

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ในเขตกรุงเทพมหานคร

Organizational Commitment of Employees of Kasikornbank Public
Company Limited in Bangkok

วันดี ศรีสุวรรณ

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Wandee Srisuwan

E-mail: wwandee.srisuwan@gmail.com

Department of General Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng

University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ ความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบ หาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One way ANOVA) กรณีการเปรียบเทียบตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 50 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอายุการทำงาน 10 ปีขึ้นไป ตำแหน่งงานพนักงานผู้ช่วยผู้จัดการ (ABM)

รายได้ มากกว่า 35,000 บาท ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ด้าน เพศ สถานภาพ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้าน อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ ส่วนปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน ด้านผลตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน และด้านเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ยกเว้น ด้านลักษณะงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจในการทำงาน; ความผูกพันต่อองค์กร; ธนาคารกสิกรไทย

Abstract

The objective of this research is to study the commitment to the organization of Kasikorn Bank Public Company Limited employees in Bangkok. The sample used in the research is the operational staff of Kasikorn Bank Public Company Limited in Bangkok. Collection of statistical data used in the descriptive statistics analysis, which are percentage, mean and standard deviation as well as the inferential statistics, which are t-test in the comparison of two groups and F-test or one-way analysis of variance (One way ANOVA) in the case of three group comparison and multiple regression analysis.

The study indicated that most samples were female, age between 31-50 years, single status, bachelor's degree education, working age of 10 years or more, the position of staff, assistant manager (ABM) and earning more than 35,000 baht. The different personal factor including sex and status were found no significant difference in the organizational commitment with the organization: except, age, education level, job age, job position and income. In terms of job satisfaction in rewards, welfare, supervisors and colleagues have an influence on organizational commitment: except, job characteristics with statistical significance at the level of 0.05.

Keyword: Job satisfaction; Organizational commitment; Kasikornbank

บทนำ

จากความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจโลกในปีที่ผ่านมา ทำให้สถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง บวกกับแรงหนุนการบริโภคภาคเอกชน การลงทุนที่มีอยู่จำกัด การเผชิญธุรกิจธนาคารพาณิชย์จึงเผชิญความท้าทาย ทั้งทางเทคโนโลยี การแข่งขัน การยกเลิกค่าธรรมเนียมธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล กฎระเบียบจากทางการ รวมถึงสภาพภูมิอากาศของโลก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นได้ทั้งโอกาสและความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ธนาคารกสิกรไทย, 2561)

องค์กรทุกองค์กรไม่ว่าจะดำเนินการหรือปฏิบัติงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ย่อมที่จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับพนักงานในองค์กรว่ามีความผูกพันต่อองค์กรมากน้อยเพียงใด องค์กรใดที่ทำให้พนักงานนั้นก้าวไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ พนักงานย่อมต้องการทำงานอยู่ในองค์กรนั้นต่อไป ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร พร้อมทุ่มเทร่างกายแรงใจในการทำงานให้องค์กรอย่างสุดความสามารถเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายขององค์กร การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรจาเป็นที่จะต้องสร้างแรงจูงใจรวมถึงการสร้างความผูกพันในองค์กร ซึ่ง ผลดังกล่าวจะส่งผลให้คนและงานจะเอื้อประโยชน์ต่อกัน ทำให้เกิดความผูกพันมากยิ่งขึ้น (วรรณิภา นิลสุวรรณ, 2554 : 2)

ดังนั้น สิ่งที่องค์กรจะต้องคำนึงเสมอ ก็คือ ทำอย่างไรจึงจะสรรหาคandidateที่มีฝีมือมาใช้ในองค์กร และเมื่อได้มาแล้วจะทำอย่างไรจึงจะพัฒนาเขาให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งจูงใจให้เขาอุทิศกำลังกาย กำลังใจและกำลังสติปัญญาให้แก่งานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพสูงและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และทำอย่างไรจึงจะรักษาเขาไว้กับองค์กรให้นานที่สุด ด้วยเหตุผลนี้การศึกษาความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรให้ความสนใจ หากองค์กรสามารถทำให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรได้มากเท่าไร ก็จะทำให้บุคลากรปรารถนาจะเป็นสมาชิกขององค์กรตลอดไป โดยจะทุ่มเทความรู้สึกรับรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ และมีผลการปฏิบัติงานเป็นที่น่าพอใจซึ่งจะเป็นผลดีต่อองค์กรในที่สุด (อรอุสา เกษรสังข์, 2550: 2)

