



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา และเผยแพร่ผลการศึกษา

เขียนที่ Oasis Spa Office เลขที่ 4 ถนนสุขเกษม
ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วันที่ 23 กรกฎาคม 2554

โดยหนังสือฉบับนี้ ข้าพเจ้า นายภาคิน พลอยภิษา (ผู้มีอำนาจลงนาม) บริษัท เดสติเนเอนเตอร์ไพรส์ จำกัด หรือทางการค้าคือ โอเอซิส สปา (ประเทศไทย) ตั้งอยู่เลขที่ 4 ซอย 2 ถนนสุขเกษม ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 ขอทำหนังสือฉบับนี้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่าข้าพเจ้าได้รับทราบและยินยอมให้ นางสาวอังคณา หลักฐาน รหัสนักศึกษา 521532018 สังกัดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ทำการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในแบรนด์ของพนักงาน โอเอซิส สปา สาขาเชียงใหม่และสาขาลานนา เข้ามาศึกษาและเก็บข้อมูล ณ หน่วยงานของข้าพเจ้า ตามคำชี้แจงของผู้ศึกษา และอนุญาตให้นำผลการศึกษาไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ทั้งนี้หากผู้ศึกษาได้กระทำภายในขอบเขตอำนาจของหนังสือยินยอมฉบับนี้ให้มีผลสมบูรณ์และชอบด้วยกฎหมายทุกประการและหากมีผลกระทบหรือเกิดความเสียหายขึ้นจะไม่มี การเรียกร้องแต่อย่างใด เพื่อเป็นหลักฐานแห่งความยินยอมนี้ ข้าพเจ้าได้ลงลายมือชื่อและประทับตรา (ถ้ามี) ไว้ที่หน้าพยาน

ลงชื่อ

(นายภาคิน พลอยภิษา)

ผู้มีอำนาจลงนาม

ลงชื่อ

(นางสาวเบญญาภา จันตาเวียง)

พยาน

ลงชื่อ

อวดนุ แคลิงาน

(นางสาวอังคณา หลักฐาน)

ผู้ศึกษา

ลงชื่อ

(ชลิตา ปัฐวี)

