

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย
บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่
FACTORS AFFECTING ORGANIZATIONAL ENGAGEMENT OF
SALES REPRESENTATIVE OF
MEDTRONIC (THAILAND) LIMITED HEAD OFFICE

ธนากร เกหา
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Thanakorn Kheha
Email: karn.club@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Management,
Ramkhamhaeng University, Thailand.
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านความต้องการที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ ประชากรในการวิจัยนี้คือ พนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้จากวิธีสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 125 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ที่มีค่าความเชื่อถือได้ เท่ากับ 0.97 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับปฏิบัติงาน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และความผูกพันในองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

(R square) เท่ากับ 0.603 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรตัวแปรตามได้ร้อยละ 60.3 และในบรรดาตัวแปรอิสระรายด้าน มีตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามคือ ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ฝ่ายขาย บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ คือ ปัจจัยด้านความต้องการ

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความต้องการ ความผูกพันในองค์กร

Abstract

The purposes of conducting “Factors Affecting Organizational Engagement of Sales Representative of Medtronic (Thailand) Limited Head Office” research was to study the job characteristic factors and the employees’ satisfaction factors affecting organizational engagement of sales representative of Medtronic (Thailand) Limited Head Office. 125 samples were collected from simple random sampling method. Data collection was done by questionnaire with a scale reliability test equal to 0.97. The data were primarily analyzed by using descriptive statistics to measure frequency, percentage, mean, standard deviation and inferential statistic, while multiple regression analysis was applied for hypothesis by SPSS program for proceeding data analysis.

The results of this research found that the majority of respondents were female aged 31 to 40 years, graduated with bachelor’s degrees, and worked in operating position with the average monthly income of more than 45,001 Baht. In addition, the results showed that the general job characteristic factors and the general organization engagement factors were at the highest level, followed by the employees’ satisfaction factors. The hypothesis test results of the research found that the employee’s satisfaction factors affecting organizational engagement of sales representative of Medtronic (Thailand) Limited Head Office was statistically significant at 0.05 levels. As the R-square equaled to 0.603, it indicated that the independent variables varies to the dependent variables by 60.3%. In this analysis, the independent variable that significantly affected organizational engagement of sales representative of Medtronic (Thailand) Limited Head Office, the dependant variable, was employees’ satisfaction factors.

Keywords: The job characteristic factors, The employees’ satisfaction factors,
The organization engagement

บทนำ

ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มากมายทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้องค์กรต่างๆ ต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาท หน้าที่ และให้ความสำคัญกับคนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ องค์กรสมัยใหม่จึงมองคนเป็นทรัพยากรที่ต้องรักษาและหวงแหน ให้มีความสุขในการทำงาน รวมทั้งพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถและดึงศักยภาพที่มีอยู่ออกมาเพื่อให้องค์กรอยู่รอดและเจริญก้าวหน้า ซึ่งการจะทำให้คนปฏิบัติงานได้ดีที่สุดต้องเริ่มตั้งแต่วิธีการเพื่อให้ได้คนเก่งเข้ามาปฏิบัติงาน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องให้ความสำคัญกับการรักษาบุคลากรนั้นๆ ให้อยู่ในองค์กรให้นานที่สุด ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรจึงถือเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนจากการลาออก การเปลี่ยนงาน การขาดงานและการปฏิบัติงานของบุคลากร และหากพนักงานในองค์กรมีความผูกพันที่ดีต่อองค์กรแล้ว ก็จะมีคามมุ่งมั่น ตั้งใจ ที่จะทุ่มเททำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมาย (ปกภณ จันทรศาสตร์, 2557) การมีพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีไม่เพียงแต่จะให้เกิดความร่วมมือในการทำงานของพนักงานในองค์กร แต่ยังส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานอีกด้วย ดังนั้นความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญซึ่งจะช่วยทำให้องค์กรมีประสิทธิผลและก่อให้เกิดแรงผลักดันให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น นอกจากนี้ความผูกพันต่อองค์กรยังเป็นตัวเชื่อมความต้องการของบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร การที่บุคคลผูกพันกับองค์กรนั้น สามารถส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อทุ่มเทการทำงานให้กับองค์กรเพิ่มมากขึ้น (ณัฐกร โสภานันท์, วอนชนก ไชยสุนทร, 2560, หน้า 87)