ธนาคารกสิกรไทยได้ให้ความสำคัญกับพนักงานในทุกส่วนที่มีการพัฒนาองค์กรเนื่องจากปัจจุบันสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันอย่างสูง ดังนั้น การรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และเป็นคนดีให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุดจึงเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถมีทางเลือกที่จะไปทำงานให้กับองค์กรอื่นที่ดีกว่า ให้ผลตอบแทน สวัสดิการหรือโอกาสในการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพตำแหน่งงาน องค์กรจึงต้องพยายามหาวิธีที่จะทำให้พนักงานในองค์กรของตนเองมีความผูกพันต่อองค์กร จึงได้ทุ่มเทงบประมาณด้านทรัพยากรต่างๆ สำหรับการพัฒนาพนักงานอย่างเต็มที่เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานอยู่กับองค์กรและใช้ความรู้ความสามารถมาพัฒนาศักยภาพในทุกๆด้านให้กับองค์กรตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

จากข้อมูลข้างต้นซึ่งผู้วิจัยเป็นพนักงานของธนาคารกสิกรไทย จึงสนใจศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างความผูกพันในงานของ

พนักงานต่อองค์กร ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้นซึ่งนี้รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
5. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน ประกอบด้วย ด้านลักษณะงาน ด้านสวัสดิการ ด้านผลตอบแทน ด้านหัวหน้างานและด้านเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ระดับปฏิบัติการประจำสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน
2. ระยะเวลาที่ศึกษา ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ช่วงเดือน มิถุนายน – กรกฎาคม 2562
3. ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้านผลการตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 3

ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจและทุ่มเทอย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร และความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภายในองค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้มีความเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคง
2. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปวางแผน เป็นแนวทางการบริหารพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้มีความศักยภาพในการทำงานให้กับองค์กรเสริมสร้างความจงรักภักดี ความผูกพันต่อองค์กร และรักษาพนักงานที่มีคุณค่าต่อองค์กรไว้ให้นานที่สุด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) นำเสนอเรื่องมนุษย์มีความต้องการ 5 ชั้น ชั้นที่ 1 ความต้องการด้านสรีระ (physical needs) : ความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องการมีชีวิต สิ่งเร้าที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านสรีระ เช่น อากาศ อาหาร น้ำ การนอนหลับ เป็นต้น ชั้นที่ 2 ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (safety needs) : ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น เงิน การมีงานทำ ที่มีอยู่อาศัย เป็นต้น ชั้นที่ 3 ความต้องการด้านความรักและความเป็นเจ้าของ (need of love, affection and belongingness) : ความต้องการความรัก ความเข้าใจ การให้ความรักและการได้รับความรัก โดยมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและการถูกรับรองเป็นลำดับต่อมา โดยจะเห็นได้จากบุคคลต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มต่างๆ เช่น เป็นสมาชิกในกลุ่มเพื่อนที่ทำงาน กลุ่มศาสนา ครอบครัว เป็นต้น ชั้นที่ 4 ความต้องการด้านศักดิ์ศรีและความภาคภูมิใจในตน (self-esteem) : ความต้องการศักดิ์ศรีและการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นในความสามารถของตนเอง เช่น การได้เลื่อนตำแหน่ง การได้รับประกาศนียบัตร ได้รับปริญญา เป็นต้น ชั้นที่ 5 ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างสมบูรณ์เต็มที่ (need for self-actualization) ความต้องการเติมเต็มในศักยภาพของตนเอง ดังนั้น การทำในสิ่งที่ตนเองปรารถนาที่จะทำ โดยที่ในขณะที่ได้ทำ ทำด้วยความสุข และเห็นว่าสิ่งที่ได้ทำนั้นเป็นสิ่งที่ตนเองควรทำ เป็นช่วงเวลาที่บุคคลกำลังพัฒนาศักยภาพของตนเอง

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ทำการศึกษาทัศนคติของวิศวกรและนักบัญชี จำนวน 200 คน ที่มีต่องาน พบว่า ความพึงพอใจในงานที่ทำและความไม่พึงพอใจในงานที่ทำ มีสาเหตุจากปัจจัย 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (motivational factor) เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลพึงพอใจและเกิดความรักในงานที่ทำ ซึ่งเป็น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ส่งผลให้บุคคลในองค์กรทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และปัจจัยค่าจูน ได้แก่ เงินเดือน/ค่าตอบแทน/ผลประโยชน์ โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สภาพภาพในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในงาน และการควบคุมงาน