พยาน

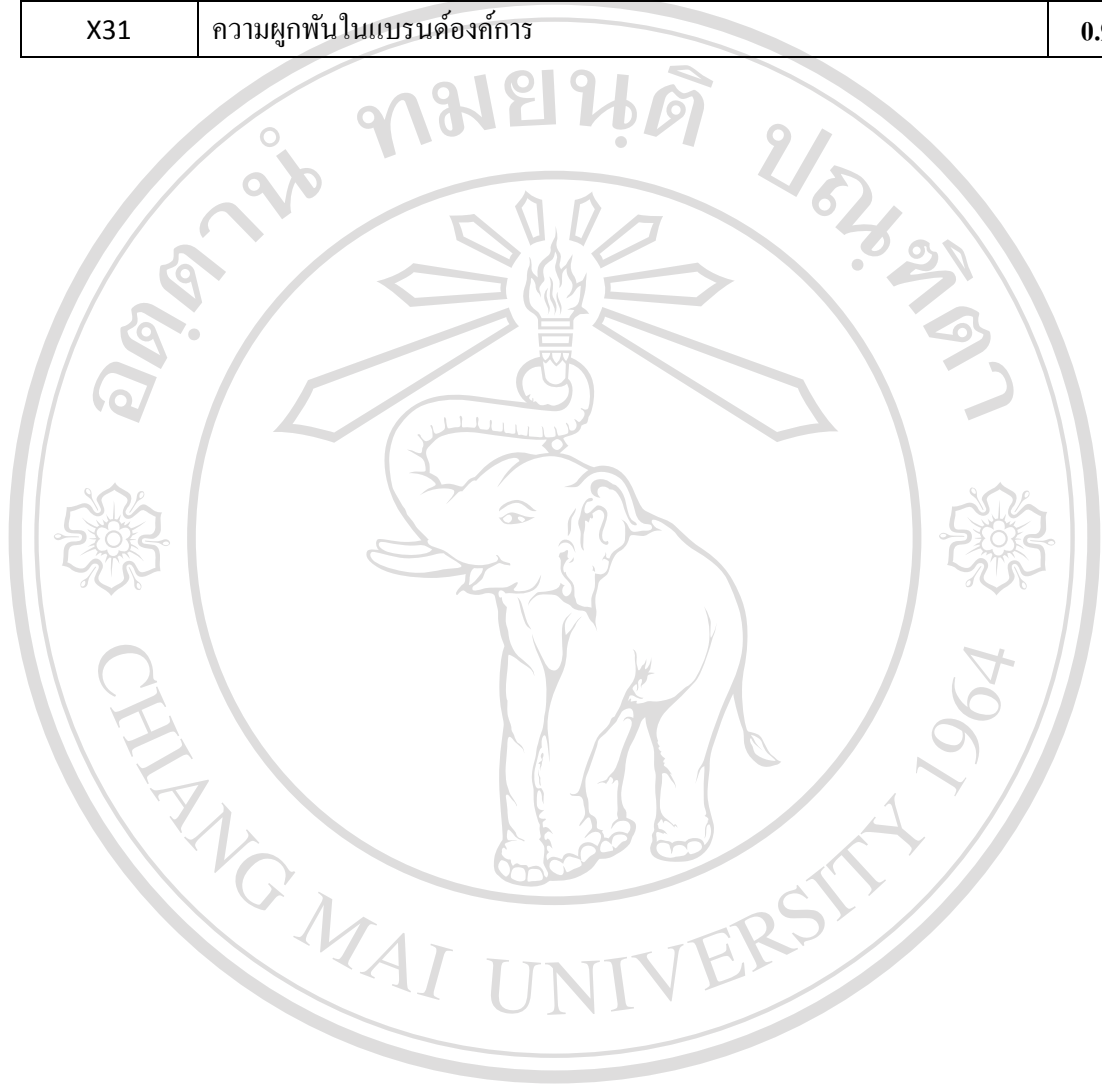
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pre-test)

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pre-test) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานออฟฟิศ ของโอเอซิส สป่า จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของการรับรู้การสร้างแบรนด์ภายในองค์กร (The Perception Towards Internal Branding) และการรับรู้แบรนด์ผู้จ้างงาน (The Perception Towards Employer Brand)

รหัสตัวแปร	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์กร	α
ปัจจัยการรับรู้การสร้างแบรนด์ภายในองค์กร (Internal Branding)		
X11	การสื่อสารภายในเกี่ยวกับแบรนด์ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์อย่างแท้จริง	0.792
X12	การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมในเรื่องของแบรนด์	0.845
X13	การสนับสนุนจากฝ่ายบริหารขององค์กรในเรื่องการสร้างแบรนด์ภายใน	0.711
X14	กิจกรรมการสร้างแบรนด์ภายใน	0.603
X15	การให้รางวัล และการยกย่องในผลงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์ภายใน	0.733
ปัจจัยการรับรู้แบรนด์ผู้จ้างงาน (Employer Brand)		
X21	ชื่อเสียงภายนอก	0.761
X22	การสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับนโยบาย วิสัยทัศน์ และความต้องการที่ชัดเจนของผู้จ้างงาน	0.843
X23	บทบาทผู้นำ	0.775
X24	คุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคม	0.780
X25	ระบบการควบคุมกำกับการทำงานภายใน	0.825
X26	การสนับสนุนการทำงาน	0.635
X27	การสรรหาและการเข้าสู่ตำแหน่ง	0.762
X28	การบริหารทีมงาน	0.750
X29	การประเมินการทำงาน	0.854
X210	การเรียนรู้และการพัฒนา	0.884
X211	การให้รางวัล และการยกย่องชมเชย ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมเมื่อปฏิบัติตามนโยบาย และวิสัยทัศน์ของผู้จ้างงาน	0.716
X212	สภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.625