สำหรับความผูกพันในงานของพนักงานเป็นแนวทางที่ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงรุก ในฐานะผู้ที่ทำให้งานขององค์กรมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดโดยความผูกพันในงานของพนักงานนั้น ประกอบด้วย ค่านิยมของบุคคล เป้าหมายของงานและการสนับสนุนระหว่างบุคคล ทั้งนี้ในการที่จะพัฒนาให้พนักงานในองค์กรมีความผูกพันในงานได้นั้น ต้องอาศัยกระบวนการที่มีการปฏิบัติอย่างมีขั้นตอน ได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การวัดความผูกพัน และการปรับปรุงแก้ไข ขั้นตอนเหล่านี้ต้องกระทำอย่างเป็นระบบต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพราะทรัพยากรมนุษย์หรือพนักงานของแต่ละองค์กร จะมีปัจจัยที่มีต่อความผูกพันแตกต่างกันออกไป โดยหากองค์กรสามารถสร้างความผูกพันในงานให้เกิดขึ้นกับพนักงานได้แล้ว ก็จะสามารถทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความจงรักภักดีต่องานและองค์กรได้อย่างยั่งยืน (ธนรัฐ นาทอง, 2556)

บริษัท เมดโทรนิค จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์เป็นหนึ่งในบริษัทด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์และบริการและโซลูชันทางการแพทย์ที่ใหญ่ที่สุด มีพันธกิจเพื่อบรรเทาความเจ็บปวด ฟื้นฟูสุขภาพและยืดอายุผู้คนนับล้านทั่วโลก บริษัท เมดโทรนิค จำกัด (มหาชน) มีพนักงานมากกว่า 86,000 คนที่ให้บริการแก่บุคลากรการแพทย์ โรงพยาบาลและผู้ป่วยในกว่า 150 ประเทศทั่วโลก

บริษัท เมดโทรนิค จำกัด (มหาชน) มี บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ เป็นสาขาที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย จำนวนพนักงานทั้งหมด 359 คน แบ่งสายงานต่างๆ ดังนี้ พนักงานฝ่ายบริหาร

ฝ่ายบุคคล ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายโลจิสติกส์ ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายเลขานุการ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ฝ่ายขึ้นทะเบียนสินค้า ฝ่ายคุณภาพ ฝ่ายดำเนินการด้านเอกสาร ฝ่ายวิศวกรเทคนิค และเจ้าหน้าที่ส่งเอกสาร

เมื่อกล่าวถึง พนักงานฝ่ายขาย คือ บุคคลหรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในการติดต่อ แสวงหาลูกค้า เสนอขาย กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ ให้บริการก่อนและหลังการขาย เพื่อสร้างยอดขายและผลประกอบการให้กับองค์กร ให้บรรลุเป้าหมายและได้ผลกำไรที่ตั้งไว้ ซึ่งพนักงานฝ่ายขายเอง เมื่อกล่าวถึงรายละเอียดงานนั้น จำเป็นที่จะต้องใช้เวลาในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นกับกลุ่มลูกค้า ให้มีความน่าเชื่อถือเกิดขึ้น ไม่ว่าจะกับตัวพนักงานฝ่ายขายเอง แบรินต์ของสินค้า องค์กร รวมถึงเรื่องของการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย ทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อแบรินต์ของสินค้าและองค์กรยิ่งขึ้น แต่ถ้าองค์กรใดมีการเปลี่ยนพนักงานฝ่ายขายอยู่บ่อยๆ ในสายตาของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มักจะมองว่า องค์กรนั้นมีปัญหาและไม่มี ความมั่นคง ทำให้พนักงานลาออก และเปลี่ยนพนักงานใหม่อยู่เรื่อยๆ ก็จะเกิดความไม่ต่อเนื่องในด้านการติดต่อประสานงาน ความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า รวมไปถึงภาพลักษณ์ขององค์กร จนกลายเป็นอุปสรรคและเกิดผลกระทบในแง่ลบกับตัวองค์กรในทุกๆด้านขึ้นนั่นเอง และปัญหาอัตราการลาออกของพนักงานด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ บริการและโซลูชันทางการแพทย์นั้นมีอยู่สูงมาก โดยเฉพาะสายงานที่มีการลาออกเพื่อเปลี่ยนงาน ด้วยเหตุผลใดๆก็ตาม ซึ่งส่งผลกระทบมากที่สุดแก่องค์กร ได้แก่ ฝ่ายขาย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ ว่ามีความผูกพันต่อองค์กรมากน้อยเพียงใดและในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันขององค์กรของพนักงานฝ่ายขาย บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

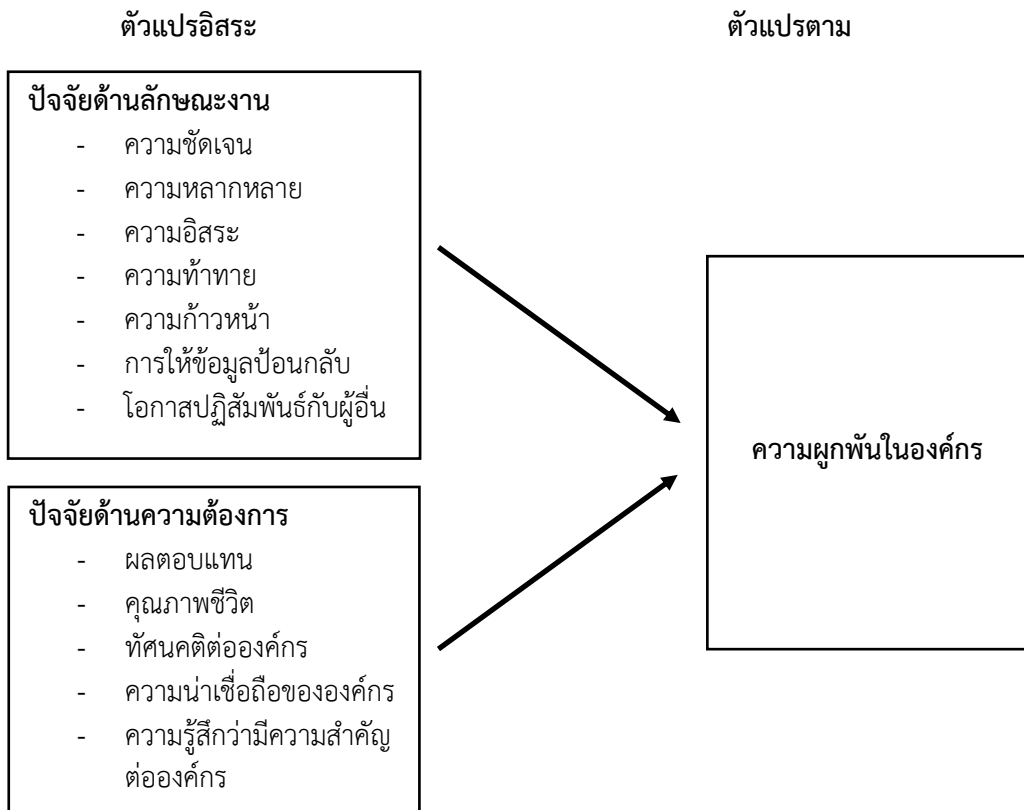
ผลวิจัยนี้ จะทำให้ทราบถึงระดับของความผูกพันและปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ เพื่อจะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายวางแผน ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริหารงานต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน เพื่อลดปัญหาการลาออก ซึ่งจะส่งผลทำให้องค์กรมีความสำเร็จในด้านการจัดการและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎี บทความทางวิชาการรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยดังนี้



สมมติฐานของการวิจัย

- 1) ปัจจัยด้านลักษณะงานมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่
- 2) ปัจจัยด้านความต้องการมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ และประเมินผลข้อมูล ทั้งในสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดดังนี้

- 1) **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ 1.ปัจจัยด้านลักษณะงาน ได้แก่ ความชัดเจนของงาน ความหลากหลายของงาน ความท้าทายของงาน การให้ข้อมูลป้อนกลับ โอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ความอิสระของงาน และความก้าวหน้าของงาน 2.ปัจจัยด้านความต้องการ ได้แก่ คุณภาพชีวิต ผลตอบแทน ทัศนคติต่อองค์กร ความ

นำเชื่อถือขององค์กร และความรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อองค์กร และตัวแปรตาม คือ ความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

2) ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษา คือ พนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 177 คน (ที่มา. ข้อมูลอัตรากำลังพนักงานฝ่ายขาย บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ ณ วันที่ 1 มีนาคม 2563, ฝ่ายบุคคล) กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน คือ 122.7 คน จึงเลือกใช้ขนาดกลุ่มจำนวนประชากรทั้งหมด 125 ตัวอย่าง

3) ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษานี้ครอบคลุมพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

4) ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่าง เมษายน 2563 - พฤษภาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เพื่อให้ทราบถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

2) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ และนำผลวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการจัดการองค์กรต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ มีแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs theory) (ณัฐพรรณ ชาญธัญกรรม, 2560) ได้กล่าวถึงว่าเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งกำหนดโดย นักจิตวิทยาชื่อมาสโลว์ (Abraham Maslow) ซึ่งมาสโลว์มองว่าความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากระดับต่ำไปยังระดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฟรดเดอริก เฮอริซเบิร์ก (Frederick Herzberg Two-factor Theory or Motivator - hygiene Theory) (อ้างอิงใน, เกวลี พ่วงศรี, 2557) ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) และปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) พบว่า ปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเพื่อจูงใจให้คนชอบและรักการปฏิบัติงาน เป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1.ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล 2.การได้รับการยอมรับนับถือ 3.ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 4.ความรับผิดชอบ และ 5.ความก้าวหน้า และปัจจัยค้ำจุนหรือ

อาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะก้าวเป็นแรงจูงใจในการทำงานของคุณคือมีอยู่ตลอดเวลา รวมถึง ปัจจัยที่มาจากภายนอกบุคคล มีทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ 1.เงินเดือน 2.โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 3.ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน 4.สถานะของอาชีพ 5.นโยบายและการบริหารงาน 6.สภาพการทำงาน 7.ความเป็นอยู่ส่วนตัว 8.ความมั่นคงในการทำงาน และ 9.วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา

Hackman & Oldham (อ้างอิงใน ปกภณ จันทศาสตร์, 2557) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวความคิดการปรุ่่งแต่งงาน เชื่อว่ามิติของงาน จะมีผลกระทบต่อสภาวะของจิตใจของคุณและส่งผลต่อไปยังผลลัพธ์ในเรื่องผลงานและความพึงพอใจของคุณผู้ปฏิบัติงาน ทฤษฎีคุณลักษณะงานนั้นอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีแรงจูงใจ คุณลักษณะของงานนั้นนำไปสู่สภาวะทางจิตวิทยา เช่น ความเชื่อ ทศนคติ ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ นำพาไปสู่การจูงใจในการทำงาน ผลการปฏิบัติงานที่ดี และความพึงพอใจในการทำงาน โดยคุณลักษณะของงานที่สำคัญจะมีอยู่ 5 ปัจจัย คือ 1.ความหลากหลายของทักษะ 2.ความเกี่ยวเนื่องกันของงาน หรือมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของงาน 3.ความสำคัญของงาน 4.ความเป็นอิสระ และ 5.การให้ข้อมูลย้อนกลับ

Steers (1977: 123-125, อ้างอิงใน ศุภษร พงษ์เสถียรศักดิ์, 2556) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านลักษณะงานและความต้องการ ทั้งหมด 6 ด้านดังนี้ 1.ความมีอิสระในงาน 2.งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น 3.การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน 4.ความหลากหลายของงาน 5.ความรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อองค์กร 6.ทัศนคติต่อองค์กรและความเกี่ยวพันทางสังคมกับเพื่อนร่วมงาน เช่น การมีโอกาสเข้าสังคม พบปะพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งผู้บังคับบัญชาจะเป็นปัจจัยกำหนดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีความสำคัญต่อโครงสร้างของระบบสังคมและทัศนคติ พฤติกรรมของผู้ร่วมอยู่ในสังคม และการที่พนักงานมองเห็นว่าสภาพแวดล้อม ทางสังคมในองค์กรมีลักษณะของความร่วมมือเป็นมิตร จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร และมีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

มาร์ติน และ ฮาเฟอร์ (Martin and Hafer. 1995 : 106-111, อ้างอิงใน วรารักษ์ สีเลิศพันธ์, 2557) ได้ศึกษาถึงการเชื่อมโยงระหว่างการเปลี่ยนงาน การมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กร พบว่าการมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กรมีผลกระทบต่อการทำงานพบว่าความต้องการภายใน เช่น งานที่ท้าทาย ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในงาน ความต้องการภายนอก เช่น ค่าจ้าง, สวัสดิการ และโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง มีผลต่อทัศนคติต่อความผูกพันต่อองค์กร

Rosenberg (อ้างอิงใน วีราภรณ์ บุตรทองดี, 2557) ได้สรุปและอธิบายทฤษฎีความสอดคล้องระหว่างแนวคิดกับความรู้สึก (Cognitive Affective Consistency Theory) เกี่ยวกับทัศนคติ คือ แนวคิดและความรู้สึก เมื่อใดก็ตามที่มีความไม่สอดคล้องกันระหว่างองค์ประกอบทั้งสองเหนือระดับหนึ่งย่อมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง หรือทั้ง 2 องค์ประกอบ เพื่อนำไปสู่ภาวะความสอดคล้องและเชื่อว่าการเปลี่ยนองค์ประกอบหนึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนอีก องค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติ นอกจากนั้นการเปลี่ยนทัศนคติโดยผ่านกระบวนการด้วยวิธีสื่อสารส่วนใหญ่เน้นการเปลี่ยนองค์ประกอบ

ความรู้นั้นคือการให้ข้อมูลใหม่ ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนองค์ประกอบความรู้สึก และการเปลี่ยนทัศนคติตามแนวคิดนี้ไม่ว่าองค์ประกอบใดของทัศนคติเปลี่ยนก็ตามจะทำให้องค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยน ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนทัศนคติเพื่อเข้าสู่ภาวะสอดคล้องระหว่าง 2 องค์ประกอบดังกล่าว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชิตพล กันทะ (2561) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ในหน่วยงานสังกัดการบริหารราชการส่วนภูมิภาคในพื้นที่เขต 4 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของข้าราชการปศุสัตว์ในหน่วยงานสังกัดสำนักงานปศุสัตว์เขต 4 ได้แก่ ตัวแปรอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ความท้าทายในการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำงาน ลักษณะการทำงานเป็นทีม เงินเดือนและสวัสดิการ การพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์ต่อผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชา ความรู้สึกว่าคุณค่ามีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่าคุณค่าเป็นที่พึงได้

วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์ (2557) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 347 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กรของพนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน ปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ปัจจัยด้านความต้องการและปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 177 คน (ที่มา. ข้อมูลอัตราค่าจ้างพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ ณ วันที่ 1 มีนาคม 2563) ทำการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน ได้ผลลัพธ์เท่ากับ 122.7 จึงเลือกใช้ขนาดกลุ่มจำนวนประชากรทั้งหมด 125 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง/ ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงาน ทั้งหมด 7 ด้าน ด้านละ 3 ข้อ ได้แก่ ความชัดเจน ความหลากหลาย ความอิสระ ความท้าทาย ความก้าวหน้า การให้ข้อมูลป้อนกลับ และโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ประเมินค่าความคิดเห็นตั้งแต่ระดับน้อยที่สุด (1) ไปจนถึงมากที่สุด (5)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการ ทั้งหมด 5 ด้าน ด้านละ 3 ข้อ ได้แก่ ผลตอบแทน คุณภาพชีวิต ทัศนคติต่อองค์กร ความน่าเชื่อถือขององค์กรและความรู้สึกว่ามีค่าต่อองค์กร ประเมินค่าความคิดเห็นตั้งแต่ระดับน้อยที่สุด (1) ไปจนถึงมากที่สุด (5)

ส่วนที่ 4 ด้านความผูกพันในองค์กร ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความรู้ความสามารถและอุทิศตนอย่างเต็มที่เพื่อปฏิบัติงานให้กับองค์กร ความรู้สึกผูกพันกับองค์กรภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนทั่วไปว่าท่านเป็นพนักงานขององค์กร และจะทำงานกับองค์กรนี้ตลอดไป ประเมินค่าความคิดเห็นตั้งแต่ระดับน้อยที่สุด (1) ไปจนถึงมากที่สุด (5)

3. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

สร้างแบบสอบถาม ภายใต้วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยโดยใช้แนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านความต้องการที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร แล้วนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบเนื้อหาให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหาตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถามจากค่า IOC (Index of item-Objective Congruence) ซึ่งผลการวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องของข้อคำถาม ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความต้องการ และความผูกพันในองค์กร มีค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 ซึ่งมากกว่า 0.5 สรุปได้ว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรง ใช้ได้

ทำการทดสอบวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบและค้นหาข้อบกพร่องของข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปร ทดสอบโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้เท่ากับ 0.788 (N=3) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 สรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้สามารถเชื่อถือได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ให้แก่ พนักงานฝ่ายขายบริษัท เมโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 125 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว แปลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน โดยใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่ง อันตรภาคชั้นโดยการนับคะแนนจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คะแนนที่ต่ำที่สุด (1) ไปจนถึงคะแนนที่สูงที่สุด (5) หลังจากนั้นแบ่งกึ่งกลางพิสัยของอันตรภาคชั้น เพื่อให้ได้ลักษณะการแจกแจงปกติ โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ และสถิติเชิงอนุมาน ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านความต้องการที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรด้วย สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลของการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับปฏิบัติงาน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความต้องการและความผูกพันต่อองค์กร

1) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน ทั้งหมด 7 ด้าน พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 โดยค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านลักษณะงานสูงสุดที่สุดคือ ด้านความท้าทาย รองลงมาคือ ด้านความหลากหลาย ด้านความชัดเจน ด้านโอกาส ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านการให้ข้อมูลป้อนกลับ ด้านความก้าวหน้า และด้านความอิสระตามลำดับ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความต้องการ ทั้งหมด 5 ด้าน พบว่าปัจจัยด้านความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความต้องการสูงสุดที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร รองลงมาคือ ด้านทัศนคติต่อองค์กร ด้านความรู้สึคว่ามีความสำคัญต่อองค์กร ด้านคุณภาพชีวิต และด้านผลตอบแทนตามลำดับ

3) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความผูกพันในองค์กร พบว่า ความคิดเห็นด้านความผูกพันในองค์กร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านเต็มใจที่จะทุ่มเทความรู้ ความสามารถและอุทิศตนอย่างเต็มที่เพื่อปฏิบัติงานให้กับองค์กร รองลงมาคือ ท่านมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กร ภาคภูมิใจที่จะบอกกับคนทั่วไปว่าท่านเป็นพนักงานขององค์กร และท่านคิดว่าจะทำงานกับองค์กรนี้ตลอดไปตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

1. ปัจจัยด้านลักษณะงานไม่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ปัจจัยด้านความต้องการมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขาย บริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ พบว่า ปัจจัยด้านความต้องการมีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายผลการศึกษาได้ว่า ปัจจัยด้านความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร รองลงมาคือ ด้านทัศนคติต่อองค์กร ด้านความรู้สึกรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อองค์กร ด้านคุณภาพชีวิต และด้านผลตอบแทนตามลำดับ

1. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อระดับความคิดเห็นที่มากที่สุดคือ ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อบอกกับผู้อื่นว่าท่านทำงานที่องค์กรแห่งนี้ รองลงมาคือ องค์กรของท่านได้รับความเชื่อถือและได้รับการสนับสนุนจากบุคคลทั่วไป และการทำงานในหน่วยงานและ องค์กรของท่านทำให้ท่านรู้สึกมั่นคงตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภัทร จอมแก้ว เรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ ต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการกูเกิล (Google) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเชื่อถือจะมีอยู่ถ้าฝ่ายหนึ่งมีความมั่นใจในความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ของอีกฝ่าย เป็นความไว้วางใจที่แต่ละฝ่ายมีให้กันแสดงออกให้รู้สึกเชื่อมั่น ความคาดหวังที่ถูกสร้างขึ้นต่ออีกฝ่ายว่าสามารถวางใจหรือเชื่อถือได้ ซึ่งนิยามข้างต้นมีจุดมุ่งเน้นที่คล้ายคลึงกันคือ การสร้างความมั่นใจ นอกจากนี้ในงานวิจัยอื่นๆ นำเสนอเกี่ยวกับความเชื่อถือว่าความเชื่อมั่นคือองค์ประกอบของความเชื่อถือซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อที่มีต่อองค์กรว่าองค์กรนั้น เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์หรือมีจริยธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย การมีสินค้าและบริการที่ดี มีความจริงใจ ความรับผิดชอบ ความยุติธรรม มีน้ำใจ จิตอาสาและช่วยเหลือการกุศล มุ่งเน้นถึงผลลัพธ์ของความเชื่อถือ ที่ส่งผลลัพธ์เชิงบวกให้กับองค์กร และไม่กระทำการสิ่งใดที่ไม่คาดหวังที่อาจส่งผลลัพธ์เชิงลบต่อองค์กร ยิ่งกว่านั้นความคาดหวังต่อหุ้นส่วนจะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรมีความมั่นใจว่า หุ้นส่วนนั้นมีความจริงใจ ซึ่งได้กำหนดวิธีในการวัดความเชื่อมั่นไว้ 4 เรื่อง ได้แก่ 1. ความน่าเชื่อถือของบริษัท 2. สินค้าและบริการมีคุณภาพดี 3. การทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจก่อนเป็นเจ้าของ และ 4. การรักษาสัญญาหรือคำพูด

2. ด้านทัศนคติต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อระดับความคิดเห็นที่มากที่สุดคือ ท่านรู้สึกพอใจในความมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีอันดีของเพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ ท่านรู้สึกพอใจและเชื่อมั่นในการทำงานของผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน และท่านคิดว่าผู้บริหารในองค์กรเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีราภรณ์ บุตรทองดี เรื่อง การศึกษาทัศนคติต่อการ

ทำงาน องค์กร และความจงรักภักดีของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี ของบุคลากรที่สังกัดศูนย์อนามัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสุขในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร นอกจากนี้ แล้ว ทักษะติดต่อองค์กรด้านนโยบายและการบริหารขององค์กรโดยเฉพาะการที่ผู้บริหารชี้แจงเกี่ยวกับ เป้าหมายในการปฏิบัติงานกับพนักงานอีกทั้งมีนโยบายในการบริหารงานที่ชัดเจน และมีการใช้ กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทที่มีความเหมาะสม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อองค์กรด้านนโยบายของพนักงาน โรงงาน

3. ด้านความรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อระดับ ความคิดเห็นที่มากที่สุดคือ ท่านรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมอย่างมากในการทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ รองลงมาคือ ท่านรู้สึกว่าตัวเองเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีค่าต่อองค์กรและที่ผ่านมาท่านเคยได้รับมอบหมายให้ ทำงานที่มีความสำคัญและน่าสนใจ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ชนก ทรายข้าว เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 214 คน ของพนักงานธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่าคุณเป็นที่พึ่งพาได้ ความคาดหวังที่จะ ได้รับการตอบสนองจากองค์กรและทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร ที่โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวก กับความผูกพันต่อองค์กร

4. ด้านคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ สวัสดิการที่ท่านได้รับตรงกับความต้องการของท่าน รองลงมาคือ สวัสดิการที่ท่านได้รับเหมาะสมกับ ตำแหน่งและหน้าที่ในการทำงานของท่าน และการทำงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตใน ครอบครัว ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของซึ่งในด้านคุณภาพชีวิต และด้านผลต่างตอบแทน สอดคล้อง กับงานวิจัยของ กัญญิกา สุระโคตร เรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูโรงเรียนขนาดกลาง ใน อำเภอแก่งหางแมว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 พบว่า ปัจจัย 7 ประการ ที่สร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้แก่ 1.แบ่งปันค่านิยม/ เข้าถึงเป้าหมาย 2.คุณภาพชีวิตในการทำงาน 3. ลักษณะงาน 4.ความสัมพันธ์ในงาน 5.ผลรวมค่าตอบแทน 6.โอกาสก้าวหน้าในงาน และ 7.ภาวะผู้นำ

5. ด้านค่าตอบแทน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด คือ ท่านคิดว่าค่าตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของท่าน รองลงมาคือ ท่าน พึงพอใจต่อค่าตอบแทนที่ท่านได้รับในขณะนี้ และท่านคิดว่าค่าตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าองค์กรอื่นๆในระดับ เดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภชัย รุ่งเจริญสุขศรี เรื่อง การศึกษาความผูกพันในองค์กรการพัฒนา ความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความพึงพอใจในสวัสดิการพนักงาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน ระดับปฏิบัติการของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปลี่ยนแปลงบทบาทในการทำงานซึ่ง จะให้ผลตอบแทนทั้งทางด้านจิตวิทยาหรือผลตอบแทนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำงาน การเปลี่ยนแปลงที่ ก่อให้เกิดความก้าวหน้าในงาน การเลื่อนตำแหน่งหรือเงินเดือนตลอดจนถึงความพึงพอใจต่อชีวิต ความรู้สึก

ว่าตนเองมีค่า ประสบความสำเร็จ ซึ่งออกมาในรูปของอำนาจหน้าที่ สถานภาพที่สูงขึ้น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ สามารถนำไปใช้ได้กับองค์กรที่ดำเนินงานในด้านธุรกิจทางการแพทย์หรือที่มีลักษณะคล้ายกันและนำไปต่อยอดสำหรับวางแผนเพื่อรับพนักงานฝ่ายขายใหม่หรือพัฒนาเพื่อเตรียมพร้อมและสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพิจารณาในรายด้านของปัจจัยด้านความต้องการ พบว่าพนักงานฝ่ายขายให้ความสำคัญมาก คือ ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้านทัศนคติต่อองค์กร ด้านความรู้สึกรู้ว่ามีความสำคัญต่อองค์กร ด้านคุณภาพชีวิต และด้านผลตอบแทน ดังนั้นธุรกิจทางการแพทย์หรือคล้ายกัน ควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว เช่น องค์กรต้องสร้างความน่าเชื่อถือในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีและได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าและบุคคลภายนอกอย่างต่อเนื่องและดียิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานฝ่ายขายสามารถทำหน้าที่ที่ตัวเองรับผิดชอบได้อย่างไม่มีอุปสรรคและราบรื่นส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีการกล่าวชมเชยอย่างจริงใจอยู่เสมอเมื่อพนักงานฝ่ายขายสามารถทำหน้าที่ของตัวเองได้เป็นอย่างดีและประสบผลสำเร็จ ภายในองค์กร เพื่อสร้างความรู้สึกรู้ว่าพนักงานฝ่ายขายนั้น มีความสำคัญต่อองค์กรและเป็นส่วนที่ช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้ มีสวัสดิการที่ดี เช่น วันลาหยุดพักผ่อน ค่าใช้จ่ายสำหรับการปฏิบัติงานนอกพื้นที่ สวัสดิการสำหรับคนในครอบครัว โบนัสประจำปี รวมถึงกรอบเวลาในการทำงานที่ชัดเจนและเหมาะสม เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานในเรื่องการแบ่งเวลาทำงานและครอบครัวได้อย่างดี รวมถึงการจ่ายผลตอบแทน ต้องเพียงพอเพื่อให้เกิดการกระตุ้นว่ายิ่งพนักงานทำงานทุ่มเทมากเท่าใดก็จะได้ผลตอบแทนมากขึ้นเท่านั้น ทำให้พนักงานเองอยากที่จะทำงานหรือแม้กระทั่งการพัฒนาด้านความรู้เพื่อนำมาใช้ในการทำงานของตนเอง และที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ สิ่งที่จะเห็นได้ชัดเจนคือ พนักงานฝ่ายขายก็จะมีทัศนคติต่อองค์กรที่ดีส่งผลให้เกิดความผูกพันที่ดีในองค์กร ส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้ตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ มากกว่านี้ ที่อาจมีผลต่อความผูกพันในองค์กร เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ปัจจัยแรงจูงใจ เพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความผูกพันในองค์กรในด้านต่างๆ เพิ่ม เช่น ด้านความรู้สึกรู้ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัจจัยด้านใดบ้างที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรในแต่ละด้าน
3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพนักงานฝ่ายขายบริษัท เมดโทรนิค (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ เท่านั้น ดังนั้นควรมีการขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในแผนกอื่นหรือหน่วยงานอื่นเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กัญญิกา สุระโคตร. (2559) *ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูโรงเรียนขนาดกลาง ในอำเภอ
แก่งหางแมว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1,
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา*
- เกวลี พวงศรี.(2557). *การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล แรงจูงใจ และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มี
ต่อความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท วินสัน กรุ๊ป, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*
- ฐิติมา หลีกทอง. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ผลิตภัณฑ์ส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่ง
หนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยบูรพา*
- ณัฐกร โสภานันท์, วอนชนก ไชยสุนทร (2560). *คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรสำนักงานสถิติแห่งชาติ. ในวารสารการบริหารและจัดการ,
คณะกรรมการบริหารและจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (หน้า 87)*
- ณัฐพรณ ชาญัญญกรรม. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน
(สามเสน), วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเกริก*
- ธนภัทร จอมแก้ว (2558). *อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ ต่อความ
พึงพอใจ ของผู้ใช้บริการกูเกิล (Google) ในกรุงเทพมหานคร,
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*
- ธนรัฐ นาทอง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5,
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร*
- ปกภณ จันทศาสตร์. (2557). *ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน และแรงจูงใจที่มีผลต่อ
ความผูกพันกับองค์กรของพนักงานเอกชนระดับปฏิบัติการ ในเขตลาดพร้าว-จตุจักร, วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*
- พิชิตพล กันทะ. (2561). *ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมปศุสัตว์ในหน่วยงานสังกัด
การบริหารราชการส่วนภูมิภาคในพื้นที่เขต 4 สำนักงานปศุสัตว์เขต 4, กรมปศุสัตว์,
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์*
- พิมชนก ทรายข้าว (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคาร ทีเอสบี จำกัด
(มหาชน), วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*
- วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น
โปรดักส์ดีทิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเนชั่น*

- วีราภรณ์ บุตรทองดี. (2557). *การศึกษาทัศนคติต่อการทำงาน องค์กร และความจงรักภักดีของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี*, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศุภชัย รุ่งเจริญสุขศรี. (2558). *การศึกษาความผูกพันในองค์กรการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความพึงพอใจในสวัสดิการพนักงาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศุภษร พงษ์เสถียรศักดิ์. (2556). *ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา*, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Haper and Row.