แนวคิดของ (Dr. ED Gubman) ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร จะสามารถเกิดขึ้นได้นั้นจะต้อง เชื่อมโยงส่วนประกอบ 3 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ คุณค่าและความรับผิดชอบ (Values and Responsibilities) โปรแกรม (Program) และความสัมพันธ์ (Relationships) ได้อธิบายลำดับขั้นของความผูกพัน สามารถอธิบาย และขยายความได้ว่า

การจะให้องค์กรจะเพิ่มความผูกพันของพนักงานให้เกิดขึ้นนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์กับ 3 ลำดับขั้น กล่าวคือ ในเรื่องคุณค่าและความรับผิดชอบเป็นฐานที่ทำให้เกิดความผูกพัน เพราะการให้คุณค่าของพนักงานที่สอดคล้องกับ ค่านิยม หรือวัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้พนักงานดังกล่าวเต็มใจที่จะทำงานเพื่อองค์กร แต่ในขณะเดียวกันในเรื่องของโปรแกรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จะจัดให้พนักงาน เช่น เรื่องการจ่ายค่าจ้าง สวัสดิการ หรือการจัดฝึกอบรมนั้น มีผลต่อความผูกพันของพนักงานทั้งสิ้น ซึ่งพนักงานอยากที่จะอยู่กับองค์กรต่อไปก็ต่อเมื่อองค์กรได้มีการจัดหาปัจจัยเหล่านี้ได้ตรงกับความต้องการของพนักงานได้อย่างแท้จริงแล้ว อย่างไรก็ตาม ในบางองค์กรอาจจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในกรณีที่ทรัพยากรขององค์กรมีจำกัดจึงส่งผลให้ไม่อาจที่จะตอบสนองความต้องการของพนักงานได้ทั้งหมด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรตี โชคคุณะวัฒนา (2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน สังกัดสายงานละ 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่าง และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป สภาพภาพโสด และมีประสบการณ์ทำงาน 15 ปีขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับดี ได้แก่ ด้านการทำงาน ร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ด้านสิทธิส่วนบุคคลในสถานที่ทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม ด้านงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคม ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ และสังกัดสายงานแตกต่างกันมี

ความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คุณภาพชีวิตในการทำงานในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของ พนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณาของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่าย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 347 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่าสถิติ t-test F-test และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับปานกลางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน ปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ปัจจัยด้านความต้อกา กับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำมาจาก 2 แหล่ง ดังนี้แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ชุด และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยค้นคว้าจากหนังสือตำราวิชาการ วิทยานิพนธ์และผลงานวิจัยโดยใช้ข้อมูลเหล่านี้มาใช้กำหนดแนวทางการศึกษาและข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้แบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่ การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ มีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบค่าความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบค่าความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 และรองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปี และ อายุ 41-50 ปี เท่ากัน จำนวน 60 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวนน้อยที่สุด 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 กลุ่มตัวอย่างมีส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เป็นจำนวนมากที่สุด 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 สถานภาพสมรส จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และจำนวนน้อยที่สุดคือ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 กลุ่มตัวอย่างมีส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด 152 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และน้อยที่สุดระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 กลุ่มตัวอย่างมีอายุการทำงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 72 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ อายุ 6-10 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 อายุการทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุดมีอายุการทำงาน 1-5 ปี จำนวนเท่ากัน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 กลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งงานพนักงานผู้ช่วยผู้จัดการ (ABM) มากที่สุด 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 พนักงานให้คำปรึกษาและการขาย (BAS/BAR) 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และจำนวนน้อยที่สุดคือ พนักงานฝาก-ถอนเคาเตอร์สูง (BCO) 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ มากกว่า 35,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 กลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน การเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($t = .455, p > .05$) การศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีผลต่อผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 211.857, p < .05$) ความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกลุ่มสถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 2.744, p > .05$) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีผลต่อผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 6.603, p < .05$) ความแตกต่างของปัจจัยบุคคลด้านอายุการทำงาน มีผลต่อผลต่อความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกลุ่มอายุการทำงานแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 241.666, p < .05$) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงาน มีผลต่อผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 4308.929, p < .05$) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F = 392.806, p < .05$)

สถิติทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์แบบการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในงาน ด้านลักษณะงาน ด้านผลตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน และด้านเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ร้อยละ 96.7 โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.000 และเมื่อพิจารณาเป็นแต่ละปัจจัยพบว่า ด้านลักษณะงาน ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ($p > 0.05$) แต่ด้านผลตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน ด้านเพื่อนร่วมงานมีผลต่อผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่างนั้น ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคล เพศ และสถานภาพ เท่านั้นที่ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ โศรติ โชคคุณะวัฒนา (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยลลิตา จันทร์งาม (2559) ได้ศึกษาทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน อายุ อายุการทำงาน ตำแหน่งการทำงาน และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์ (2557) ได้ศึกษาทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลางผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน จะปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศกร เผ่าไพโรจน์กร (2546) ได้ศึกษาทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงาน บริษัท ซีเมนส์ จำกัด จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน พนักงานที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน และยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของจรรยา ห่วงเทศ (2558) ได้ศึกษาทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลด้าน เพศและสถานภาพ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในงาน ด้านลักษณะงาน ด้านผลตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน และด้านเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ร้อยละ 96.7 โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.000 หากแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะงาน ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยปัจจัยความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร คือ ด้านผลตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน และด้านเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of needs) ของ Abraham Harold Maslow ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ 5 ขั้น ได้แก่ ความต้องการด้านสรีระ (physical needs) : ความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องการมีชีวิต เช่น อากาศ

อาหารน้ำ การนอนหลับ เป็นต้น ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (safety needs) : เช่น เงิน การมีงานทำ ที่มีอยู่อาศัย เป็นต้น ความต้องการด้านความรักและความเป็นเจ้าของ (need of love, affection and belongingness) : ความต้องการความรัก ความเข้าใจ การให้ความรักและการได้รับความรัก โดยจะเห็นได้จากบุคคลต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มต่างๆ เช่น เป็นสมาชิกในกลุ่มเพื่อนที่ทำงาน เป็นต้น ความต้องการด้านศักดิ์ศรีและความภาคภูมิใจในตน (self-esteem) : ความต้องการศักดิ์ศรีและการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นในความสามารถของตนเอง เช่น การได้เลื่อนตำแหน่ง การได้รับประกาศนียบัตร เป็นต้น ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างสมบูรณ์เต็มที่ (need for self-actualization) ความต้องการเพิ่มเติมในศักยภาพของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ของ Frederick Herzberg ปัจจัยจูงใจ (motivational factor) เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลพึงพอใจและเกิดความรักในงานที่ทำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ส่งผลให้บุคคลในองค์กรทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ความสำเร็จในงาน (achievement) การได้รับการยอมรับนับถือ (recognition) ลักษณะของงานที่ท้าทาย (work itself) ความก้าวหน้า (advancement) ความรับผิดชอบ (responsibility) ปัจจัยค่าจ้าง ได้แก่ เงินเดือน/ค่าตอบแทน/ผลประโยชน์ (salary) คือ เงินเดือน การเลื่อนขั้นเงินเดือนในองค์กร โดยเป็นที่พอใจของบุคคลในองค์กรนั้นๆ โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (possibility of growth) คือ การที่บุคคลได้เลื่อนตำแหน่งภายในองค์กร รวมทั้งสถานการณ์ที่ส่งผลให้บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าในอาชีพ 3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (interpersonal relation superior, subordinate and peers) คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โดยที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีการทำงานร่วมกันอย่างมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี สถานภาพในการทำงาน (status) คือ งานที่ปฏิบัตินั้นเป็นอาชีพที่ยอมรับนับถือของสังคม เป็นอาชีพที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี นโยบายและการบริหารงาน (company policy and administration) คือ การบริหารและจัดการ รวมถึงการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร สภาพการทำงาน (working conditions) คือ สภาพทางกายภาพ เช่น แสงสว่าง ระดับความดังของเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ ความเป็นอยู่ส่วนตัว (personal life) คือ ความรู้สึกที่มีต่องาน โดยสาเหตุมาจากองค์ประกอบในการทำงานในหน้าที่ของบุคคล เช่น ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ความมั่นคงในงาน (job security) คือ ความรู้สึกของบุคคลต่อความมั่นคงในการทำงาน อาชีพ หรือองค์กร การควบคุมงาน (technical supervision) คือ วิธีการ ความสามารถในการดำเนินงานอย่างยุติธรรมในการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hewitt Associates (Hewitt Associates, 2003 อ้างใน สกาว สำราญคง, 2547 : 16) ปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานมี ดังต่อไปนี้ 1. ภาวะผู้นำ (Leadership) 2. วัฒนธรรมหรือจุดมุ่งหมายขององค์กร (Culture Purpose) 3. ลักษณะงาน (Work Activity) 4. ค่าตอบแทนโดยรวม (Total Compensation) 5. คุณภาพชีวิต (Quality of Life) 6. โอกาสที่ได้รับ (Opportunity) 7. ความสัมพันธ์ (Relationship) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter and Steers (1982) กล่าวว่า การสร้างความผูกพันขึ้น เพื่อผลประโยชน์