รหัสตัวแปร	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์กร	α
ปัจจัยความผูกพันในแบรนด์องค์กร (Brand Engagement)		
X31	ความผูกพันในแบรนด์องค์กร	0.928



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในแบรนด์ของพนักงานโอเอซิส สปา สาขาเชียงใหม่ และสาขาลานนา**

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในแบรนด์ของพนักงาน โอเอซิส สปา สาขาเชียงใหม่และสาขาลานนา ข้อมูลที่ได้รับถือเป็นผลงานทางวิชาการ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการศึกษา ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็น หรือความรู้สึกที่แท้จริงของท่านมากที่สุด ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น โดยจะไม่มีผลเสียหายต่อท่านผู้ตอบแต่อย่างใด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

คำแนะนำ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์การ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์การ

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 25 ปี

() 26 – 35 ปี

() 36 – 45 ปี

() 46 – 55 ปี

() 56 ปีขึ้นไป

3. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

() ไม่เกิน 1 ปี

() 1 – 3 ปี

() 4 – 6 ปี

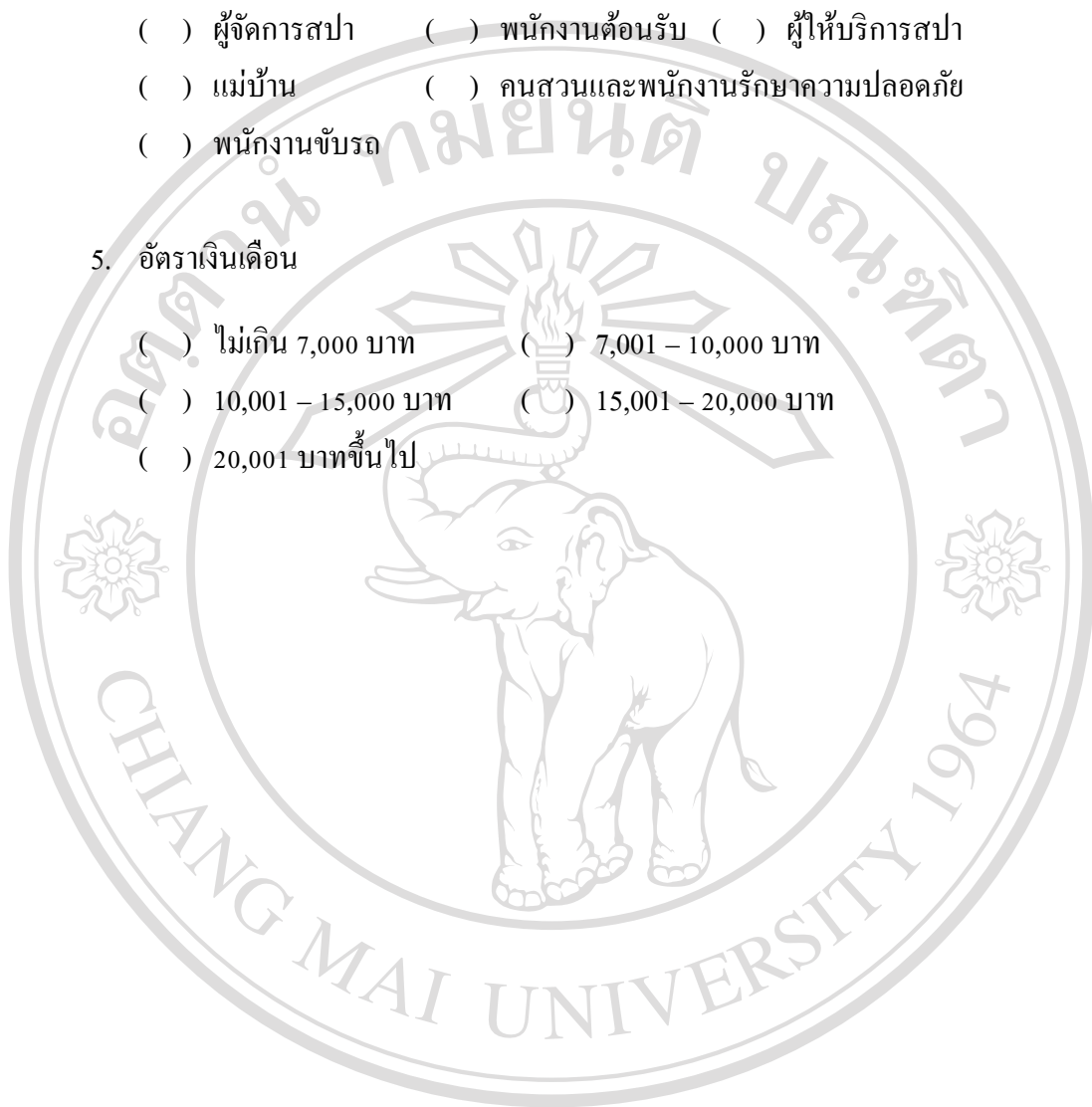
() 7 ปีขึ้นไป

4. ตำแหน่งหน้าที่

- () ผู้จัดการสปลา () พนักงานต้อนรับ () ผู้ให้บริการสปลา
 () แม่บ้าน () คนสวนและพนักงานรักษาความปลอดภัย
 () พนักงานขับรถ

5. อัตราเงินเดือน

- () ไม่เกิน 7,000 บาท () 7,001 – 10,000 บาท
 () 10,001 – 15,000 บาท () 15,001 – 20,000 บาท
 () 20,001 บาทขึ้นไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์กร

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. โอเอซิส สปา มีการสื่อสารให้พนักงานรับทราบและเข้าใจในนโยบาย และกลยุทธ์ของโอเอซิส สปาอย่างชัดเจน					
2. โอเอซิส สปา มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการแก่พนักงานได้อย่างเหมาะสม					
3. โอเอซิส สปา เปิดโอกาส และรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน มีการปรับปรุงแก้ไขเมื่อได้รับข้อเสนอแนะ					
4. โอเอซิส สปา มีการจัดอบรมเสริมทักษะ ความรู้ความสามารถให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม					
