานศึกษานี้คือความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ หมายถึง คະแนนที่ได้จากมาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ของเยาเวชน ประเมินความรู้สึกที่ตนเองมีต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยเยาเวชนที่มีความผูกพันทางความรู้สึกกับพรรคประชาธิปัตย์สูงจะยังทำกิจกรรมกับพรรคประชาธิปัตย์ เพราะ “ต้องการ” ที่จะทำ เป็นความปรารถนาที่ไม่ได้ผ่านการคิดคำนวณ หรือความคิดเสียสละที่จะทำกิจกรรมกับพรรคประชาธิปัตย์ต่อ โดยใช้มาตรวัด Affective

commitment วัดความผูกพันด้านอารมณ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของมาตรวัดความผูกพันต่อองค์กร โดย Meyer และคณะ (1990)

6.2 การระบุตัวตนต่อองค์กร (Organizational identification)

คือการนำอัตลักษณ์ขององค์กรเข้ามาร่วมเป็นอัตลักษณ์ของบุคคลเอง เป็นการผนวกตนเองเข้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเพื่อระบุตำแหน่งแห่งที่ของตนเองในสังคม

ในงานศึกษานี้คือการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ หมายถึง คະแนนที่ได้จากมาตรวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ของเยาวชน ประเมินความการระบุตัวตนที่ตนเองมีต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยเยาวชนที่มีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์จะให้ความหมายตนเองด้วยระดับของความเป็นสมาชิกจากลักษณะของพรรคประชาธิปัตย์ ผนวกรวมตนเองเข้าเป็นส่วนหนึ่งของพรรคประชาธิปัตย์ และให้พรรคประชาธิปัตย์เป็นส่วนหนึ่งของตนเอง ยึดโยงว่าความสำเร็จของพรรคประชาธิปัตย์ก็คือความสำเร็จของตนเช่นเดียวกัน และรู้สึกดีเมื่อมีคนชมพรรคประชาธิปัตย์เสมือนได้รับคำชมเอง โดยใช้มาตรวัด Organizational identification ของ Mael และ Ashforth (1992)

6.3 ความเข้ากันของบุคคลกับองค์กร (Person-Organization fit)

คือความสอดคล้องกันระหว่าง บรรทัดฐานและค่านิยมขององค์กร และ ค่านิยมของบุคคลที่มีผลต่อเจตคติ และพฤติกรรมของบุคคลจากการปฏิสัมพันธ์ของคนในสถานการณ์ต่าง ๆ (Chatman, 1989; O'Reilly et al., 1991)

ในงานศึกษานี้คือความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ หมายถึง คະแนนที่ได้จากมาตรวัดความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ ประเมินความเข้ากันของตนเองกับพรรคประชาธิปัตย์ โดยการที่ยุวประชาธิปัตย์มีความเข้ากันของตนเองกับพรรคประชาธิปัตย์ คือการรับรู้ว่าค่านิยมของตน มีความสอดคล้องใกล้เคียงกับค่านิยมของพรรคประชาธิปัตย์ โดยใช้มาตรวัด Person-Organization fit ของ Demir และคณะ (2015) วัดความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์

6.4 ภาพลักษณ์องค์กร (Organizational image) หมายถึง สิ่งที่บุคคลเชื่อว่าเป็นลักษณะเด่นขององค์กรในมุมมองของผู้อื่น (Dutton et al., 1994) เป็นสิ่งที่บุคคลรับรู้ถึงองค์กรเป็นโครงสร้างโดยรวม ของความรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับองค์กร

ในงานศึกษานี้คือภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ หมายถึง คะแนนที่ได้จากมาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ยูวประชาธิปัตย์ประเมินว่าบุคคลอื่นจะมองพรรคประชาธิปัตย์ในด้านที่พึงปรารถนา หรือไม่พึงปรารถนา โดยการที่ยูวประชาธิปัตย์คิดว่าบุคคลอื่นมองพรรคประชาธิปัตย์ในด้านที่พึงปรารถนา คือพรรคประชาธิปัตย์มีภาพลักษณ์ที่ดีในทัศนะของยูวประชาธิปัตย์ วัดโดยใช้มาตรวัด Organizational image ของ Riordan, Gatewood, และ Bill (1997)

7. สมมติฐานในการศึกษา

- สมมติฐานที่ 1 ความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์
- สมมติฐานที่ 2 ความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์
- สมมติฐานที่ 3 การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์
- สมมติฐานที่ 4 ความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน
- สมมติฐานที่ 5 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์
- สมมติฐานที่ 6 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์
- สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน

8. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโมเดลความผูกพันทางความรู้สึกของยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปัตย์นี้ ศึกษาตัวแปรสาเหตุ ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ความเข้ากันระหว่างเยาวชนกับพรรคประชาธิปัตย์ และการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ของเยาวชน โดยศึกษาเยาวชนที่เป็นยุวประชาธิปไตย

ความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การเป็นส่วนหนึ่งในความผูกพันต่อองค์การ ตามทฤษฎีโมเดลสามส่วนประกอบ (Meyer & Allen, 1991) แต่ในงานศึกษานี้มีความเฉพาะเจาะจงเพียงความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ จากสองสาเหตุ หนึ่ง การศึกษาในบริบทของการรับหน้าที่โดยอาสาสมัครของ Dawley และคณะ (2005) พบว่าความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการมุงการมากที่สุด ส่วน ความผูกพันในการอยู่ต่อ และความผูกพันเชิงบรรทัดฐานไม่สามารถนำมาเก็บข้อมูลในบริบทนี้ได้ เนื่องจาก ยุวประชาธิปไตย ไม่ได้ให้เงินหรือจ้าง การออกจึงไม่ได้ทำให้เกิดการขาดทุนแต่อย่างใด และไม่ได้เกิดเป็นหนี้บุญคุณหรือการมีหน้าที่รับผิดชอบด้วย

การวิจัยนี้จึงจำกัดการศึกษายุวประชาธิปไตย ในตัวแปรความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์

9. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

1. ความเข้ากันของยุวประชาธิปไตยชนต่อพรรคประชาธิปัตย์
2. ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์

ตัวแปรส่งผ่าน

การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์

ตัวแปรตาม

ความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์

10. ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ขยายขอบเขตการศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ในบริบทเยาวชน และพรรคการเมือง
2. ทดสอบโมเดลในการศึกษาความผูกพันของยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปไตย เพื่อระบุหาตัวแปรทำนายความผูกพันของเยาวชนในพรรคการเมือง
3. ผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในนโยบายของพรรคการเมืองที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนที่จะมีผลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคการเมือง
4. พัฒนาเครื่องมือในการศึกษาองค์การให้ใช้ในมิติเยาวชน และพรรคการเมืองได้



บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษา ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ และภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ที่มีผลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นการทดสอบ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในทดสอบ คือ เยาวชนไทยที่มีรายชื่อเป็นสมาชิก “ยูวประชาธิปไตย” อายุ ตั้งแต่ 18 ถึง 24 ปี จำนวน 100 คนจากการสุ่มจากรายชื่อผู้ที่เป็สมาชิก “ยูวประชาธิปไตย”

ชั้นศึกษา

เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอาศัยแนวคิดของ Hair, Black, Babin, Anderson, และ Tatham (2006) ที่ได้เสนอว่าในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างนั้นไม่มีการกำหนดขนาดของ ตัวอย่างที่ตายตัว เกณฑ์หนึ่งในการพิจารณาการกำหนดขนาดของตัวอย่างอยู่ที่ขนาดของโมเดล ในการศึกษา โดยทั่วไปกำหนดให้มีตัวอย่างประมาณ 5 คนต่อพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า 1 ตัว และในโมเดลศึกษานี้มีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า 53 ตัว ในที่นี้ ผู้ศึกษาใช้อัตราส่วน 1 ต่อ 5 ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง ขนาดของตัวอย่างจึงเป็น 265 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เยาวชนไทยที่มีรายชื่อเป็นสมาชิก “ยูวประชาธิปไตย” อายุ ตั้งแต่ 18 ถึง 24 ปี จำนวน 265 คน โดยที่ไม่ซ้ำกับชั้นทดสอบมาตร

สมาชิกยุวประชาธิปไตย จากข้อมูล พ.ศ. 2557 รวบรวมโดยศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปไตย (พรรคประชาธิปไตย, 2552) พบว่ามีประชากรที่มีช่วงอายุอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดทั้งสิ้น 2,238 รายชื่อ ผู้ศึกษาจึงทำการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยเรียงชื่อ ยุวประชาธิปไตย 2,238 คน ตามตัวอักษร
2. ผู้วิจัยแบ่งออกเป็นรายชื่อทั้งหมดออกเป็น 250 กลุ่ม กลุ่มที่ 1-238 มีจำนวนคนกลุ่มละ 9 คน กลุ่มที่ 239-265 มีจำนวนคนกลุ่มละ 8 คน ตามลำดับการเรียงชื่อ
3. ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่าง 1 คนจาก 1 กลุ่มด้วยการจับฉลาก จนครบ 265 กลุ่ม และได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 265 คน



2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในงานศึกษานี้เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะส่วนบุคคล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ จังหวัด จำนวนกิจกรรมที่เคยร่วม คณิตศาสตร์ ระดับชั้นการศึกษา ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิก ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม อิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึก มีทั้งหมด 4 ตอน ประกอบไปด้วย