ของตนเองมิใช่เพื่อองค์กร มีสาระสำคัญว่าการลงทุนเป็นสาเหตุทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกผูกพัน โดยสิ่งที่ลงทุนไป เช่น ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ระยะเวลา เป็นต้น ทำให้เขาได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากองค์กร เช่น ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ต่างๆ และสอดคล้องกับ โสริตี โชคคุณะวัฒนา (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับดี ได้แก่ ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ด้านสิทธิส่วนบุคคลในสถานที่ทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวม ด้านงานมีส่วนเกี่ยวข้อง และสัมพันธ์กับสังคม ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ สอดคล้องกับ ธนรัฐ นาทอง (2556) ได้ศึกษาทาการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5 พบว่า ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร อยู่ในระดับมาก ความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาได้ ระดับปานกลาง ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินภาคอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1.ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล จากผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม องค์กรหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องก็ควรต้องตระหนักถึงเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านอื่นๆต่อไป

2.ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน ด้านผลตอบแทน ด้านสวัสดิการ ด้านหัวหน้างาน และด้านเพื่อนร่วมงาน จากผลการวิจัยพบว่ามอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย (จำกัด) มหาชน ด้านผลตอบแทนองค์กรควรมีเครื่องมือในการวัดผลงานที่เป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในเรื่องของผลตอบแทน โดยดูจากค่าจ้างความเหมาะสมและปริมาณงานที่พนักงานรับผิดชอบในแต่ละคน ด้านสวัสดิการ องค์กรควรจัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสม เข้าถึงง่าย รวดเร็วให้กับพนักงาน ด้านหัวหน้างาน องค์กรควรจัดกิจกรรมให้หัวหน้างาน และพนักงานได้มีส่วนร่วมเปิดใจแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างดี ด้านเพื่อนร่วมงานควรจัดให้มีการส่งเสริมกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้ได้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมองค์กร และได้ความรู้จักกันมากขึ้น พร้อมทั้งจะทำงานเป็นทีมมากขึ้น ดังนั้นปัจจัยความพึงพอใจในการทำงานที่กล่าวมา จะใช้เป็นแนวทางขององค์กรในการสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กร ให้ปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มใจ และคุ้มค่า และยังสามารถสานต่อไปให้กับพนักงานรุ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จรรยา ห่วงเทศ. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาค208. คั่นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธนรัฐ นาทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินภาค 5. คั่นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พงศกร เผ่าไพโรจนกร. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงาน บริษัท ซีเมนส์ จำกัด. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ลลิตา จันทร์งาม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล. คั่นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรรณิภา นิลวรรณ. (2554). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. คั่นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). คั่นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น
- ไตรตี โชคคุณะวัฒนา. (2559). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่. คั่นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อรอุสา เกสรสังข์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- รายงานการพัฒนาความยั่งยืน ธนาคารกสิกรไทย. (2561) สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562
จาก https://www.kasikornbank.com/th/sustainabledevelopment/SDAnnualReports/2018_SD_TH.pdf
- Gubman, E.L. (2003). Increasing and measuring engagement. Retrieved December 21, 2008, from <http://www.Gubmanconsulting.com/wring-increasing.html>
- Herzberg, F. The motivation. New York: John Wiley & Sons, 1959
- Hewitt Associates. (2008). Identify factors driving employee engagement. (Online). Available <http://www.hewittassociates.com/Intl/NA/enUS/OurServices/ServiceTool.aspx?c> (14 October 2008).
- Maslow, A. H. (1970). Motivation and personality. (2nded.). New York: Harper and Row.