5. โอเอซิส สปา มีการจัดทำแผนพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างเหมาะสม					
6. ฉันรู้สึกมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้นภายหลังการฝึกอบรม					
7. ผู้บริหารโอเอซิส สปา มีทัศนคติ และวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และสามารถถ่ายทอดให้แก่พนักงานได้ รับทราบ					
8. ผู้บริหารโอเอซิส สปา เป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงานของฉัน ทำให้ฉันพร้อมจะทุ่มเท เสียสละ และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ					
9. ผู้บริหารโอเอซิส สปา เชื่อมั่นในศักยภาพของพนักงาน และสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้ฉันได้เป็นอย่างดี					

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
10. โอเอซิส สปา มีระบบงานคุณภาพ เพื่อรักษา มาตรฐานการทำงานร่วมกัน					
11. โอเอซิส สปา มีการจัดกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษา และแก้ปัญหาเรื่องงานของน้องได้					
12. โอเอซิส สปา ส่งเสริมการจัดกิจกรรมสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน					
13. โอเอซิส สปา มีการจ่ายค่าตอบแทนที่ทัดเทียมกับ องค์กรอื่นในธุรกิจเดียวกัน					
14. โอเอซิส สปา ให้การสนับสนุนพนักงานที่มีผลงาน โดดเด่นเสมอ					
15. โอเอซิส สปา ให้การยกย่องพนักงานหรือทีมงานที่ มีการปฏิบัติงานดีเยี่ยม โดยให้ผู้บริหารกล่าวชมเชย ยก ย่อง พுகให้เกียรติ ให้รับรู้อย่างทั่วถึง					
16. ชื่อเสียงของ โอเอซิส สปา เป็นที่ยอมรับและ น่าเชื่อถือจากหน่วยงาน และบุคคลภายนอก					
17. โอเอซิส สปา เป็นองค์กรที่มั่นคง และมีชื่อเสียง มายาวนาน					
18. โอเอซิส สปา มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆสู่พนักงานอย่างหลากหลาย ทันสมัย และสะดวกรวดเร็ว					
19. โอเอซิส สปา จัดกิจกรรมส่งเสริมการแลกเปลี่ยน ความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานอย่าง สม่ำเสมอ					
20. โอเอซิส สปา รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน และนำไปพัฒนาระบบการทำงานได้เป็นอย่างดี					
21. ผู้บริหารของฉันทมีการแนะนำ และให้แนวทางใน การทำงานอย่างสม่ำเสมอ					

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
22. ผู้บริหารของฉันมีการสื่อสารถึงความคาดหวังในการทำงานให้ฉันได้รับทราบ					
23. ผู้บริหารของฉันรับฟังความคิดเห็นหรือทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าดีที่สุดในการปฏิบัติงาน					
24. โอเอซิส สปา มีปรัชญาการทำงานในการช่วยเหลือพัฒนาสังคม ซึ่งเหมาะกับคนแบบฉัน					
25. ฉันได้กล่าวถึงชื่อเสียงของโอเอซิส สปา ให้บุคคลภายนอกรับรู้					
26. พนักงาน โอเอซิส สปา คืออาชีพที่มีเกียรติ น่าภาคภูมิใจ					
27. โอเอซิส สปา มีการตรวจสอบประเมินผลงานหน่วยงานภายในอย่างสม่ำเสมอ					
28. โอเอซิส สปา มีการแจ้งผลการประเมินให้ฉันได้รับทราบ และเป็นแนวทางพัฒนาการปฏิบัติงานของฉัน					
29. การประเมินผลงานด้วยหน่วยงานภายนอกของโอเอซิส สปา เป็นการส่งเสริมให้ฉันได้เรียนรู้และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ					
30. โอเอซิส สปา มีกระบวนการให้คำปรึกษาแก้ปัญหาในเรื่องการปฏิบัติงานของฉัน					
31. โอเอซิส สปา มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้สนับสนุนการปฏิบัติงานของฉันอย่างครบถ้วน					
32. โอเอซิส สปา มีหน่วยงานสนับสนุนการปฏิบัติงานของฉัน ช่วยฉันแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานอย่างทัน่วงที					
33. โอเอซิส สปา มีการเลือกสรรพนักงานได้อย่างเหมาะสม					

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
34. โอเอซิส สปา ให้โอกาสฉันอย่างเท่าเทียมในการ เข้าสู่ตำแหน่ง					
35. มาตรฐานการสรรหาพนักงานของโอเอซิส สปา นั้นอยู่ในระดับดี					
36. โอเอซิส สปา ส่งเสริมกระบวนการการทำงานเป็น ทีมเสมอ					
37. โอเอซิส สปา เปิดโอกาสให้ฉันแสดง ความสามารถ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการ ทำงาน					
38. เมื่อฉันประสบปัญหาจากการทำงาน ทีมงาน สามารถช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาได้อย่างน่าพอใจ					
39. โอเอซิส สปา มีการเชื่อมโยงผลการประเมินการ ปฏิบัติงานสู่การฝึกอบรม การพัฒนา และการจ่าย ค่าตอบแทน					
40. โอเอซิส สปา มีการจัดทำประเมินขีด ความสามารถ (Competency) ของพนักงานได้อย่าง เหมาะสม					
41. การประเมินผลการปฏิบัติงานของโอเอซิส สปา มี เกณฑ์ชี้วัดที่เหมาะสม และปฏิบัติได้จริง					
42. โอเอซิส สปา ได้ให้โอกาสฉันแสดงความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ					
43. ฉันเห็นภาพในอนาคตที่ชัดเจนในการทำงานกับ โอเอซิส สปา					
44. โอเอซิส สปา มีการส่งเสริมการเรียนรู้ และ สร้างสรรค์วิธีการทำงานใหม่ๆ ให้กับฉัน					

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
45. โอเอซิส สปา มีการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้กับความรับผิดชอบ และภาระงานของมัน					
46. โอเอซิส สปา ให้ค่าตอบแทนมันทัดเทียมกับสปาแห่งอื่น					
47. โอเอซิส สปา ให้รางวัลพิเศษตอบแทนพนักงานที่มีผลงานดี					
48. โอเอซิส สปา มีการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม สะอาด และปลอดภัย					
49. โอเอซิส สปา มีมาตรฐานการทำงานที่เป็นสากล					
50. โอเอซิส สปา มีบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่นเหมือนพี่น้องทำงานร่วมกัน					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์กร (Brand Engagement)

คำถาม	ความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เฉยๆ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
51. โอเอซิส สปา ทำให้ฉันมีแต่สิ่งที่ดีเข้ามาในชีวิต					
52. ฉันรู้สึกอ่อนใจเมื่อทำงานกับโอเอซิส สปา โดยไม่คิดจะย้ายไปไหน					
53. ฉันจะแนะนำคนรู้จักให้มาทำงานกับโอเอซิส สปา					
54. ฉันรู้สึกที่โอเอซิส สปา มีความน่าเชื่อถือ และมั่นคงในอาชีพ					
55. โอเอซิส สปา ดูแลเอาใจใส่ฉันเป็นอย่างดี และให้ในสิ่งที่ได้สัญญาไว้					
56. โอเอซิส สปา ปฏิบัติต่อฉันอย่างเสมอภาค เท่าเทียม					
57. หากมีปัญหาเกิดขึ้นกับฉัน โอเอซิส สปา ให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาได้อย่างเป็นธรรม และเป็นที่น่าพอใจ					
58. ฉันรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นพนักงานของ โอเอซิส สปา					
59. ฉันรู้สึกที่ปัญหาต่างๆของโอเอซิส สปา ก็คือปัญหาของตนเอง					
60. ฉันจะกล่าวถึงโอเอซิส สปา ด้วยความภาคภูมิใจต่อบุคคลภายนอก					
61. ฉันรู้สึกโกรธเคืองเป็นอย่างมาก หากได้ยินคำกล่าวถึงโอเอซิส สปา ในทางที่ไม่ดี					
62. โอเอซิส สปา คือทุกอย่างของฉันในวันนี้ และอนาคต ของฉันฝากไว้ที่โอเอซิส สปา					

ขอพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ที่มาของข้อคำถาม

1. ข้อคำถามด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ได้จากการศึกษาของ The Gallop Organization เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ด้วย Gallup QP12P ร่วมกับ ปัจจัยของการสร้างแบรนด์ภายใน ด้วยการศึกษาของ Canadian Marketing Association และปัจจัยของแบรนด์ผู้จ้างงานด้วยการศึกษาของ Simon Barrow and Richard Mosley
2. ข้อคำถามด้านความผูกพันต่อแบรนด์ ได้จากการศึกษาของ The Gallop Organization ซึ่งแสดงถึงดัชนีความผูกพันของลูกค้ากับแบรนด์ ด้วย Gallup CE11(tm) method of driving customer engagement เพื่อหาองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อระดับความผูกพันของพนักงานต่อแบรนด์องค์กร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวอังคณา หลักฐาน
วัน-เดือน-ปีเกิด	17 มกราคม 2527
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - พ.ศ. 2541 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์ จังหวัดเชียงราย - พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์ จังหวัดเชียงราย - พ.ศ. 2548 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย
ประวัติการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> - พ.ศ. 2549 – พ.ศ. 2552 พนักงานบริษัท ดุสิต ไอส์แลนด์ รีสอร์ท โฮเทล จำกัด - พ.ศ. 2552 - พ.ศ. 2553 พนักงานบริษัท เคนเบอร์ ซัพพลายส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved