

**ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
ในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี**
**Factors affecting to employee engagement in auto parts group of automotive lamp
manufacturer in Pathumthani Province**

นางสาวปุลพร ศรีหาม
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Miss Pulaporn Srihanu

E-mail: Pully.milcup@gmail.com

Industrial Management, Master of Business Administration Program

Faculty of Business Administration, Ramkhamhang University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานซึ่งแบ่งเป็นปัจจัยจูงใจและปัจจัยก้ำกั้นกับความผูกพันต่อองค์กร และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent-Samples T-Test และ One-way ANOVA (F-test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านมาตรฐานทางสังคม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรู้สึกต่อองค์กร และด้านความต่อเนื่องในระยะยาว ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุดได้แก่ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร; ปัจจัยจิตใจ; ปัจจัยค่าจ้าง

Abstract

For this research have objective to research personal factor, operational motivation factor that have separate to motivation factor, maintenance factor with organizational commitment and level of organizational commitment of employees in auto parts group of automotive lamp manufacturer in Pathumthani Province. The data were collected by questionnaires from sample of 400 person. The statistics used to study in this case is Frequency distribution, Percentage Value, Average Value, Standard Deviation, Independent-Samples T-Test, One-way ANOVA (F-test) and Pearson correlation coefficient at the statistical significance level 0.05 and 0.01

Researched result is employees in auto parts group of automotive lamp manufacturer in Pathumthani Province have organizational commitment in high level. Each side of considered result of the highest average value is social standards side, the secondary is feelings for the organizational side and Long-term continuity side in order. From the hypothesis testing it was found personal factor with different average of monthly income had different effect on organizational commitment. But gender, age, status, education level and different working times is no different affect to organizational commitment. The most correlated factor with organizational commitment is motivation factor. That have high relationship.

Keyword: Organizational Commitment; Motivation Factor; Maintenance Factor

บทนำ

การที่องค์กรต่าง ๆ จะเติบโต มีความมั่นคง และประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายของตนแล้วนั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ซึ่งปัจจัยทางด้านทรัพยากรมนุษย์ก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อหนึ่งที่จะใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งในปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ รวมถึงสภาวะการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวเพื่อรับมือให้ทันกับสถานการณ์ โดยให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลมากขึ้น เนื่องจากองค์กรในปัจจุบันมองว่าคนเป็นทรัพยากรที่จะต้องรักษาไว้ ทำให้บุคคลมีความรู้สึกรักในองค์กร พัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคคลเพื่อดึงศักยภาพที่มีอยู่ให้ออกมาใช้ทำประโยชน์ให้กับองค์กรได้มากที่สุด เพื่อให้องค์กรอยู่รอด เจริญก้าวหน้า และประสบความสำเร็จ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เป็นมูลเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานีมีมากน้อยเพียงใด โดยได้ทำการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำพาองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้และนำพาองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยจูงใจมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี
3. ปัจจัยค่าจ้างมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี ทั้งหมด 2,905 คน โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานีจากการใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 352 คน และทำการเก็บข้อมูล 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

พื้นที่การวิจัยคือ เขตพื้นที่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่ สิงหาคม ถึง ตุลาคม 2563 โดยมี ระยะเวลารวม 3 เดือน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แบ่งเป็น

- ปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสัมฤทธิ์ผลในการทำงาน การยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่น่าสนใจ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า

- ปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ, ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน นโยบายและการบริหารองค์กร สภาพการทำงาน ชีวิตส่วนตัว และความมั่นคงในงาน

2. ตัวแปรตาม

ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบไปด้วย 3 ด้าน ดังนี้

- ด้านความรู้สึกต่อองค์กร
- ด้านความต่อเนื่องในระยะยาว
- ด้านมาตรฐานทางสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี

4. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตคอมโพรอนต์ในจังหวัดปทุมธานี

แนวคิด และทฤษฎี

Steers (1977, p.96 อ้างถึงใน ชาญวูฒิ บุญชม 2553, น.13) ได้ศึกษาปัจจัยเบื้องต้นของความผูกพันต่อองค์กร พบว่ามีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristics) หมายถึง ตัวแปรที่เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร เช่น เพศ อายุ การศึกษา ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาปฏิบัติงาน สถานภาพสมรส เป็นต้น

2. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Job Characteristics) หมายถึง สภาพของงานที่แต่ละบุคคลรับผิดชอบปฏิบัติอยู่ว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น ความมีอิสระในการทำงาน (Autonomy) งานที่มีคุณค่า ความประจักษ์ในงาน (Task Identity) ความหลากหลายในงาน (Variety) งานที่มีโอกาสพบปะผู้อื่น (Social Interactions)

3. ประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experience) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนว่ามีความรู้ต่อการทำงานในองค์กรที่ผ่านมาอย่างไร เช่น ทศนคติของกลุ่มต่อองค์กร (Group Attitude) การพึ่งพาได้จากองค์กร (Organization Dependability) ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร (Personal Importance)

Steer and Porter (1978, p. 154, อ้างถึงใน พิงพิศ จากผา, 2551, น.10) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์และปัจจัยในด้านความผูกพันพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุส่วนบุคคล ลักษณะทางเพศ อายุงานหรือระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ความชำนาญในลักษณะงานตามระยะเวลาที่มากขึ้น ความต้องการประสบความสำเร็จและก้าวหน้าของแต่ละบุคคล และสถานภาพการสมรส

2. ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท ได้แก่ ความชัดเจนของ ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานของพนักงาน งานที่มีลักษณะท้าทาย และงานที่มีความหลากหลาย

3. ลักษณะขององค์กร โดยแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ คือ ลักษณะการกระจายอำนาจภายในองค์กร ลักษณะของการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าขององค์กร และลักษณะของขนาดขององค์กร

4. ประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน ได้แก่ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร ความรู้สึกต่อองค์กรว่าเป็นองค์กรที่พึ่งพา ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร

Mowday et al (1982 อ้างถึงใน นงเยาว์ แก้วมรกต, 2542, น.21) ได้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ (Affective Commitment) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristic)
2. คุณลักษณะงาน (Job Characteristic)
3. ประสบการณ์การทำงาน (Work Experience)
4. คุณลักษณะโครงสร้าง (Structural Characteristic) และยังพบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันมากที่สุด คือ ประสบการณ์การทำงานที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการหางานจะจิตใจของเขาได้รับการตอบสนอง เช่น การได้รับความสะดวกสบายภายในองค์กร

Allen & Meyer (1990, p.1-18 อ้างถึงใน กฤษวรรณ นวกุล, 2547, น.8) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์การประกอบด้วยโครงสร้าง 3 ลักษณะ

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก (Affective commitment)
2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuance commitment)
3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative commitment)

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1986 อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2540, น.148-150) มีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation factor) ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า
2. ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance factor) ได้แก่ เงินเดือน โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สถานะของอาชีพ นโยบายและการบริหารงาน สภาพการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในการทำงาน และวิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของบุคคลหรือทฤษฎีการจูงใจ ผู้เสนอทฤษฎีนี้ คือ Abraham H. Maslow (อ้างถึงใน บรรยงค์ โตจินดา, 2545) เป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มีดังนี้

1. ความต้องการของคน
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจพฤติกรรมของคนต่อไปอีก แต่จะสามารถจูงใจได้จากความต้องการที่สูงขึ้นไปที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. ความต้องการของคนจะซ้ำซ้อนกับความต้องการอันหนึ่งอาจจะยังไม่ทันหมดไป ความต้องการอันอื่นอาจเกิดขึ้นมาได้ ดังนี้

3.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)

- 3.2 ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs)
- 3.3 ความต้องการด้านสังคม (Social needs)
- 3.4 ความต้องการมีชื่อเสียงหรืออยากเด่นอยากดัง (Esteem needs)
- 3.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self – actualization needs)

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ทำการดำเนินการศึกษาตามกระบวนการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

1. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยการใช้แบบสอบถาม (survey research) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ การสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล การสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และการสอบถามถึงความผูกพันต่อองค์กร
2. ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม จำนวน 5 คน แล้วนำไปหาค่าความน่าเชื่อถือ (reliability) ด้วยวิธีของ Cronbach โดยได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้ ปัจจัยจูงใจเท่ากับ 0.742 ปัจจัยค่าเงินเท่ากับ 0.841 และความผูกพันเท่ากับ 0.869
3. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจาก พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี ในช่วงเดือนสิงหาคม 2563 ถึง เดือนตุลาคม 2563 จำนวน 400 ฉบับ

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ โดยแบ่งได้ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples T-Test) สถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร มากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One-way ANOVA หรือ F-Test) เมื่อพบว่าแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe test) เพื่อเปรียบเทียบว่าคู่ใดมีความแตกต่างกันและการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ต้นกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis)

ผลการวิจัย

1. พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.8) อายุระหว่าง 22-35 ปี (ร้อยละ 63.5) สถานภาพโสด (ร้อยละ 60.8) ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.8) ระยะเวลาการปฏิบัติงานระหว่าง 1-5 ปี (ร้อยละ 43.8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-30,000 บาท (ร้อยละ 62.3)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสัมฤทธิ์ผลในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 3.78 ระดับความคิดเห็นระดับสูง รองลงมาเป็นด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 ระดับความคิดเห็นระดับสูง ด้านลักษณะของงานที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 ระดับความคิดเห็นระดับสูง ด้านการยอมรับนับถือและด้านความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.46 ระดับความคิดเห็นระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยท้าทาย มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นระดับสูง รองลงมาเป็นด้านสภาพการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ระดับความคิดเห็นระดับสูง ด้านความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 ระดับความคิดเห็นระดับสูง ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 ระดับความคิดเห็นระดับสูง ด้านชีวิตส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 ระดับความคิดเห็นระดับสูง ด้านนโยบายและการบริหารองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60 ระดับความคิดเห็นระดับสูง และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 ระดับความคิดเห็นระดับสูง

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความผูกพันต่อองค์กร มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 โดยพบว่า ด้านมาตรฐานทางสังคม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 3.65 ระดับความคิดเห็นระดับสูง รองลงมาเป็นด้านความรู้สึกรับรู้ต่อองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 ระดับความคิดเห็นระดับสูง และด้านความต่อเนื่องในระยะยาว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 ระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยเรียงตามลำดับได้แก่ ด้านมาตรฐานทางสังคมมากที่สุด ระดับความคิดเห็นระดับสูง รองลงมาเป็นด้านความรู้สึกรับรู้ต่อองค์กร ระดับความคิดเห็นระดับสูง และด้านความต่อเนื่องในระยะยาว ระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรโดยคำนึงถึงมาตรฐานทางสังคมเป็นสิ่งแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราวุธ โภชนะสมบัติ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์ โดยความผูกพันในองค์กรใน

ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับมากที่สุดคือ ด้านบรรทัดฐาน รองลงมาคือ ด้านความรู้สึก และ ด้านการคงอยู่กับองค์กร หากแต่พนักงานพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานีนั้นมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่มากกว่าคืออยู่ในระดับสูง ซึ่งนับเป็นเรื่องดีที่ควรที่จะคงไว้ซึ่งระดับความผูกพันที่มีอยู่ และพัฒนาเพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรให้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน

2. การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา บ้านโกศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐศูนย์ฝึกพาณิชยน์วิ กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม แต่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระพร จันทภาโส ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยจูงใจประกอบด้วย ด้านความสัมฤทธิ์ผลในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่น่าสนใจ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้า และด้านปัจจัยค่าจูง ประกอบด้วย ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านนโยบายและการบริหารองค์กร ด้านสภาพการทำงาน ด้านชีวิตส่วนตัว และด้านความมั่นคงในงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา บ้านโก ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐศูนย์ฝึกพาณิชยน์วิ กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ผู้ผลิตโคมไฟรถยนต์ในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. องค์กรควรมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ ความสามารถของพนักงาน เป็นงานที่ไม่ยากและไม่ง่ายเกินไป และให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย และไม่รบกวนชีวิตส่วนตัวของพนักงานโดยที่ไม่ต้องทำงานล่วงเวลา และเปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นรวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้าร่วมอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน จะทำให้พนักงานรู้สึกว่างค์กรได้เปิดโอกาสให้ตนได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ได้แสดงความสามารถ และได้รับการยอมรับนับถือ ส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

2. องค์กรควรเน้นการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน ถ้าพนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ก็ย่อมส่งผลให้รู้สึกว่าการใช้เวลาแห่งความสุขในแต่ละวันเพิ่มขึ้น การที่สามารถ

ช่วยเหลือเกื้อกูลกันได้ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระ ทำให้พนักงานรู้สึกเครียดน้อยลง เป็นการเสริมสร้างกำลังใจในการทำงาน

บรรณานุกรม

- วิไลลักษณ์ กุศล. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลวิชาชีพ*
โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพยาบาลบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- ปกภณ จันทศาสตร์. (2557). *ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน และแรงจูงใจที่มีผล*
ต่อความผูกพันกับองค์กรของพนักงานเอกชนระดับปฏิบัติการ ในเขตลาดพร้าว – จตุจักร.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิระพร จันทภาโส. (2558). *ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาใน*
วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พิญากรณ์ เต็งพานิชกุล. (2558). *ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการ*
สังคมสำนักงานเขตบางแค. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสน
ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- โสมย์สิริ มูลทองทิพย์. (2556). *ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียน*
มัธยมศึกษา อำเภอกำแพงแก้ว. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
การจัดการภาครัฐและภาคเอกชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มรกต เจียประเสริฐ. (2559). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานตำแหน่งวิศวกรของบริษัท*
แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. นิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประดิษฐพงษ์ สร้อยเพชร. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและ*
เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งหนึ่งส่วนงานวิศวกรรมที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไคกิน*
อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- ศราวุธ โภชนะสมบัติ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรสำนักงาน*
ป้องกันควบคุมโรค 8 จังหวัดนครสวรรค์. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ศุภชัย รุ่งเจริญสุขศรี. (2558). การศึกษาความผูกพันในองค์กร การพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความพึงพอใจในสวัสดิการพนักงาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พงศกร เผ่าไพโรจนกร. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานบริษัท ซีเมนต์ จำกัด. สารนิพนธ์. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณัฐพรณ ชาญชัยกรรม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก.

นิตยา บ้านโก้. (2558). ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐศูนย์ฝึกพาณิชยนาวีกรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม. การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารจัดการสาธารณะ) สาขาวิชาการบริหารจัดการสาธารณะ สำหรับนักบริหารคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรารักษ์ ธีเลิศพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.