

**ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
โรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง
Employee Engagement of
A leading food and beverage factory**

สุรัชย์ น้อยวังคลัง
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Surachai Noiawangklang
Email: Snoiawangklang@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง 2. เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะงานและปัจจัยประสบการณ์จากการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง จำนวน 255 คน ใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และใช้สถิติ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง, ผลการวิจัยพบว่าพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งที่มี อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อายุงาน ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน พนักงานที่มี เพศ ตำแหน่งงาน และแผนกที่ต่าง มีความผูกพันต่อองค์กรไม่ต่างกัน, ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง คือ ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร, ความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้, การทำงานเป็นทีม, ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

คำสำคัญ : ความผูกพันต่อองค์กร, ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงาน, ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the commitment to the organization of a leading food and beverage factory employee. 2) To compare the engagement of the organization of employees in a leading food and beverage factory, classified by personal factors. 3) To study job characteristics and work experience factors that affecting to organizational commitment of employees in a leading food and beverage factory.

The results of the study using a sample group were 255 employees of a leading food and beverage factory. Using statistics tests, t-test and one-way ANOVA statistics, differences were found using LSD. Using Multiple regression analysis to test the factor that affect to the commitment to the organization of employee. It was found that employees that have different age, marital status, education, working duration, have different ties to organizations. Employees with different sexes, positions and departments not make the organization engagement different. There are 5 factors that affect the commitment to the organization of employees of a leading food and beverage factory, namely the feeling that he is important to the organization, the feeling that the organization is dependable, Team work, Career advancement and Relationship with supervisors.

Keywords: Organizational commitment, factors related to job characteristics and work experience factors

1. บทนำ

ทุกองค์กรในปัจจุบันและอนาคตต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี อย่างรวดเร็วและซับซ้อนตลอดเวลา การแข่งขันทางธุรกิจมีความเข้มข้นรุนแรงยิ่งขึ้น เพราะนอกจากการแข่งขันในประเทศแล้ว ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันในรูปแบบของบริษัทข้ามชาติ (Multinational Company) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะดิจิทัลเทคโนโลยี ได้เปลี่ยนแปลงโลกไปอย่างสิ้นเชิง ทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคม องค์กรทางธุรกิจต้องปรับตัวให้พร้อมกับการแข่งขัน ซึ่งการเตรียมความพร้อมทางธุรกิจต้องอาศัยบุคลากรหรือพนักงานที่มีความรู้ เนื่องจากทุกความสำเร็จขององค์กรทางธุรกิจล้วนขับเคลื่อนด้วยคน คนที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกองค์กร เรื่องที่ท้าทายสำหรับทุกองค์กรคือการสรรหาคนที่มีศักยภาพและรักษาคนที่มีความรู้ ความสามารถไว้กับองค์กร แต่เนื่องจากเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคม คนรุ่นใหม่มีทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานในองค์กรต่างไปจากคนรุ่นเก่า โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่จะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรต่ำและไม่ต้องการที่จะทำงานในองค์กรเดิมนานๆ ทำให้เกิดการเข้า-ออก ของคนในองค์กรตลอดเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องในการพัฒนาองค์กร ดังนั้นจึงเป็นงานที่ท้าทายสำหรับองค์กรที่จะหาวิธีรักษาคนที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กร และดึงดูดคนภายนอกเพื่อเติมขีดความสามารถให้กับองค์กร

การที่จะรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรนั้น ต้องเกิดจากทั้งสองฝ่ายคือองค์กรแสดงให้เห็นว่าต้องการให้พนักงานอยู่และพนักงานก็มีความต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป ซึ่งจะเกิดอย่างนั้นได้ พนักงานต้องเกิดความผูกพันต่อและองค์กรก็ต้องการให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องทราบให้ได้ว่าจะสร้างให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างไร อะไรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เพื่อองค์กรจะนำไปวางแผนปรับปรุงให้บุคลากรมีความรัก ความผูกพันต่อองค์กร

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานของบริษัทที่ผู้วิจัยได้ทำงาน เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจวางแผนงานเพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานด้วยเล็งเห็นว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง จะช่วยผลักดันให้บริษัทสามารถบรรลุผลการดำเนินงานที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้.