ตอนที่ 2 มาตรฐานคุณภาพลักษณะพรรคประชาธิปัตย์

ตอนที่ 3 มาตรฐานความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์

ตอนที่ 4 มาตรฐานการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์

ตอนที่ 5 มาตรฐานความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์

3. ขั้นตอนในการจัดทำแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ที่แปลจากมาตรวัดภาพลักษณ์องค์การของ Riordan และคณะ (1997) ที่สร้างขึ้นจากแนวคิดของ Dutton และคณะ (1994) มีทั้งสิ้น 6 ข้อ

มาตรวัดความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดที่แปลจากมาตรวัดความเข้ากันของบุคคลกับองค์การของ Demir และคณะ (2015) จำนวน 5 ข้อ

มาตรวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดที่แปลจากมาตรวัดการระบุตัวตนต่อองค์การของ Mael และ Ashforth (1992) จำนวน 6 ข้อ

มาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึก ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดที่แปลจากมาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกของ Meyer, Allen และ Smith (1993) จำนวน 6 ข้อ

เนื่องจากมาตรทั้งหมดที่ผู้ศึกษานำมาใช้ มีต้นฉบับเดิมเป็นภาษาอังกฤษ ผู้ศึกษาจึงแปลมาตรวัดทั้งหมดให้เป็นภาษาไทย ด้วยวิธีการแปลย้อนกลับ (Back-translation) ตามแนวทางของ (Sperber, 2004) ให้ได้ใจความของมาตรแต่ละข้อให้มีความเหมือนกับต้นฉบับที่ต่างภาษากัน โดยวิธีการแปลด้วยการแปลย้อนกลับสรุปเป็นขั้นตอนดังนี้

1. แปลข้อกระทงจากมาตรภาษาอังกฤษ เป็นภาษาไทย โดยให้มีความหมายเหมือนข้อกระทงต้นฉบับเดิมมากที่สุด
2. ให้ผู้ที่เชี่ยวชาญทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทย แปลข้อกระทงจากภาษาไทย กลับเป็นภาษาอังกฤษ โดยผู้เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า 2 คน ที่แปลภาษากลับนั้นไม่เห็นข้อกระทงที่เป็นภาษาอังกฤษต้นฉบับเดิม
3. นำข้อกระทงต้นฉบับภาษาอังกฤษจับคู่กับข้อกระทงที่ผ่านการแปลภาษากลับเป็นภาษาอังกฤษ จัดทำแบบสอบถามภาษาอังกฤษ เปรียบเทียบ (1) ความใกล้เคียงกันของภาษาที่ใช้ และ (2) ความเหมือน-ต่าง ของความหมาย เกณฑ์การวัดตั้งแต่ 1 ถึง 7 โดยที่ 1 คือ “ไม่สามารถเปรียบเทียบกันได้” และ 7 คือ “เปรียบเทียบกันได้เป็นอย่างดี” (ภาคผนวก ก.)

4. นำแบบสอบถามที่ได้ เก็บข้อมูลจากชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน จำนวน 15 คน
5. นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยภายในข้อ โดยนำ ความใกล้เคียงกันของภาษาที่ใช้ และความเหมือน-ต่าง ของความหมาย ของในแต่ละข้อมาคิดร่วมกัน โดยเกณฑ์ที่ Sperber (2004) แนะนำว่าผ่านเกณฑ์ในแต่ละข้อนั้นจะต้องได้ค่าเฉลี่ยมากกว่า 5 ขึ้นไป โดยข้อกระทงใน มาตรการที่ทดสอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 5.00-5.33 ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทุกข้อ

ผู้วิจัยนำข้อกระทงที่แปลและจัดเรียงแล้ว จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน SurveyMonkey (<https://www.surveymonkey.com/r/TVGP7G8>) ที่จะใช้ในการทดสอบ และ เก็บข้อมูลในขั้นพัฒนามาตร

4. การให้คะแนนการตอบ

มาตรวัดต่าง ๆ ในแบบทดสอบ เป็นมาตรจำแนกความหมาย 7 ช่วงคะแนน โดยให้คะแนนตอบดังนี้

ตอบในทิศทาง ไม่เห็นด้วยกับ มาตร	1	2	3	4	5	6	7	ตอบในทิศทาง เห็นด้วยกับ มาตร
	น้อย ที่สุด	น้อย	ค่อนข้าง น้อย	ปาน กลาง	ค่อนข้าง มาก	มาก	มาก ที่สุด	

5. การเตรียมข้อมูลก่อนวิเคราะห์

- 5.1 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล
- 5.2 ทดสอบความเป็นโค้งปกติของข้อมูล
- 5.3 ทดสอบค่าสุดโต่งของข้อมูล

6. การหาความเที่ยงของมาตรวัด

การหาความเที่ยงของมาตรวัด ใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายในด้วยการทดสอบ Corrected Item-Total Correlation (CITC) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยใช้โปรแกรม เอส พี เอส เอส ฟอว์ วินโดวส์ (SPSS for Windows)

จากกลุ่มผู้ร่วมวิจัยในขั้นการพัฒนามาตร 100 คน คัดผู้ที่มีข้อมูลสูญหายจนไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ออกจำนวน 12 คน เหลือจำนวนผู้ร่วมการวิจัยในขั้นพัฒนามาตร 88 คน เป็นเพศชาย 67 คน (76.1%) เพศหญิง 20 คน (22.3%) และไม่ตอบ 1 คน (1.1%) เป็นสมาชิกยุวประชาธิปไตย อายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี พบว่าข้อกระทงในมาตร ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ความเข้ากันของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ การระบุด่วนต่อพรรคประชาธิปัตย์ และ ความผูกพันทางความรู้สึก ผ่านการทดสอบ CITC ทุกข้ออย่างมีนัยสำคัญ ($p < .001$) (ภาคผนวก ข.) การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่า

1. มาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 6 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .828 ตัวอย่างคำถามในมาตร เช่น ในภาพ 5

1. โดยทั่วไป ฉันคิดว่าพรรคประชาธิปัตย์มีชื่อเสียงที่ดีในชุมชน

ไม่จริงที่สุด	ไม่จริง	ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง และจริง พอ ๆ กัน	จริงบ้าง	จริง	จริงที่สุด
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. โดยทั่วไป ฉันคิดว่าพรรคประชาธิปัตย์มีชื่อเสียงที่ดีในวงการการเมือง

ไม่จริงที่สุด	ไม่จริง	ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง และจริง พอ ๆ กัน	จริงบ้าง	จริง	จริงที่สุด
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. โดยทั่วไป ฉันคิดว่าพรรคประชาธิปัตย์มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมในชุมชน

ไม่จริงที่สุด	ไม่จริง	ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง และจริง พอ ๆ กัน	จริงบ้าง	จริง	จริงที่สุด
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ภาพ 5 ตัวอย่างมาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์

ภาพ 7 ตัวอย่างมาตรวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์

4. มาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 6 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .881 ตัวอย่างคำถามในมาตร เช่น ในภาพ 8

1. ฉันรู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ทำกิจกรรมกับพรรคประชาธิปัตย์

ไม่จริงที่สุด	ไม่จริง	ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง และจริง พอ ๆ กัน	จริงบ้าง	จริง	จริงที่สุด
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. ฉันรู้สึกว่าปัญหาของพรรคประชาธิปัตย์ คือปัญหาของฉันอย่างแท้จริง

ไม่จริงที่สุด	ไม่จริง	ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง และจริง พอ ๆ กัน	จริงบ้าง	จริง	จริงที่สุด
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ฉันไม่รู้สึกว่าฉันเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวพรรคประชาธิปัตย์

ไม่จริงที่สุด	ไม่จริง	ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง และจริง พอ ๆ กัน	จริงบ้าง	จริง	จริงที่สุด
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

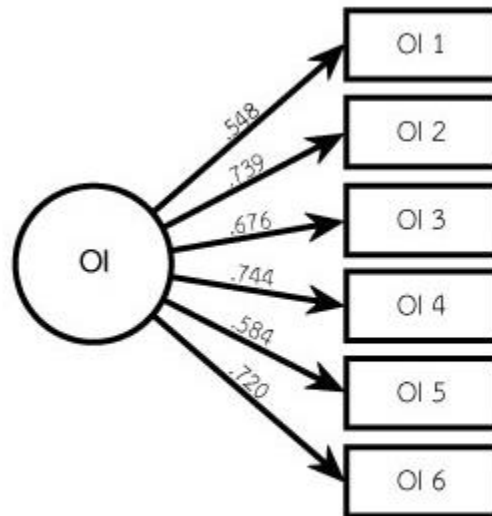
ภาพ 8 ตัวอย่างมาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์

7. การหาความตรงของมาตรวัด

ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) ในมาตรวัด ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์ต่อพรรคประชาธิปัตย์ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ด้วยโปรแกรม AMOS21

นำข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบ CITC ทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในโปรแกรม AMOS21 พบว่า

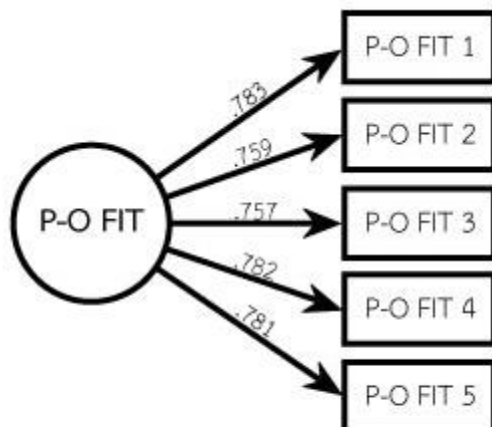
1. โมเดลมาตรวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 6 ข้อกระทง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ที่ดี ($\chi^2 = 12.142, df = 9, p = .205, GFI = .956, CFI = .981, RMSEA = .063$) โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบในช่วง .548 ถึง .739 ดังในภาพ 9



$$\chi^2 = 12.142, df = 9, p = .205, GFI = .956, CFI = .981, RMSEA = .063$$

ภาพ 9 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรฐานภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์

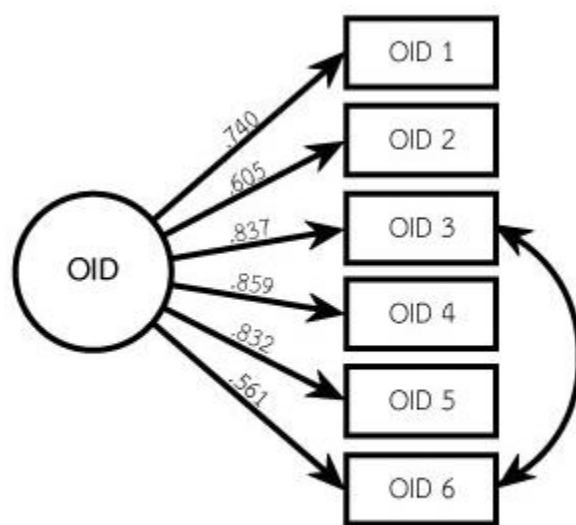
2. โมเดลมาตรฐานวัดความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ จำนวน 5 ข้อกระทง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ที่ดี ($\chi^2 = 7.521, df = 5, p = .185, GFI = .965, CFI = .988, RMSEA = .076$) โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบในช่วง .757 ถึง .783 ดังในภาพ 10



$$\chi^2 = 7.521, df = 5, p = .185, GFI = .965, CFI = .988, RMSEA = .076$$

ภาพ 10 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรการวัดความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย

3. โมเดลมาตรการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย จำนวน 6 ข้อกระทง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ที่ดี ($\chi^2 = 15.456$, $df = 8$, $p = .051$, $GFI = .945$, $CFI = .972$, $RMSEA = .104$) โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบในช่วง .561 ถึง .859 ดังในภาพ 11

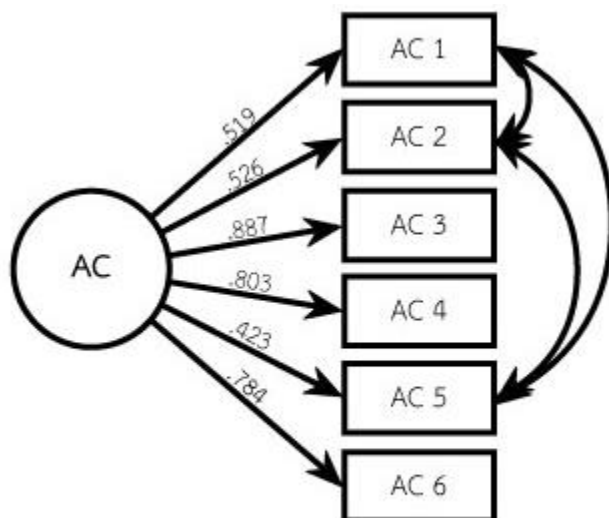


$$\chi^2 = 15.456, df = 8, p = .051, GFI = .945, CFI = .972, RMSEA = .104$$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ 11 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรการวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย

4. โมเดลมาตรการวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย จำนวน 6 ข้อกระทง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ที่ดี ($\chi^2 = 7.250$, $df = 6$, $p = .298$, $GFI = .973$, $CFI = .994$, $RMSEA = .049$) โดยมีน้ำหนักองค์ประกอบในช่วง .423 ถึง .887 ดังในภาพ 12



$$\chi^2 = 7.250, df = 6, p = .298, GFI = .973, CFI = .994, RMSEA = .049$$

ภาพ 12 โมเดลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง มาตรการวัดความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์

8. สถิติที่ใช้ในการศึกษา

- 8.1 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระจากกัน (two-samples independent *t*-test) ใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มจากลักษณะประชากรเบื้องต้น
- 8.2 วิเคราะห์ความเที่ยงของมาตรทั้งหมดด้วยวิธีวัดความสอดคล้องภายในโดยวิธีวัดความสอดคล้องภายในด้วยการทดสอบ Corrected Item-Total Correlation (CITC) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)
- 8.3 วิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของมาตรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
- 8.4 วิเคราะห์โมเดลการวิจัย ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

9. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เยาวชนที่เข้าร่วมเป็นยุวประชาธิปไตย ที่มีอายุตั้งแต่ 18-24 ปี ทั่วประเทศ ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ด้วยการจัดทำแบบทดสอบออนไลน์ เพื่อให้ตัวอย่างทั่วประเทศสามารถรับแบบทดสอบได้ โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเข้าร่วมงานวิจัยของผู้ร่วมการวิจัยเป็นสำคัญตามขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปนี้

9.1 ขั้นตอนเตรียมการ

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล และหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล
2. ส่งหนังสือถึงผู้อำนวยการสำนักงานเลขาธิการพรรคประชาธิปไตย ประธานศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปไตย และผู้อำนวยการศูนย์เยาวชนพรรคประชาธิปไตย เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ ขออนุญาต และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ภายใต้กรอบจริยธรรมการวิจัย และการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเข้าร่วมงานวิจัยของผู้ร่วมการวิจัย
3. เตรียมทีมผู้วิจัย และเจ้าหน้าที่พรรคประชาธิปไตยผู้รับผิดชอบ เพื่อรวบรวมข้อมูล และชี้แจงการเก็บข้อมูลให้เข้าใจตรงกันก่อนที่จะดำเนินการเก็บข้อมูล

9.2 ขั้นตอนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยโทรศัพท์สอบถามขออนุญาตผู้ร่วมวิจัยเข้าร่วมการวิจัยโดยอธิบายถึง วัตถุประสงค์ การเก็บรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของผู้ร่วมวิจัย รวมถึง ชี้แจงการพิทักษ์สิทธิ และสิทธิในการยกเลิกร่วมงานวิจัยของผู้ร่วมวิจัยที่สามารถยกเลิกได้ในทุกช่วงของการวิจัย
2. เมื่อผู้ร่วมวิจัยอนุญาต ผู้วิจัยจึงส่ง url แบบทดสอบงานวิจัยแก่ผู้ร่วมวิจัย พร้อมแนบเอกสารการพิทักษ์สิทธิ การเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัว และช่องทางติดต่อผู้วิจัยที่สะดวก
3. เมื่อผู้ร่วมวิจัยทำแบบสอบถามงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว คำตอบของผู้ร่วมวิจัยจะถูกเก็บไว้ในบัญชีรายชื่อส่วนตัวของผู้วิจัย

4. ผู้วิจัยให้ช่องทางการติดต่อแก่ผู้ร่วมวิจัย เพื่อในกรณีที่ผู้ร่วมวิจัยต้องการยกเลิกการเข้าร่วมวิจัยนี้

10. การเก็บรักษาข้อมูล และการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ ได้รับการอนุมัติรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามหลักของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice (ICH–GCP)

ผู้วิจัยพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดทำเอกสารชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย เอกสารสิทธิที่ตัวอักษรชัดเจนและอ่านได้ง่าย แนบพร้อม url ของแบบสอบถาม ในอีเมลที่ส่งให้ตัวอย่าง พร้อมทั้งแจ้งด้วยวาจาถึงสิทธิที่สามารถขอถอนตัวจากการเป็นผู้ร่วมการวิจัยเมื่อไรก็ได้ และการรักษาข้อมูลของการวิจัยเมื่อโทรถามถึงการอาสาสมัครเข้าร่วมตอบแบบทดสอบ

ข้อมูลคำตอบแบบสอบถามของผู้ร่วมวิจัยจะถูกเก็บไว้ใน SurveyMonkey ของผู้วิจัย มีเพียงบัญชีรายชื่อของผู้วิจัยเท่านั้นที่สามารถเข้าดูเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ได้ การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม และนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

บทที่ 3

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โมเดลอิทธิพลของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ และภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวต้นต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้เข้าร่วมการวิจัย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เบื้องต้น

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม AMOS21 ในการวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามในสมมติฐาน 1, 2, 3, 5 และ 6 และอิทธิพลส่งผ่านของสมมติฐาน 4 และ 7

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เพิ่มเติม

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีสัญลักษณ์ที่ใช้ดังนี้

ตัวแปร

OI	แทน	ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ (พรรคประชาธิปัตย์) (Organization Image)
P-O FIT	แทน	ความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์ (ยูวประชาธิปัตย์) กับพรรคประชาธิปัตย์ (พรรคประชาธิปัตย์) (Person-Organization Fit)
OID	แทน	การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ (พรรคประชาธิปัตย์) (Organization Identification)
AC	แทน	ความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ (พรรคประชาธิปัตย์) (Affective Commitment)

สัญลักษณ์ทางสถิติ

M	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าสถิติกำลังสองของไค (Chi-Square)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายมาตรฐาน

<i>df</i>	แทน	ค่าองศาอิสระ (degrees of freedom)
<i>p</i>	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ
CFI	แทน	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
GFI	แทน	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
RMSEA	แทน	ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation)
TE	แทน	อิทธิพลรวม
DE	แทน	อิทธิพลทางตรง
IE	แทน	อิทธิพลทางอ้อม

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้เข้าร่วมการวิจัย

ผู้ร่วมวิจัยจำนวน 250 คน มีอายุตั้งแต่ 18 ถึง 24 ปี เป็นสมาชิกยูวประชาธิปไตย โดยมีข้อมูลขาดหาย ในตัวแปรหลัก ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ได้ 16 คน ได้แก่ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 7, 9, 17, 31, 55, 78, 79, 117, 145, 146, 178, 203, 204, 219, 223 และ 240 เมื่อวิเคราะห์ค่าสุดโต่งด้วยการทดสอบ Mahalanobis distance พบว่ามีข้อมูลของผู้ร่วมวิจัย 1 คน ได้แก่ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 15 ที่มีช่วงความห่างจากการแจกแจงของข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญที่ $\alpha = .001$ ($\chi^2_{(4)} = 18.467$) จึงได้ทำการตัดข้อมูลของผู้ร่วมวิจัยดังกล่าวออกจากการทดสอบ เหลือข้อมูลของผู้ร่วมวิจัยที่นำมาทดสอบทั้งสิ้น 234 คน มีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1

จำนวน และร้อยละของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (N = 234)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	157	67.1
หญิง	76	32.5
ไม่ระบุ	1	0.4
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษา / ปวช. / หรือเทียบเท่า	27	11.5
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	7	3.0
ปริญญาตรี	189	80.8
ปริญญาโท	10	4.3
ไม่ตอบ	1	0.4
สาขาการศึกษา (n = 205)		
รัฐศาสตร์	30	14.6
เศรษฐศาสตร์	28	13.6
นิติศาสตร์	24	11.7
ศิลปศาสตร์ / อักษรศาสตร์ / ภาษาศาสตร์	14	6.8
สังคมศาสตร์ / มานุษยศาสตร์ / สังคมวิทยา / มานุษยวิทยา / สังคมสงเคราะห์	13	6.3
การบัญชี / พาณิชยศาสตร์ / การบริหาร	16	7.8
นิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ / สื่อสารมวลชน	17	8.2
ครุศาสตร์ / ศึกษาสาตร์	16	7.8
วิทยาศาสตร์	10	4.8
วิศวกรรมศาสตร์	11	5.3
แพทยศาสตร์ / พยาบาลศาสตร์ / เภสัชศาสตร์ / เทคนิคการแพทย์ / วิทยาศาสตร์การกีฬา	18	8.7
จิตวิทยา / จิตวิทยาสังคม	8	3.9
ไม่ระบุ	1	0.5
สถานะปัจจุบัน		

ศึกษา	113	48.3
ทำงาน	109	46.6
ศึกษา และทำงาน	10	4.3
ไม่ระบุ	2	0.8
<hr/>		
จำนวนกิจกรรมที่เคยเข้าร่วม		
1 ถึง 2 ครั้ง	98	41.9
3 ถึง 4 ครั้ง	82	35.0
5 ถึง 6 ครั้ง	31	13.2
มากกว่า 6 ครั้ง	21	9.0
ไม่ระบุ	2	0.9
<hr/>		
กิจกรรมที่เคยเข้าร่วม		
โครงการ DIP (Democrat Internship Program)	111	47.4
โครงการ FTL (Future Thai Leaders)	50	21.4
โครงการ ยั่งดี (Young-D)	96	41.0
โครงการ รักดี (Rak-D)	106	45.3
โครงการ ยูวอาสา	122	52.1
โครงการ ยูวฯ ครม. เภา	17	7.3
<hr/>		
ความคาดหวังที่จะร่วมกิจกรรมในอนาคต		
ร่วม	219	93.6
ไม่ร่วม	7	3.0
ไม่ระบุ	8	3.4
<hr/>		

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เบื้องต้น

1. การเตรียมข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์

ก่อนนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เนื่องจากข้อกระทงในแต่ละมาตรมีจำนวนไม่เท่ากัน คะแนนของภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปัตย์ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ และความผูกพันทางความรู้สึก ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเป็นค่าเฉลี่ยของแต่ละมาตรเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาข้อกระทงไม่เท่ากัน

2. ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร

2.1 ตาราง 2 แสดงสหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จะเห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีสหสัมพันธ์ทางบวกกับ ตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญเหมาะสมกับการนำไปวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล แม้ว่าระหว่ตัวแปรอิสระ ความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปัตย์ และ ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ จะมีสหสัมพันธ์กันมาก แต่เมื่อทดสอบ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าตัวแปร ความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์มีค่า เท่ากับ 3.124 และตัวแปรภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีค่าเท่ากับ 3.124 ไม่มีปัญหา multicollinearity ตามเกณฑ์ของ (Kline, 2005) ที่กำหนดไว้ว่าค่า VFI ไม่ควรเกิน 10.0

ตาราง 2

สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ค่าเฉลี่ย ความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปัตย์ ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ค่าเฉลี่ยการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ และค่าเฉลี่ยความผูกพันทางความรู้สึก

	M	SD	MIN	MAX	P-O FIT	OI	OID	AC	VFI
P-O FIT	4.63	1.00	3.20	7.00	(.892)				3.124
OI	4.75	0.96	3.17	6.83	.825***	(.880)			3.124
OID	4.87	1.07	2.33	7.00	.317***	.206**	(.905)		-
AC	4.90	1.03	2.33	7.00	.246***	.146*	.828***	(.891)	-

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, ในวงเล็บคือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา.

2.2 การวิเคราะห์ตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลต่อความผูกพันทางความรู้สึก

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศต่อความผูกพันทางความรู้สึก พบว่า เพศชาย มีคะแนนความผูกพันทางความรู้สึกไม่แตกต่างจากเพศหญิง ($t = 1.62, df = 231, p = .108, ns$)

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของความผูกพันทางความรู้สึก ระหว่างกลุ่มของตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลในตาราง 3 พบว่า ตัวแปรสถานะปัจจุบันของผู้ร่วมการวิจัยมีอย่างน้อย 1 คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(2,231)} = 4.47, p < .05$) และเมื่อทดสอบด้วย Tukey HSD พบว่า “กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาอยู่” ($M = 5.09, SD = 1.07$) มีค่าเฉลี่ยความผูกพันทางความรู้สึกมากกว่า “กลุ่มตัวอย่างที่กำลังทำงานอยู่” ($M = 4.68, SD = 0.98$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Mean Difference = .41, $p < .01$)

ตาราง 3

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความผูกพันทางความรู้สึก

รายการ	df	F
สาขาการศึกษา	11	1.32
สถานะปัจจุบัน	2	4.47*

หมายเหตุ * $p < .05$.

จากการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล กับความผูกพันทางความรู้สึก ในตาราง 4 พบว่า มีตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลที่มีสหสัมพันธ์ต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ได้แก่ อายุมีสหสัมพันธ์ทางลบต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ($r = -.134, p < .05$) หมายความว่าอายุพรรคประชาธิปัตย์ที่มีอายุมากจะมีความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์น้อย และอายุพรรคประชาธิปัตย์ที่มีอายุน้อยจะมีความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์มาก และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีสหสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ($r = .162, p < .01$) หมายความว่าอายุพรรคประชาธิปัตย์ที่จำนวนปีการเป็นสมาชิกมาก จะมีความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์มาก แต่อายุพรรคประชาธิปัตย์ที่จำนวนปีการเป็นสมาชิกน้อย ก็ จะมีความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์น้อย

ตาราง 4

สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล กับความผูกพันทางความรู้สึก

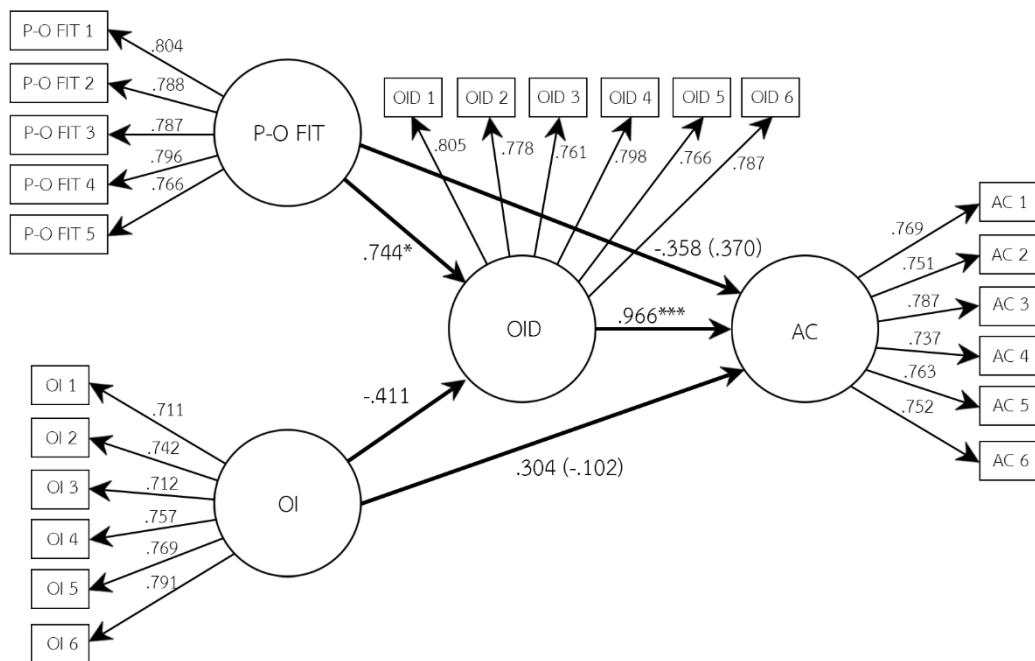
	<i>M</i>	<i>SD</i>	อายุ	ระดับ การศึกษา	ระยะเวลา การเป็น สมาชิก	จำนวน กิจกรรม ที่เคย เข้าร่วม	ความ คาดหวังที่ จะร่วม กิจกรรมใน อนาคต
อายุ	21.52	1.88					
ระดับการศึกษา	-	-	.568***				
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	3.78	1.58	.193**	.026			
จำนวนกิจกรรมที่เคยเข้าร่วม	-	-	-.031	-.051	.386***		
ความคาดหวังที่จะร่วม กิจกรรมในอนาคต	-	-	.039	-.016	.247***	.140*	
ความผูกพันทางความรู้สึก	4.90	1.03	-.134*	-.028	.162**	.122	.118

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 2 ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 3 การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 4 ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- สมมติฐานที่ 5 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 6 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน

การทดสอบสมมติฐาน โมเดลสมการโครงสร้างในการทำนายความผูกพันทางความรู้สึก (AC) ประกอบด้วยตัวแปรการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ (P-O FIT) ตัวแปรภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ (OI) และตัวแปรการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ (OID) ผู้วิจัยใช้ข้อมูลของแต่ละมาตรเป็นตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงที่ศึกษา และทำการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างดังภาพ 13



$$\chi^2 = 250.016, df = 224, p = .112, GFI = .917, CFI = .992, RMSEA = .022$$

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพ 13 โมเดลสมการโครงสร้างความผูกพันทางความรู้สึก

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่าอิทธิพลทางตรงของ P-O FIT ต่อ AC และ OI ต่อ AC ก่อนใส่ตัวแปรส่งผ่านเข้ามาในโมเดล

* $p < .05$, *** $p < .001$.

จากการทดสอบโมเดลพบว่า โมเดลอิทธิพลส่งผ่านมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 250.016, df = 224, p = .112, GFI = .917, CFI = .992, RMSEA = .022$) โดยตัวแปรทำนายทั้งสาม ได้แก่ ความเข้ากันระหว่างยูวประชาธิปัตย์ต่อพรรคประชาธิปัตย์ ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ และการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ได้ถึงร้อยละ 86.8

การทดสอบอิทธิพล พบว่าความเข้ากันระหว่างยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปัตย์ ไม่มีอิทธิพลต่อ ความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ($\beta = .370, ns$) ไม่สนับสนุนสมมติฐาน 1 และเมื่อใส่การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน ยังพบว่า ความเข้ากันระหว่างยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปัตย์ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ ความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ($\beta = -.358, ns$) แต่ความเข้ากันระหว่างยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .744, p < .05$) สนับสนุนสมมติฐาน 2 ในส่วนอิทธิพลของการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ พบว่า มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .966, p < .001$) สนับสนุนสมมติฐาน 3

จากข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน ตามที่ Shrout และ Bolger (2002) ได้เสนอว่า ค่าอิทธิพลทางตรง 2 เส้นทาง ได้แก่ ค่าอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรส่งผ่าน ($X \rightarrow M$) และค่าอิทธิพลจากตัวแปรส่งผ่านไปยังตัวแปรตาม ($M \rightarrow Y$) ต้องถึงระดับนัยสำคัญจึงสามารถทดสอบอิทธิพลทางอ้อมได้ ในกรณีนี้ ความเข้ากันระหว่างยุวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ และการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ จึงตรงตามเงื่อนไขจึงทดสอบอิทธิพลส่งผ่านด้วยวิธี bootstrap

ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมด้วยวิธี bootstrap โดยการจำลองสร้างกลุ่มตัวอย่างที่เก็บมาซ้ำ ๆ กัน จำนวน 1,000 ครั้ง (Shrout & Bolger, 2002) พบว่า ตัวแปรการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ เป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณระหว่างอิทธิพลของความเข้ากันของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ ที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตาราง 5) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 นั่นคือ ความเข้ากันของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (indirect effect = .733, $p < .05$) แต่ไม่พบอิทธิพลรวม (total effect = .361, ns)

ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรค
 ประชาธิปัตย์ ($\beta = -.102, ns$) ไม่สนับสนุนสมมติฐาน 5 แต่เมื่อใส่การระบุตัวตนต่อพรรค
 ประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่าอิทธิพลทางตรงขอภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ก็ไม่มี
 อิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ ($\beta = .304, ns$) และภาพลักษณ์พรรค
 ประชาธิปัตย์ ไม่มีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ($\beta = -.411, ns$) เช่นกัน จึงไม่
 สามารถทำการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ในความสัมพันธ์ของ
 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ได้ เนื่องจากผล
 การทดสอบไม่ผ่านข้อตกลงเบื้องต้น ที่กำหนดให้ค่าอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปร
 ส่งผ่าน ($X \rightarrow M$) และค่าอิทธิพลจากตัวแปรส่งผ่านไปยังตัวแปรตาม ($M \rightarrow Y$) ต้องถึงระดับ
 นัยสำคัญ จึงจะสามารถทดสอบได้ จึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ใน
 ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรค
 ประชาธิปัตย์ จึงไม่สนับสนุนสมมติฐาน 7

ตาราง 5

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ระหว่างตัวแปรในโมเดล

ตัวแปรผล		OID			AC			
ตัวแปรสาเหตุ		TE	DE	IE	TE	DE	IE	
P-O FIT	β	.744*	.744*	-	.361	-.358	.733*	
	SE	0.471	0.471	-	0.440	0.340	0.511	
	CI	LB	0.115	0.115	-	-0.185	-0.954	0.141
		UB	1.542	1.542	-	1.128	0.079	1.631
OI	β	-.411	-.411	-	-.094	.304	-.559	
	SE	0.474	0.474	-	0.441	0.329	0.695	
	CI	LB	-1.203	-1.203	-	-0.864	-0.122	-1.866
		UB	0.151	0.151	-	0.475	0.818	0.214
OID	β	-	-	-	.966**	.966**	-	
	SE	-	-	-	0.051	0.051	-	
	CI	LB	-	-	-	0.898	0.898	-
		UB	-	-	-	1.054	1.054	-
R^2	=	.868						

หมายเหตุ TE = อิทธิพลรวม, DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, SE = ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, CI = ช่วงความเชื่อมั่น, LB = ขอบล่าง, UB = ขอบบน

* $p < .05$, ** $p < .01$.

ตาราง 6

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อ	สมมติฐาน	ผลการวิจัย	
1	ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์	✘	สนับสนุนสมมติฐาน
2	ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์	✓	สนับสนุนสมมติฐาน
3	การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์	✓	สนับสนุนสมมติฐาน
4	ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน	✓	สนับสนุนสมมติฐาน
5	ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์	✘	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
6	ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์	✘	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
7	ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่าน	✘	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

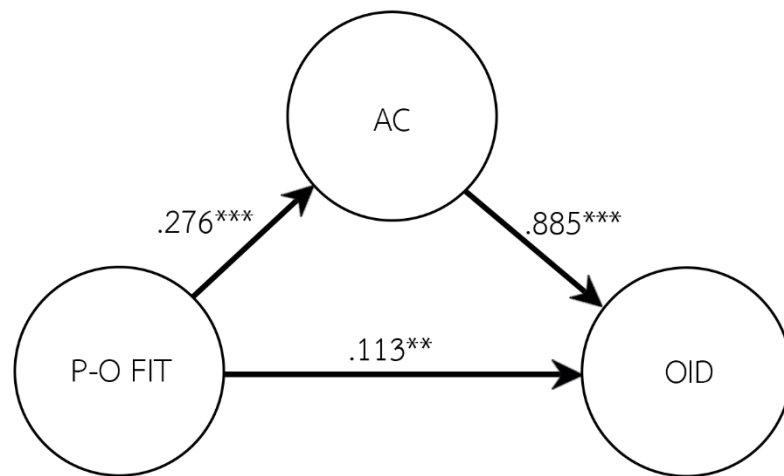
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เพิ่มเติม

วิเคราะห์อิทธิพลส่งผ่าน ของความผูกพันทางความรู้สึก (AC) ของความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย (P-O FIT) ต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย (OID)

จากนิยามความหมายที่มีความใกล้เคียงกันของตัวแปร การระบุตัวตนต่อองค์กร และความผูกพันทางความรู้สึก ทำให้นิยามการเป็นตัวแปรอิทธิพลยังคงถูกถกเถียง (Buchanan, 1974; Westerman & Cyr, 2004) นอกจากนี้อิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวตนต่อองค์กร (OID) แล้ว (Unal, 2014) ได้ทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของความผูกพันทางความรู้สึก (AC) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากันของบุคคลกับองค์กร (P-O FIT) และการระบุตัวตนต่อองค์กร (OID) พบว่าความผูกพันทางความรู้สึก (AC) เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากันของบุคคลกับองค์กร (P-O FIT) และการระบุตัวตนต่อองค์กร (OID) อย่างมีนัยสำคัญ

ผู้วิจัยจึงทดสอบโมเดลทางเลือก อิทธิพลส่งผ่านของความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย (AC) ในภาพ 14 พบว่า ในการทดสอบโมเดลทางเลือก อิทธิพลทางอ้อมของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย (P-O FIT) ต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย (OID) โดยมีความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย (AC) เป็นตัวแปรส่งผ่านพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 138.752, df = 113, p = .050, GFI = .937, CFI = .989, RMSEA = .031$) พบว่าความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตยอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .276, p < .001$) และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .885, p < .001$) ตรงตามเงื่อนไขการทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน

จากการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านด้วยวิธี bootstrap โดยการจำลองสร้างกลุ่มตัวอย่างที่เก็บมาซ้ำ ๆ กัน จำนวน 1,000 ครั้ง (Shrout & Bolger, 2002) พบว่าความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย (AC) เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญ (indirect effect = .244, $p < .01$) แต่เนื่องจากมีอิทธิพลทางตรงระหว่างความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปไตย (P-O FIT) กับการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย (OID) ($\beta = .113, p < .01$) แสดงว่าความผูกพันทางความรู้สึก (AC) เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลบางส่วน



$$\chi^2 = 138.752, df = 113, p = .050, GFI = .937, CFI = .989, RMSEA = .031$$

ภาพ 14 โมเดลหลักของการวิจัย อิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ (OID)

หมายเหตุ ** $p < .01$, *** $p < .001$.

บทที่ 4

อภิปรายผลการวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โมเดลอิทธิพลของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย และภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย ที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลการวิเคราะห์ที่ได้ตามสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

- สมมติฐานที่ 1 ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 2 ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 3 การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 4 ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- สมมติฐานที่ 5 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 6 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อ การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย
- สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผู้วิจัยอภิปรายสมมติฐาน 1 ถึง 7 ร่วมกันดังนี้

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกกับพรรคประชาธิปัตย์ พบว่า ความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 แต่เมื่อใส่ตัวแปรการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่านในโมเดล พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี ($\chi^2 = 250.016$, $df = 224$, $p = .112$, $GFI = .917$, $CFI = .992$, $RMSEA = .022$) เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงที่มีต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์พบว่า ความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปัตย์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meyer และคณะ (2010) และ O'Reilly และคณะ (1991) และพบว่าตัวแปรการระบุตัวตนต่อองค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 สอดคล้องกับงานศึกษาของ Demir และคณะ (2015)

และเมื่อทดสอบอิทธิพลทางอ้อมพบว่า ตัวแปรการระบุตัวตนกับพรรคประชาธิปัตย์เป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปัตย์และความผูกพันทางความรู้สึก โดยมีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .733 ($p < .01$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Demir et al., 2015) เพราะเมื่อสมาชิกมีค่านิยม ที่เหมาะกับค่านิยมขององค์การ หมายความว่า สมาชิกประสบความสำเร็จในองค์การ รู้สึกถึงความเท่าเทียมในการกระจายงาน ไม่มีความเครียดในประเด็นระหว่างบุคคลกับองค์การ จะช่วยเติมเต็มความพึงพอใจในงาน และรู้สึกผูกพันกับองค์การ เมื่อมีความเข้ากันได้ บุคคลก็จะรู้สึกผูกติดได้ง่ายขึ้น (Demir et al., 2015)

ในขณะที่ ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 5 อาจเป็นเพราะในการทดสอบของ Treadwell และ Harrison (1994) พบว่า สหสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์การ กับความผูกพันต่อองค์การจะพัฒนาขึ้นเมื่อนักเรียนเข้ามา และเรียนในระดับชั้นที่สูงขึ้น ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับยุวประชาธิปัตย์ จะแปลได้ว่าถ้าเป็นสมาชิกรุ่น และทำกิจกรรมกับพรรคประชาธิปัตย์มาก

จะทำให้ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์มีอิทธิพลต่อความผูกพันได้นั้น แต่ในกรณีของยุวประชาธิปัตย์นี้ เนื่องจากความผูกพันไม่ได้แตกต่างกันในกลุ่มของจำนวนกิจกรรมที่เคยเข้าร่วม และจำนวนปีที่เป็นสมาชิก ไม่ได้สอดคล้องกับจำนวนกิจกรรมที่ทำซึ่งอาจเป็นเพราะเป็นกิจกรรมแบบอาสาสมัคร แตกต่างกับการเข้าโรงเรียนที่ต้องเข้าอย่างสม่ำเสมอ และเติบโตในโรงเรียน ในกรณีนี้ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์จึงไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึก

ในส่วนของภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ไม่มีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเพราะเนื่องจาก Dutton และคณะ (1994) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์การจะช่วยเพิ่มการระบุตัวตนของสมาชิกเพื่อให้ตนเองมีความผูกพันเช่นเดียวกับองค์การ แต่กระบวนการนี้เป็นการบวนการเปลี่ยนการนิยามตัวตนของบุคคลซึ่งใช้เวลาในการเปลี่ยน ระยะเวลา กับความถี่ในการปฏิสัมพันธ์จึงเข้ามามีส่วนต่ออิทธิพลของภาพลักษณ์ และในบริบทของการอาสาสมัครในการทำกิจกรรมนั้นไม่มีผลต่อจำนวนปีที่เป็นสมาชิก และจำนวนการครั้งในการทำกิจกรรม ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ในกรณีนี้จึงไม่มีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 6 ส่งผลให้ ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 7 เนื่องจากไม่พบอิทธิพลของภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ (ตัวแปรอิสระ) ต่อการระบุตัวตนกับพรรคประชาธิปัตย์ (ตัวแปรส่งผ่าน) จึงไม่ผ่านข้อตกลงเบื้องต้นของการทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน ตามที่ Shrouf และ Bolger (2002) ได้เสนอว่า ค่าอิทธิพลทางตรง 2 เส้นทาง ได้แก่ ค่าอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรส่งผ่าน ($X \rightarrow M$) จึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านของการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ระหว่างภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ และความผูกพันทางความรู้สึก

การศึกษาคั้งนี้ได้ออบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โมเดลอิทธิพลของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย และภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย ที่มีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน ด้วยการใช้ทฤษฎีความผูกพันทางความรู้สึกตามแนวทางทฤษฎีของ Meyer และ Allen (1991) ได้ พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกในการทดสอบ ได้แก่ ความเข้ากันระหว่างบุคคลกับพรรคประชาธิปไตย และการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตย และจากโมเดลพบว่าการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากันของบุคคลกับพรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึก

ศึกษาขนาดอิทธิพลของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย พบว่าอิทธิพลของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตยนั้นมี การระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่าน (indirect effect = .733, $p < .01$) สามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันทางความรู้สึกได้ร้อยละ 86.8

ทดสอบความสอดคล้องของโมเดลความผูกพันของยูวประชาธิปไตยต่อพรรคประชาธิปไตย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าโมเดลในการทดสอบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 250.016$, $df = 224$, $p = .112$, $GFI = .917$, $CFI = .992$, $RMSEA = .022$) แต่ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตยไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย

โดยสรุป การศึกษานี้พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ยูวประชาธิปไตยรู้สึกผูกพันต่อพรรคประชาธิปไตย เกิดจากการที่ยูวประชาธิปไตย รับรู้ว่าคุณานิยมของตนเองมีความสอดคล้องกับค่านิยมของพรรคประชาธิปไตย และเกิดการระบุตัวตนต่อพรรคเนื่องจากความสอดคล้องของค่านิยมทำให้ยูวประชาธิปไตยรู้สึกว่าคุณานิยมของตนเองเหมาะสมกับพรรคประชาธิปไตย เชื่อมโยงตนเองกับพรรคประชาธิปไตย ดังเช่นการศึกษาของ Demir และคณะ (2015) พบว่าความเข้ากันระหว่างบุคคลกับองค์การนอกจากจะมีอิทธิพลต่อการระบุตัวตนต่อองค์การ ยังส่งผลต่อการอยู่ต่อในองค์การ พฤติกรรมในการทำงาน และผลงานจากการศึกษาของ Unal (2014) สนับสนุนว่าคุณานิยมทางความรู้สึกเกิดจากการที่บุคคลรับรู้ว่าคุณานิยมของตนเองสอดคล้องกับองค์การ และเนื่องจากค่านิยมเป็นสิ่งที่ติดตัวบุคคลมาก่อนแนวทางที่ดีคือการรับบุคคลที่มีค่านิยมใกล้เคียงกับองค์การเข้าองค์การเพื่อง่ายต่อการรับรู้ว่าคุณานิยม

ของตนเอง และองค์การสอดคล้องกัน Demir (2010) ศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้ากันของบุคคลกับองค์การคือความเข้ากันของบุคคลกับงาน คือการที่บุคคลมีความสามารถตรงตามงานที่ทำ และทำงานได้เป็นอย่างดี แต่ในทางปฏิบัติ เพื่อให้ยุวประชาธิปไตยมีความรู้สึกสอดคล้องกับพรรคมากขึ้นควรคำนึงถึงกิจกรรม หรืองานที่ได้มอบหมายให้ยุวประชาธิปไตยได้ทำ ว่าตรงตามศักยภาพ หรือความต้องการของยุวประชาธิปไตยมากน้อยเพียงไร เมื่อยุวประชาธิปไตยรู้สึกว่าการกิจกรรมที่ทำมีความเข้ากันกับตนเองก็จะทำให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของพรรคประชาธิปไตยจึงเกิดการระบุดำเนิน และเมื่อเกิดการระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตย ยุวประชาธิปไตยจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของพรรคประชาธิปไตย มีความยึดติดต่อภาพลักษณ์ และความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย (Ashforth & Mael, 1989) ทำให้เกิดเป็นความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย

การทดสอบเพิ่มเติมในโมเดลทางเลือกตามแบบของ Unal (2014) พบว่าความเข้ากันของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลต่อการระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตย โดยมีความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย (AC) เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญ (indirect effect = .244, $p < .01$) โดยมีลักษณะการส่งผ่านอิทธิพลแบบบางส่วน หมายความว่านอกจากอิทธิพลที่การระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยมีต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย ตามการทดสอบในโมเดลหลักแล้ว ยังมีอิทธิพลของความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตยที่มีต่อการระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ โดยใช้การศึกษาวិเคราะห์เส้นทาง (path analysis)

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุในการสร้างผูกพันทางความรู้สึกของเยาวชนต่อพรรคประชาธิปัตย์

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษานี้มีสมมติฐานว่าความเข้ากันของบุคคลกับองค์การ และภาพลักษณ์องค์การ มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกต่อองค์การ โดยมีการระบุตัวต้นต่อองค์การเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผู้ร่วมการวิจัย คือ ยูวประชาธิปัตย์ ทั่วประเทศ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ถึง 24 ปี จำนวน 234 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรฐานวัดภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์ ที่แปลจากมาตรฐานวัดภาพลักษณ์องค์การของ Riordan และคณะ (1997) ที่สร้างขึ้นจากแนวคิดของ Dutton และคณะ (1994) มีทั้งสิ้น 6 ข้อ ($\alpha = .828$)
2. มาตรฐานวัดความเข้ากันของยูวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ ผู้ศึกษาใช้มาตรฐานวัดที่แปลจากมาตรฐานวัดความเข้ากันของบุคคลกับองค์การของ Demir และคณะ (2015) จำนวน 5 ข้อ ($\alpha = .881$)

3. มาตรการวัดการระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์ ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดที่แปลจากมาตรการระบุตัวตนต่อองค์กรของ Mael และ Ashforth (1992) จำนวน 6 ข้อ ($\alpha = .881$)
4. มาตรการวัดความผูกพันทางความรู้สึก ผู้ศึกษาใช้มาตรวัดที่แปลจากมาตรวัดความผูกพันทางความรู้สึกของ Williams และคณะ (2010) จำนวน 6 ข้อ ($\alpha = .851$)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เยาวชนที่เข้าร่วมเป็นยุวประชาธิปัตย์ ที่มีอายุตั้งแต่ 18-24 ปี ทั่วประเทศ ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ด้วยการจัดทำแบบทดสอบออนไลน์ เพื่อให้ตัวอย่างทั่วประเทศสามารถรับแบบทดสอบได้ โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเข้าร่วมงานวิจัยของผู้ร่วมการวิจัยเป็นสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทดสอบข้อมูลโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ด้วยโปรแกรม SPSS21 for Windows และวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (path analysis) ด้วยโปรแกรม AMOS21

ผลการวิจัย

1. โมเดลความผูกพันทางความรู้สึกของยุวประชาธิปัตย์ต่อพรรคประชาธิปัตย์ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี $\chi^2 = 250.016$, $df = 224$, $p = .112$, $GFI = .917$, $CFI = .992$, $RMSEA = .022$
2. ความเข้ากันของยุวประชาธิปัตย์กับพรรคประชาธิปัตย์ ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันทางความรู้สึกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

3. ความเข้ากันของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตยมีอิทธิพลทางบวกต่อการระบุดำเนิน
ต่อพรรคประชาธิปไตยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05
4. การระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001
5. การระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเข้ากัน
ของยูวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึกที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติระดับ .05
6. ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตยไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันทางความรู้สึกที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ
7. ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตยไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการระบุดำเนินต่อพรรค
ประชาธิปไตยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
8. ไม่มีอิทธิพลส่งผ่านของการระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยต่อความสัมพันธ์ระหว่าง
ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปไตย และความผูกพันทางความรู้สึกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. การเพิ่มขึ้นของความรู้สึกผูกพันต่อพรรคประชาธิปไตย เกิดจากการที่ยูวประชาธิปไตยรับรู้
ว่าค่านิยมของตนเองมีความสอดคล้องกับค่านิยมของพรรคประชาธิปไตย และเกิดการ
ระบุดำเนินต่อพรรค เนื่องจากความสอดคล้องของค่านิยมทำให้ยูวประชาธิปไตยรู้สึก
ตนเองเหมาะสมกับพรรคประชาธิปไตย เชื่อมโยงตนเองกับพรรคประชาธิปไตย เพื่อให้ยูว
ประชาธิปไตยรับรู้ค่านิยมของตนเองสอดคล้องกับพรรคประชาธิปไตย แนวทางที่ดีคือการ
รับบุคคลที่มีค่านิยมใกล้เคียงกับพรรคประชาธิปไตย และเข้าพรรคประชาธิปไตยเพื่อช่วย
การรับรู้ค่านิยมของตัวเอง ยูวประชาธิปไตยเอง และพรรคประชาธิปไตยสอดคล้องกัน
2. ความแปรปรวนของการระบุดำเนินต่อองค์การสามารถอธิบายความแปรปรวนของความ
ผูกพันทางความรู้สึกในระดับที่สูง แต่ความแปรปรวนของความเข้ากันของยูวประชาธิปไตย
กับพรรคประชาธิปไตยสามารถอธิบายความแปรปรวนของการระบุดำเนินต่อพรรค
ประชาธิปไตยได้ส่วนหนึ่ง ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นที่สามารถอธิบายการ
ระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยให้ครอบคลุมมากขึ้น

3. ผู้ร่วมการวิจัยในการศึกษานี้เป็นยุวประชาธิปไตยเพียงกลุ่มเดียว ในการศึกษารั้งต่อไปควรศึกษาในพรรคประชาธิปไตยทางการเมืองอื่น ๆ ด้วย
4. ในการวิจัยนี้ เน้นการศึกษาในส่วนของความเป็นพรรคประชาธิปไตย ในการศึกษารั้งต่อไปควรนำตัวแปรที่เกี่ยวกับบุคคลมาศึกษาเพิ่มเติม เช่น วัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมการวิจัย เป็นต้น
5. จากการทดสอบเพิ่มเติมที่พบว่าความผูกพันทางความรู้สึกต่อพรรคประชาธิปไตย มีอิทธิพลต่อการระบุดำเนินต่อพรรคประชาธิปไตยด้วยนั้น ในการศึกษารั้งต่อไปควรทำการศึกษาเจาะลึกในรูปแบบการทดลองเพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลระหว่างตัวแปรทั้งสองนี้ ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อกันและกันได้



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร .(2557) .Retrieved 1st October, 2557, from www.d-youth.com/page/วัตถุประสงค์.htm

ยุวประชาธิปไตย .from <http://www.youngdemocrat.org/youthcenter/history.php>

ราชกิจจานุเบกษา .(2550) .รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย.ราชกิจจานุเบกษา .

สถาบันเยาวชนเพื่อไทย .from <https://www.facebook.com/PTnewgen>

ภาษาอังกฤษ

Alniaçik, E., Alniaçik, Ü., Erat, S., & Akçin, K. (2013) Does person-organization fit moderate the effects of affective commitment and job satisfaction on turnover intentions? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, .281-274
doi: /10.1016/j.sbspro.2013.10.495

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989) Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, (1)14, .39-20

Atvesson, M. (1990) Organization: from substance to image? *Organization studies*, (3)11, .394-373

- Bang, H., Ross, S., & Reio Jr, T. G. (.2012)From motivation to organizational commitment of volunteers in non-profit sport organizations: The role of job satisfaction. *Journal of Management Development*, (1)32, .112-96
- Buchanan, B. (.1974)Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19, -533 .546
- Carmeli, A., Gilat, G., & Weisberg, J. (.2006)Perceived external prestige, organizational identification and affective commitment: A stakeholder approach. *Corporate Reputation Review*, (2)9, .104-92doi: /10.1057palgrave.crr.1550014
- Cha, J., Chang, Y. K., & Kim, T.-Y. (.2014)Person–Organization Fit on Prosocial Identity: Implications on Employee Outcomes. *Journal of Business Ethics*, (1)123, -57 .69
- Chatman, J. A. (.1989)*Matching people and organizations: Selection and socialization in public accounting firms*. Paper presented at the Academy of Management Proceedings.
- Cheney, G. (.1983)The rhetoric of identification and the study of organizational communication. *Quarterly journal of Speech*, (2)69, .158-143
- Colquitt, J., Lepine, J. A., & Wesson, M. J. (.2009)*Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace*: McGraw-Hill/Irwin.
- Dawley, D. D., Stephens, R. D., & Stephens, D .B. (.2005)Dimensionality of organizational commitment in volunteer workers: Chamber of commerce board members and role fulfillment. *Journal of Vocational Behavior*, (3)67, .525-511doi: /10.1016j.jvb.2004.09.001
- Demir, M., Demir, S. S., & Nield, K. (.2015)The relationship between person-organization fit, organizational identification and work outcomes. *Journal of*

Business Economics and Management, (2)16, .386-369doi:
16111699.2013.785975/10.3846

Dick, R. V., Becker, T. E., & Meyer, J. P. (.2006Commitment and identification: forms, foci, and future. *Journal of Organizational Behavior*, (5)27, .548-545doi: /10.1002/job.384

Dukerich, J. M., Golden, B. R., & Shortell, S. M. (.2002Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification, identity, and image on the cooperative behaviors of physicians. *Administrative Science Quarterly*, (3)47, .533-507

Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (.1994Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, .263-239

Edwards, M. R. (.2005Organizational identification: A conceptual and operational review. *International Journal of Management Reviews*, (4)7, .230-207

Eisenberger, R., Karagonlar, G., Stinglhamber, F., Neves, P., Becker, T. E., Gonzalez-Morales, M. G., & Steiger-Mueller, M. (.2010Leader-member exchange and affective organizational commitment: the contribution of supervisor's organizational embodiment. *Journal of applied psychology*, (6)95, .1103-1085 doi: /10.1037a0020858

Gautam, T., Van Dick, R., & Wagner, U. (.2004Organizational identification and organizational commitment: Distinct aspects of two related concepts. *Asian Journal of Social Psychology*, (3)7, .315-301

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (.2006 *Multivariate data analysis* (Vol. :6Pearson Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.

- Herrbach, O. (.2006) A matter of feeling? The affective tone of organizational commitment and identification. *Journal of Organizational Behavior*, (5)27, .643-629doi: /10.1002/job.362
- Jussila, I., Byrne, N., & Tuominen, H. (.2012) Affective commitment in co-operative organizations: What makes members want to stay? *International Business Research*, (10)5, p .1
- Keh, H. T., & Xie, Y. (.2009) Corporate reputation and customer behavioral intentions: The roles of trust, identification and commitment. *Industrial Marketing Management*, (7)38, .742-732doi: /10.1016/j.indmarman.2008.02.005
- Kiesler, C. A., & Sakumura, J. (.1966) A test of a model for commitment. *Journal of personality and social psychology*, (3)3, .349
- Klein, H. J., Molloy, J. C., & Brinsfield, C. T. (.2012) Reconceptualizing workplace commitment to redress a stretched construct: revisiting assumptions and removing confounds. *Academy of Management Review*, (1)37, .151-130doi: /10.5465/amr.2010.0018
- Kline, R. B. (.2005) *Principles and practice of structural equation modeling*: Guilford publications.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (.1992) Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, (2)13, .123-103
- Marique, G., & Stinglhamber, F. (.2011) Identification to proximal targets and affective organizational commitment. *Journal of Personnel Psychology*, (3)10, .117-107 doi:/5888-1866/10.1027 a000040

- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, (1)1, -61 .89
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Gellatly, I. R. (1990). Affective and continuance commitment to the organization: Evaluation of measures and analysis of concurrent and time-lagged relations. *Journal of applied psychology*, (6)75, .710
- Meyer, J. P., Hecht, T. D., Gill, H., & Topolonytsky, L. (2010). Person–organization (culture) fit and employee commitment under conditions of organizational change: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, (3)76, .473-458
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human resource management review*, (3)11, .326-299
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, (2)14, .247-224
- O'Reilly, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of management journal*, (3)34, .516-487
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, (2)66, .384-358doi: /10.1016/j.jvb.2004.05.005
- Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Bill, J. B. (1997). Corporate image: Employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, (4)16, .412-401
- Sartore-Baldwin, M. L., & Walker, M. (2011). The process of organizational identity: What are the roles of social responsiveness, organizational image, and identification? *Journal of Sport Management*, 7, .505-489

- Shrout, P. E., & Bolger, N. (.2002)Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, (4)7, .445-422doi: 989-1082/10.1037x.7.4.422
- Shurbagi, A. (.2014)*The Relationship between Organizational Culture and Organizational Commitment in National Oil Corporation of Libya*. Paper presented at the 2nd International Conference on Research in Science, Engineering and Technology.
- Sperber, A. D. (.2004)Translation and validation of study instruments for cross-cultural research. *Gastroenterology*, 126, S-124S .128
- Tom, V. R. (.1971)The role of personality and organizational images in the recruiting process. *Organizational Behavior and Human Performance*, (5)6, .592-573
- Wilkins, S., Butt, M. M., Kratochvil, D., & Balakrishnan, M. S. (.2015)The effects of social identification and organizational identification on student commitment, achievement and satisfaction in higher education. *Studies in Higher Education*, .21-1



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก.

ตารางภาคผนวก ก.1

Table 1. *Comparability/Interpretability Rating Sheet*

Please circle the response which most closely represents how you would rate the following pairs of items in terms of: (A) Comparability of language (how comparable is the formal wording?) and (B) Similarity of interpretation (would the paired items be interpreted similarly, even if the wording is different?). Please circle only one response for (A) and one response for (B) for each pair of items.

1	I feel that problems of (Company Name) are my problem.	I really feel as if this organization's problems are my own.	<i>COMPARABILITY OF LANGUAGE</i>						
			NOT AT ALL COMPARABLE		MODERATELY COMPARABLE		EXTREMELY COMPARABLE		
			1	2	3	4	5	6	7
			<i>SIMILARITY OF INTERPRETATION</i>						
			NOT AT ALL COMPARABLE		MODERATELY COMPARABLE		EXTREMELY COMPARABLE		
			1	2	3	4	5	6	7
2	I do not feel being as a part of the family of (Company Name).	I do not feel like 'part of the family' at my organization.	<i>COMPARABILITY OF LANGUAGE</i>						
			NOT AT ALL COMPARABLE		MODERATELY COMPARABLE		EXTREMELY COMPARABLE		
			1	2	3	4	5	6	7
			<i>SIMILARITY OF INTERPRETATION</i>						
			NOT AT ALL COMPARABLE		MODERATELY COMPARABLE		EXTREMELY COMPARABLE		
			1	2	3	4	5	6	7
3	Personally, (Company Name) is meant a lot to me.	This organization has a great deal of personal meaning for me.	<i>COMPARABILITY OF LANGUAGE</i>						
			NOT AT ALL COMPARABLE		MODERATELY COMPARABLE		EXTREMELY COMPARABLE		
			1	2	3	4	5	6	7
			<i>SIMILARITY OF INTERPRETATION</i>						
			NOT AT ALL COMPARABLE		MODERATELY COMPARABLE		EXTREMELY COMPARABLE		
			1	2	3	4	5	6	7

ภาคผนวก ข.

ตารางภาคผนวก ข.1

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ของมาตรา
ภาพลักษณ์พรรคประชาธิปัตย์

ข้อที่	ทิศทาง	ค่า CITC (N = 88) 6 ข้อ	ข้อที่ผ่านการ วิเคราะห์ทั้งหมด
1	+	.509***	ผ่าน
2	+	.665***	ผ่าน
3	+	.591***	ผ่าน
4	+	.678***	ผ่าน
5	+	.515***	ผ่าน
6	+	.658***	ผ่าน
α		.828	

หมายเหตุ 6 ข้อคือ ค่า CITC วิเคราะห์ 6 ข้อกระทง โดยได้คัดข้อที่มีนัยสำคัญน้อยกว่า .001
จำนวน 6 ข้อ

ค่า r วิฤต (86, .001, หนึ่งทาง) \approx .179

*** $p < .001$, หนึ่งทาง.

ตารางภาคผนวก ข.2

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ของมาตรฐานความ
เข้ากันของยุวประชาธิปไตยกับพรรคประชาธิปไตย

ข้อที่	ทิศทาง	ค่า CITC (N = 88) 6 ข้อ	ข้อที่ผ่านการ วิเคราะห์ทั้งหมด
1	+	.725***	ผ่าน
2	+	.700***	ผ่าน
3	+	.700***	ผ่าน
4	+	.724***	ผ่าน
5	+	.725***	ผ่าน
α		.881	

หมายเหตุ 5 ข้อคือ ค่า CITC วิเคราะห์ 5 ข้อกระทง โดยได้คัดข้อที่มีนัยสำคัญน้อยกว่า .001
จำนวน 5 ข้อ

ค่า r วิฤต (86, .001, หนึ่งหาง) \approx .179

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

ตารางภาคผนวก ข.3

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ของมาตรการ
ระบุตัวตนต่อพรรคประชาธิปัตย์

ข้อที่	ทิศทาง	ค่า CITC (N = 88) 6 ข้อ	ข้อที่ผ่านการ วิเคราะห์ทั้งหมด
1	+	.695***	ผ่าน
ฉันรู้สึกเหมือนถูกสบประมาท เมื่อมีคน วิจารณ์พรรคประชาธิปัตย์			
2	+	.581***	ผ่าน
ฉันรู้สึกสนใจว่าผู้อื่นคิดถึงพรรค ประชาธิปัตย์อย่างไร			
3	+	.784***	ผ่าน
เมื่อฉันพูดถึงพรรคประชาธิปัตย์ ฉันจะใช้ สรรพนามแทนว่า "เรา" มากกว่า "เขา"			
4	+	.789***	ผ่าน
ความสำเร็จของพรรคประชาธิปัตย์ คือ ความสำเร็จของฉัน			
5	+	.754***	ผ่าน
เมื่อมีคนชมเชยพรรคประชาธิปัตย์ ฉัน รู้สึกเหมือนกับตัวฉันได้รับความชื่นชม			
6	+	.539***	ผ่าน
ถ้าเรื่องราวในสื่อวิจารณ์พรรค ประชาธิปัตย์ ฉันจะรู้สึกขายหน้า			
α		.881	

หมายเหตุ 6 ข้อคือ ค่า CITC วิเคราะห์ 6 ข้อกระทง โดยได้คัดข้อที่มีนัยสำคัญน้อยกว่า .001
จำนวน 6 ข้อ

ค่า r วิฤต (86, .001, หนึ่งหาง) \approx .179

*** $p < .001$, หนึ่งหาง.

ตารางภาคผนวก ข.4

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ของมาตรฐานความผูกพันทางความรู้สึก

ข้อที่	ทิศทาง	ค่า CITC (N = 88) 6 ข้อ	ข้อที่ผ่านการ วิเคราะห์ทั้งหมด
1	+	.611***	ผ่าน
2	+	.601***	ผ่าน
3	-	.718***	ผ่าน
4	-	.715***	ผ่าน
5	+	.533***	ผ่าน
6	-	.631***	ผ่าน
α		.851	

หมายเหตุ 6 ข้อคือ ค่า CITC วิเคราะห์ 6 ข้อกระทง โดยได้ตัดข้อที่มีนัยสำคัญน้อยกว่า .001 จำนวน 6 ข้อ

ค่า r วิฤต (86, .001, หนึ่งทาง) \approx .179

*** $p < .001$, หนึ่งทาง.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายพรรคพล กীরติภราดร เกิดวันที่ 5 มีนาคม พุทธศักราช 2533 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการวิจัยทางสังคม คณะสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2555 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