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง
2. เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะงานและปัจจัยประสบการณ์จากการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง

3. ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

ด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 3 กลุ่ม ตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ

ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

- 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพสมรส 4) การศึกษา 5) ตำแหน่งงาน 6) อายุงาน 7) แผนก

2. ปัจจัยลักษณะงาน

1) เงินเดือนและสวัสดิการ 2) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา 3) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 4) ความท้าทายของงาน 5) ความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน 6) การมีส่วนร่วมตัดสินใจในการทำงาน 7) การทำงานเป็นทีม

3. ปัจจัยประสบการณ์จากการทำงาน

1) ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร 2) ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร 3) ความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้

ตัวแปรตาม คือความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ซึ่งมี 3 ด้าน 1) ด้านยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2) ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กร 3) ด้านความจงรักภักดี ต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

4. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณด้วยสูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 255 คน ระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือน เมษายน พ.ศ. 2562- พฤษภาคม พ.ศ. 2562

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งว่ามีความผูกพันต่อองค์กรในระดับใด
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง
3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงกระบวนการด้านการบริหารงานบุคคลของบริษัทเพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการส่งมอบผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และองค์กรสามารถรักษาคนดีและเก่งไว้กับองค์กรต่อไปได้

6. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ริชาร์ด เอ็ม (Richard M. Steers, 1996 อ้างถึงใน มงคล ปันตี) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีความมุ่งมั่น และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยแบ่งความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ลักษณะคือ

- 1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้า ที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
- 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร
- 3) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

โสมย์สิริ มูลทองทิพย์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอท่ามะกา แบ่งความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 มิติ

1. ความเชื่อมั่น และการยอมรับเป้าหมายขององค์กร
2. ความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กร
3. ความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร

จิตติมา หลักทอง (2557) ซึ่งได้ทำวิจัยความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยแบ่งความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 มุมมองดังนี้

1. ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร
3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะอ้างอิงแนวคิดของ ริชาร์ดเอ็ม (Richard M. Steers) เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยสรุปมิติด้านความผูกพันต่อองค์กรใน 3 มิติ ดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กร
3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความจงรักภักดี ต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

Mowday, Steers & Porter (1982, อ้างถึงใน เลิศชัย สุธรรมานนท์และคณะ, 2558) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรนั้นมี 4 ปัจจัย คือ

1. ลักษณะส่วนบุคคล

ได้แก่ความต้องการประสบความสำเร็จ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กร

2. ลักษณะของงานและบทบาทในการปฏิบัติงาน

ได้แก่งานที่ปฏิบัติมีบทบาทที่สอดคล้องกับตนเอง มีคุณค่าและบทบาทที่เด่นชัด

3. โครงสร้างขององค์กร

ประกอบด้วยการมีโครงสร้างองค์กรที่มีแบบแผน เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานมีส่วนในการตัดสินใจ การมีหน้าที่การปฏิบัติงานที่เด่นชัด

4. ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

เป็นเหตุการณ์ที่บุคลากรพบระหว่างการทำงาน เช่น การที่รู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญต่อองค์กร สิ่งเหล่านี้ถือเป็นอิทธิพลสนับสนุนต่อความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดของ Wexley and Yukl ได้ศึกษาปัจจัยเบื้องต้นด้านความผูกพันต่อองค์กร และแบ่งปัจจัยที่กำหนดความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน (personal characteristics) ประกอบด้วยอายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ตำแหน่ง รายได้

2. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (job characteristic)

ลักษณะงานที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อระดับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ลักษณะงานที่ดีจะทำให้บุคลากรรู้สึกมีแรงจูงใจอยากทำงานเพื่อเพิ่มคุณค่ากับตนเอง แม้ว่าผลงานจะไม่ดีก็ยังคงทุ่มเทความพยายามให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มรางวัลให้กับตนเองและคุณภาพงานที่ดี ลักษณะงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร

3. ประสบการณ์ในงานที่ปฏิบัติ (work experiences)

หมายถึง การรับรู้ของสมาชิกต่อสภาพแวดล้อมขององค์กร ซึ่งในช่วงที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรบุคคลหรือสมาชิกได้รับประสบการณ์ที่เป็นคุณหรือโทษ ประสบการณ์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

แสงเดือน รักษาใจ (2554) ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยอ้างอิงปัจจัย 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงาน ระดับการศึกษา
2. ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะงาน ประกอบด้วย ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการทำงาน ความคาดหวังในโอกาสก้าวหน้า

ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยที่ต้องการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน

แผนก

ปัจจัยลักษณะงาน ประกอบด้วย เงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความท้าทายของงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน การมีส่วนร่วม ตัดสินใจในการ และการทำงานเป็นทีม

ปัจจัยประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร ความรู้สึกว่าคุณองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้

7. ระเบียบวิธีวิจัย

7.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

7.2 แหล่งข้อมูล

การวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ใช้แหล่งข้อมูลจากฐานข้อมูลพนักงานของฝ่ายบุคคลโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามให้กับพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง

7.3 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง โดยเลือกศึกษาเฉพาะพนักงานประจำของบริษัทซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 698 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562)

7.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนตามแผนกโดยจะสุ่มให้ได้จำนวนพนักงานรวมทั้งสิ้น 255 คน

7.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นคำถามปลายปิดถามให้เลือกตอบประกอบ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสพการณ์จากการทำงาน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและ

เครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง

แบบสอบถามที่ใช้ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการทดสอบความเที่ยง (Reliability)

7.6 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล เป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ (เชิงกลุ่ม) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่(Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวแปรปัจจัยลักษณะงาน ปัจจัยประสบการณ์จากการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง เป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้สถิติ t-test ทดสอบ สมมติฐานข้อที่ 1 พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ที่มีเพศ สถานภาพสมรส ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

ใช้สถิติ One-way ANOVA ทดสอบ สมมติฐานข้อที่ 1 พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และแผนกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน หากพบความแตกต่างต้องทดสอบรายคู่ด้วยสถิติ LSD

ใช้สถิติ Multiple Regression Analysis ทดสอบ สมมติฐานข้อที่2 และข้อที่3 ปัจจัยลักษณะงาน และปัจจัยประสบการณ์จากการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง

8. ผลการวิจัย

สมมติฐาน ข้อที่1. พนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งที่มี เพศ อายุ สถานภาพ สมรสการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และแผนกที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน จากผลการวิจัยสามารถสรุปผล ได้ดังนี้

1. พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งที่มี อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอายุงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมต่างกัน
2. พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง ที่มีเพศ ตำแหน่งงาน และแผนกที่ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมไม่ต่างกัน

สมมติฐาน ข้อที่2. และข้อที่3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะงาน ซึ่งประกอบ ด้วยเงินเดือนและสวัสดิการ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความท้าทายของงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน การมีส่วนร่วมตัดสินใจในการทำงาน การทำงานเป็นทีม และปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ซึ่งประกอบความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร และความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง

จากผลการวิจัยสามารถสรุปผล ได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากตัวแปรทั้งสิ้น 10 ตัวแปร พบว่ามีตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร
2. ความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้
3. การทำงานเป็นทีม
4. ความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน
5. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

ตัวแปรไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง 5 ตัวแปรประกอบด้วย

- 1) เงินเดือนและสวัสดิการ
- 2) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
- 3) ความท้าทายของงาน
- 4) การมีส่วนร่วมตัดสินใจในการทำงาน
- 5) ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร

9. อภิปรายผล

1. ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง อยู่ในระดับสูงทั้ง 3 ด้าน โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- 1) ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กร
- 2) ด้านความจงรักภักดี ต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร
- 3) ด้านยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าพนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรอย่างสูงจะมีความต้องการที่จะทำงานอยู่กับองค์กรต่อไปเพื่อทำงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย โดยผู้วิจัยพิจารณาจากอายุงานของพนักงานพบว่าพนักงานที่ร่วมงานกับบริษัทตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 47.9 และมีพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีในสัดส่วนร้อยละ 22 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร รักในองค์กรจึงอยู่ทำงานกับองค์กรได้อย่างยาวนาน นอกจากนี้จากค่าเฉลี่ยในด้านต่างๆยังพบว่า พนักงานมีความทุ่มเทในการทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเต็มใจอย่างสุดความสามารถ องค์กรได้แสดงให้เห็นว่าพนักงานทุกคนมีความสำคัญกับองค์กรในรูปแบบของการจัดสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ดี มีความปลอดภัย ตลอดจนการให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงานที่เกี่ยวข้อง จนเกิดเป็นความรู้สึกว่างานที่ทำเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร ได้ปฏิบัติงานในองค์กรที่มีความมั่นคง มีความยินดีและภาคภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่าทำงานที่องค์กรนี้

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hewitt Associates (1940,อ้างถึงใน ชันวนา สะธานี, 2550) Hewitt Associates ได้ให้มุมมองว่าความผูกพันของพนักงานเป็นพฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกมาผ่านการพูด (Say) การดำรงอยู่ (Stay) และ การใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ (Strive) โดยพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะพูด (Say) ถึงองค์กรในด้านบวก มีความยินดีและภาคภูมิใจที่จะบอกคนอื่นว่าทำงานกับองค์กร พนักงานมีความต้องการที่จะอยู่ (Stay) ทำงานกับองค์กรต่อไป และพนักงานมีความพยายามอย่างเต็มความสามารถ (Strive) เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรเป็นรายด้าน สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1 ความผูกพันต่อองค์กรด้านยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งมีความผูกพันต่อองค์กรด้านยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ในระดับสูง

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรด้านยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร แสดงว่าพนักงานต้องรับรู้เป้าหมายในการทำงานที่รับผิดชอบ ต้องรับรู้ค่านิยมขององค์กรและนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จนเกิดภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กร ซึ่งการที่จะเกิด

ความรู้สึกแบบนี้กับพนักงานได้ วิเคราะห์ได้ว่าองค์กรต้องมีแผนงานด้านการสื่อสารกับพนักงานทุกคนอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร เช่นการส่งเสริม และสื่อสารวัฒนธรรมองค์กร การสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย หรือเป้าหมายองค์กรอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี พนักงานมีส่วนร่วมในการคิดและตั้งเป้าหมายร่วมกัน เหตุผลสำคัญที่ทำให้องค์กรมีการส่งเสริมและสื่อสารด้านเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรได้ดี เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรที่เชื่อว่าพนักงานเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรจึงกำหนดแผนงานในการสื่อสารด้านเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร เช่น แผนงานประจำปี เป้าหมายที่ต้องการบรรลุในแต่ละด้าน ดัชนีชี้วัดผลงานของบริษัทและแต่ละส่วนงาน

สอดคล้องกับแนวคิดของ Lyman W. Potter (อ้างถึงใน นิตยา บ้านโก, 2558) ที่กล่าวว่า การที่เป้าหมายขององค์กรและบุคคลเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้หรือเกิดความสอดคล้องกัน เมื่อบุคคลพิจารณาและเห็นว่าค่านิยมขององค์กรเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ บุคคลก็จะแสดงตนเองว่าเห็นด้วยกับเป้าหมายขององค์กร และยอมรับเป้าหมายและค่านิยมนั้น บุคคลจะประเมินองค์กรและรู้สึกต่อองค์กรในทางที่ดี รู้สึกยินดีและภาคภูมิใจกับการเป็นสมาชิกหรือเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ริชาร์ด เอ็ม (Richard M. Steers, 1996 อ้างถึงใน มงคล ปันติ)

1.2 ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กร

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กรในระดับสูง

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กรในระดับสูง เป็นการหล่อหลอมจากพื้นฐานหลายๆเรื่อง เช่นวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลความสำเร็จของงาน หัวหน้างานที่เป็นต้นแบบในด้านความทุ่มเทในการปฏิบัติงาน มีความพยายาม ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค สิ่งเหล่านี้เป็นต้นแบบให้พนักงานได้เห็นตลอดเวลาจนพนักงานซึมซับและแสดงออกมาในรูปแบบของความทุ่มเทในการทำงานที่ตัวเองรับผิดชอบ รวมไปถึงมีความสุขที่ได้ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมีความยินดีที่จะบอกเพื่อนร่วมงานให้มีความทุ่มเทเพื่อองค์กร

ผลจากการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Meyer and Allen (1997) ที่ แบ่งความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ด้าน คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคม โดยได้อธิบายความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกว่าเป็นความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เต็มใจที่จะทุ่มเทและอุทิศตนให้กับองค์กร. สอดคล้องกับแนวความคิดของ พอตเตอร์ (อ้างถึงใน วัลภา พัวพงษ์พันธุ์, 2547) ที่กล่าวว่า คนที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะแสดงออกดังนี้

- 1) มีความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
- 2) เต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อทำงานให้องค์กร
- 3) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงฐานะสมาชิกขององค์กรต่อไป

สอดคล้องกับแนวความคิดของ ชาร์ต เอ็ม สเตียร์ ที่ได้สรุปว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีความความเต็มใจที่จะทุ่มเท ความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร. และยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Strelloff (2003 อ้างถึงใน พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ และคณะ, 2552) ที่สรุปพฤติกรรมของพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรว่าจะแสดงออกมาใน 3 รูปแบบคือ การพูด (Say) การอยู่กับองค์กร (Stay) และการรับใช้ (Serve) คือ มีความภูมิใจในงานที่ปฏิบัติ ซึ่งได้มีส่วนสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเต็มใจที่จะทำงานหนัก ทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร

1.3 ความผูกพันต่อองค์กรด้านความจงรักภักดี ต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความจงรักภักดี ต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กรในระดับสูง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความจงรักภักดี ต้องการเป็นสมาชิกภาพขององค์กรในระดับสูง เกิดจากพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งมีความรู้สึกรักในองค์กร จึงมีความต้องการที่จะทำงานร่วมกับองค์กรต่อไปในอนาคต ซึ่งการเกิดความรู้สึกรักในองค์กรนั้นเกิดจากผลรวมของหลายๆสาเหตุ เช่น มีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาที่ดี มีความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร และรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้มีความมั่นคง ส่วนเรื่องเงินเดือนและสวัสดิการ ที่หลายคนคิดว่าจะเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้พนักงานเลือกที่จะอยู่หรือไปจากองค์กร ผู้วิจัยคิดว่าเรื่องเงินเดือนและสวัสดิการพนักงานใช้ตั้งแต่ตอนเลือกที่จะร่วมงานกับองค์กรหรือไม่ แต่พอเลือกที่จะร่วมงานกับองค์กรแล้ว สาเหตุที่จะไปจากองค์กรจะเกิดจากความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กรหรือไม่ ความรู้สึกว่าคุณมีความมั่นคงหรือไม่ และที่สำคัญความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาทราบหรือไม่ ดังคำกล่าวที่ว่าคนเลือกทำงานโดยมองที่ตัวบริษัท แต่ลาออกเพราะหัวหน้า

ผลการวิจัยที่ได้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Strelloff (2003 อ้างถึงใน พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ และคณะ, 2552) ได้กล่าวว่าความผูกพัน เป็นสภาวะที่เกี่ยวข้องกับทั้งอารมณ์และเหตุผลของบุคคล ในด้านงานและองค์กร ซึ่งแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรม 3 ลักษณะ คือ 1) การพูด (Say) คือ การกล่าวถึงองค์กรในทางที่ดี 2) การอยู่กับองค์กร (Stay) คือ ความต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป แม้หน่วยงานอื่นจะให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า 3) การรับใช้ (Serve) คือ มีความภูมิใจในงานที่ปฏิบัติ ซึ่งได้มีส่วนสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อองค์กร. แนวคิดของ David Zinger (2009) สถาบันวิจัย MSG ได้นำเสนอรูปแบบของความผูกพันต่อองค์กร เรียกว่า Zinger Model ซึ่งมี 4 ด้าน หนึ่งในสี่ด้านนั้นคือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความจงรักภักดี (Royalty) หมายถึงพนักงานแสดงออกถึงความภักดีต่อองค์กร ต้องการอยู่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งเกิดจากความผูกพันกับองค์กร. สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิตร จันทรเพ็ญ (2557) ที่อภิปรายผลการวิจัยว่าผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรและความผูกพันในงานที่ทำ บุคคลเหล่านี้มีความต้องการที่จะอยู่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร แม้ว่าจะมีองค์กรอื่นให้ผลประโยชน์ที่ดีกว่า

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อใช้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับองค์กรทั่วไป ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิจัยพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่งที่มี อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ อายุงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้นหากองค์กรต้องการให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรให้มากขึ้นควรสร้างแผนงาน หรือกำหนดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือความสนใจของพนักงานจำแนกตาม อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และ อายุงาน ที่แตกต่างกันของพนักงาน เช่น ให้บริการฟิตเนสสำหรับวัยรุ่น กิจกรรมไหว้พระวันหยุดสำหรับผู้มีอายุ กิจกรรมร้องเพลงสำหรับคนโสด กิจกรรมเคล็ดลับการเลี้ยงลูกสำหรับคนมีครอบครัว, กิจกรรมฟุตบอลยามเย็น สำหรับพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กิจกรรมโบว์ลิ่งเชื่อมสัมพันธ์สำหรับพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เป็นต้น โดยกิจกรรมที่กำหนดขึ้นไม่ต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับเพศ ตำแหน่งงาน และแผนก เนื่องจาก เพศ ตำแหน่งงาน และแผนกที่ต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมไม่ต่างกัน

2. ปัจจัยลักษณะงาน

ปัจจัยลักษณะงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง มีดังนี้

1. ด้านการทำงานเป็นทีม

หากองค์กรต้องการเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน องค์กรต้องพัฒนาการทำงานเป็นทีมให้เพิ่มขึ้น โดยแสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของหน่วยงานเกิดจากการทำงานกันเป็นทีม ร่วมมือกันให้บรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน หากต้องการชมใครเป็นพิเศษ ควรทำให้พอเหมาะ ไม่เช่นนั้นสมาชิกในทีมจะรู้สึกว่ามีค่าเพียงเล็กน้อย องค์กรต้องสร้างวัฒนธรรมให้ทุกคนในทีมใช้ความรู้ความสามารถเพื่อประโยชน์ของทีม และสร้างวัฒนธรรมในการช่วยเหลือคนอื่นให้สำเร็จคือความหมายที่แท้จริงของความร่วมมือกันในการทำงาน (Collaboration)

2. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

หากองค์กรต้องการเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน องค์กรต้องพัฒนาด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยองค์กรต้องสื่อสารให้พนักงานรับรู้ว่ามีโอกาสได้รับการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งงานที่สูงขึ้น เมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี มีความรู้ ความสามารถ สนับสนุนให้พนักงานได้รับการพัฒนาตนเองที่เกี่ยวข้องกับงาน การได้รับการฝึกอบรมความรู้เพิ่มเติม

3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

หากองค์กรต้องการเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน องค์กรต้องพัฒนาความสัมพันธ์ของพนักงานกับผู้บังคับบัญชาให้ดียิ่งขึ้น เพราะความสัมพันธ์ระหว่างกันที่ดี จะทำให้บรรยากาศในการทำงานที่ดี นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดี และเกิดความผูกพันต่อองค์กรในที่สุด องค์กรต้องกำหนดแผนงานให้หัวหน้างานปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเหมาะสม เช่น ให้ความเป็นธรรมกับทุกคน ไม่ลำเอียง โดยหัวหน้าต้องให้การปฏิบัติที่ดีในการสั่งงาน หัวหน้างานต้องให้การแนะนำและการสนับสนุนช่วยเหลือในการปฏิบัติงานแก่ลูกน้อง หัวหน้างานควรแสดงให้เห็นถึงความห่วงใยต่อพนักงาน ความเป็นกันเองกับลูกน้อง

3. ปัจจัยประสพการณ์ที่ได้รับจากองค์กร

ปัจจัยประสพการณ์ที่ได้รับจากองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานผลิตอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำแห่งหนึ่ง มีดังนี้

3.1 ความรู้สึกว่าคุณค่ามีความสำคัญต่อองค์กร

องค์กรต้องพัฒนาแผนงานในการสร้างให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าพนักงานมีความสำคัญต่อองค์กร โดยทำให้พนักงานรับรู้ได้ว่าองค์กรเห็นความสำคัญของงานที่ท่านรับผิดชอบ และทำให้พนักงานเชื่อว่างานที่พนักงานรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร เช่น การให้คำชื่นชมจากผู้บริหารเมื่องานสำเร็จ การให้ความสำคัญด้วยการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา เป็นต้น

3.2 ความรู้สึกว่าคุณค่าเป็นที่พึงพาได้

หากองค์กรต้องการเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน องค์กรต้องพัฒนาแผนงานในการสร้างให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าคุณค่าเป็นที่พึ่งพาได้ ซึ่งองค์กรต้องค้นหาว่าความรู้สึกว่าคุณค่าเป็นที่พึ่งพาได้นั้นเกิดจากอะไร เช่น การทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าได้ปฏิบัติงานในองค์กรที่มีความมั่นคง การที่องค์กรพร้อมให้ความช่วยเหลือพนักงานที่ประสบปัญหาโดยอยู่บนพื้นฐานของเหตุผล

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อประโยชน์ในการเป็นฐานข้อมูลหรือนำไปต่อยอดในการวิจัยในครั้งต่อไป ให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการวางกรอบแนวคิดการวิจัยให้กระชับขึ้น เช่น ปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 1) ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร 2) ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร 3) ความรู้สึกว่าคุณเป็นที่พึ่งพาได้ ซึ่งทั้งสามปัจจัยนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเกิดจากหลายๆปัจจัยรวมกัน เช่น ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สวัสดิการที่องค์กรมี
2. การกำหนดคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน ของพนักงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ-ผู้จัดการ มีจำนวนน้อย อาจเป็นผลทำให้ข้อมูลที่ได้จากวิจัยไม่สมบูรณ์มากพอที่จะอธิบายตำแหน่งงานที่ต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันหรือไม่
3. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจจะมีผลต่อความผูกพันของพนักงานเพิ่มเติม เช่น ด้านพฤติกรรมของผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับโครงสร้างองค์กร ด้านความหลากหลายของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน การกระจายอำนาจในองค์กร เป็นต้น
4. ควรมีการกำหนดข้อคำถามให้ชัดเจนและกระชับให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ตอบมีความสนใจและอ่านให้เข้าใจก่อนตอบ เนื่องจากถ้าข้อคำถามยาวไป ผู้ตอบจะไม่อ่านทั้งหมด ที่สำคัญแบบสอบถามต้องไม่มีจำนวนมากจนเกินไปจนผู้ตอบไม่ยอมทำต่อ และจะทำให้จบๆไป ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความจริง

บรรณานุกรม

- David Zinger (2009). ARTICLE *Zinger Model of Employee Engagement and The 14 Keys of Employee Engagement* สถาบันวิจัย MSG
- Lyman W. Potter (อ้างถึงใน นิตยา บ้านโก, 2558) *ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐศูนย์ฝึกพาณิชย์นาวี กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม. วิชาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตร รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ) สาขาวิชาการบริหารจัดการสาธารณะ สำหรับนักบริหารคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- Meyer and Allen (1997), *The measure and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organizational Commitment*. Journal of Occupational Psychology, 63, 1-18.
- Mowday, Steers & Porter (1982, อ้างถึงใน เลิศชัย สุธรรมานนท์และและเกศยา โอสถานุเคราะห์, 2558) *การศึกษาเรื่องตัวแบบความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร: กรณีศึกษาธุรกิจบริการรับชำระบริษัท XYZ จำกัด. วารสารปัญญาวิวัฒน์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 255*
- Richard M. Steers, 1996 (อ้างถึงใน มงคล ปันตี, 2547) *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร: กรณีศึกษาข้าราชการตำรวจของสถานีตำรวจภูธรอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*
- Strellioff (2003 อ้างถึงใน พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ และคณะ, 2552) *ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร : ความหมาย ทฤษฎี วิธีวิจัยการวัด และงานวิจัยนักพิมพ์เสมารธรรม, 2552*
- Wexley and Yukl (อ้างถึงในกัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล, 2558) *ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกลุ่มเจนเอเรชั่น Y ที่ปฏิบัติงานภาคธุรกิจพลังงานและสาธาณูปโภคในประเทศไทย*
- ชันวานา อะธานี (2550) *ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานในโรงแยกกาซธรรมชาติจังหวัดระยอง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)*
- ฐิติมา หลักทอง(2557) *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*
- พอดเตอร์ (อ้างถึงใน วิลภา พัวพงษ์พันธุ์, 2547) *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มวิชาชีพเฉพาะของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)*
- สมจิตร จันท์เพ็ญ. (2557). *การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) วิชาการค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารพัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร*

แสงเดือน รักษาใจ. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา
บริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ : วิชาการค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โสมย์สิริ มูลทองทิพย์. (2556). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน
ในโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอท่ามะกา วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร