

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
Organizational Commitment of ABC's Employee (Beverage Industry)
in Pathum Thani Province

คทาวุฒิ นกพัฒน์
สาขาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Katawut Nokpud

E-mail: 6414082027@rumail.ru.ac.th

Industrial management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทผลิตเครื่องดื่มABCในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา อันได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ช่วงอายุตาม Generation ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดก่อนปี พ.ศ. 2523 (Generation X , Baby Boomer) และรองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 ถึงปี พ.ศ. 2540 (Generation Y) ประมาณร้อยละ 40 ของกลุ่มตัวอย่างทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไปและร้อยละ 75 มีระดับของตำแหน่งงานเป็นพนักงาน

ผู้วิจัยได้สำรวจระดับความคิดเห็นและแปลผลเป็นระดับความผูกพัน 3 ด้านตามแนวคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของมอวเดย์ สเตียร์และพอร์เตอร์ คือด้านความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายขององค์กรมีระดับความผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กรมีระดับความผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปมีระดับความผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และในภาพรวมพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่าเพศ ช่วงอายุตาม Generation อายุงานและระดับของตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรทั้งในภาพรวมและแต่ละด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าบริษัทสามารถพัฒนาแนวทางในการสื่อสารและการสร้างการรับรู้ในเรื่องค่านิยมและเป้าหมายองค์กรให้ครอบคลุมตอบสนองต่อพนักงานทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ทุกระดับ และยังสามารถจัดกิจกรรมให้พนักงานเชื่อมั่นและยอมรับในค่านิยมขององค์กร โดยแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายขององค์กรสอดคล้องกับเป้าหมายของพนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานพร้อมทำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มความสามารถด้วยความเต็มใจ โดยปราศจากการบังคับ ทำให้บริษัทมีพนักงานที่พร้อมจะผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร; บริษัทผลิตเครื่องดื่มABCในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

Abstract

This Independent Study's Objective is to research the level of Organizational Commitment and personal factors which compare to Organizational Commitment of ABC's Employee (Beverage Industry) in Pathum Thani Province. Researcher collects data from 280 samples by using descriptive statistics (Percent, Average and Standard Deviation) and inferential statistics to conclude the relationship between variables. The result found that sample group of males more than females, generation age range of respondents mostly Generation X & Baby Boomer followed by Generation Y, 40% of respondents have work experience more than 20 years and 75% of respondents are employee.

Researcher survey's opinion level and interprets into 3 measurement of Organizational Commitment (Mowday, Steers & Porter) which are an acceptance on organizational goals (MEAN = 4.17), Commitment on organization in intention to retain organizational membership (MEAN = 4.19), and Commitment on organization in devotion for organizational success (MEAN = 4.14), are high. Overall (MEAN = 4.17), Employee have the high level of Commitment with the organization. The results of the analysis of the relationship between the variables, gender, generation age range, working period and level of employee will have different level of commitment to the organization both as a whole and in each aspect by statistically significant at the 0.05 level.

From this study, researchers suggest that the company should manage to communicate and build recognition of organizational values and goals covering every gender, ages, and levels of employee. The company should also organize activities for employee's confidence and company values acceptance by representing organization goals according to employee goals which lead employee willing to work at highest capabilities without any constraints. Finally, the company will have employee that are ready to push for growth and sustainability of the organization.

Keywords: Organizational Commitment; ABC's Employee (Beverage Industry) in Pathum Thani Province

1. บทนำ

ด้วยความเชื่อที่ว่า “คน” เป็นต้นทุนที่สำคัญของการพัฒนาในทุก ๆ มิติ ดังนั้นการมีคนที่มีคุณภาพเป็นการสร้างฐานรากของการพัฒนาที่แข็งแกร่งและยั่งยืน “คน” จึงนับว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่งของทั้งสังคมและประเทศชาติ เพราะถือว่าเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ หากประเทศใดมี “คน” ที่มีศักยภาพสูงก็จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

ในยุคก่อนนั้น “คน” ถูกมองว่าเป็นเพียง “แรงงาน” ซึ่งเป็นแค่หนึ่งปัจจัยในการผลิตเท่านั้น แต่ในยุคปัจจุบันได้มีการยกระดับคนให้กลายเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ซึ่งทรัพยากรบุคคลในโลกยุคใหม่นี้คือปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคศตวรรษที่ 21 ที่ทุกองค์กรหันมาใส่ใจในการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลมากขึ้น เพราะ “คน” คือกุญแจสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน อย่างไรก็ตามในยุคนั้นประเทศไทยนั้นเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว เนื่องด้วยอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุและอัตราการเกิดใหม่ของประชากรที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทำให้การจัดหาพนักงานเข้ามาทำงานเป็นเรื่องที่ยากมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) จากสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมพบว่าจำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและอัตราการเกิดของประชากรลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้จำนวนประชากรวัยแรงงานมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องด้วย เมื่อเทียบระหว่าง ปี พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2564 พบว่าวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น 5% วัยแรงงานลดลง 5% และ วัยเด็กลดลง 2% จึงกล่าวได้ว่าอัตราการเกิดมีน้อยลงในทุกๆปี และอัตราแรงงานมีแนวโน้มลดลงเพิ่มขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

ด้วยเหตุนี้องค์กรต่างๆ ในศตวรรษที่ 21 จึงให้ความสำคัญกับเรื่องความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น เพราะความผูกพันต่อองค์กรสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดการเข้า-ออกจากงานของสมาชิกองค์กรได้ดีกว่าตัวแปรความพึงพอใจในงาน เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติของสมาชิกต่อองค์กรโดยรวม ขณะที่ความพึงพอใจในงานแสดงถึงทัศนคติของบุคคลต่องานเฉพาะแง่ใดแง่หนึ่งของงานที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของพนักงานเท่านั้นจึงมีเสถียรภาพน้อยกว่าความผูกพันต่อองค์กร (Buchanan, 1974)

อย่างไรก็ดีการจะพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีความผูกพันในงานได้นั้นต้องอาศัยกระบวนการที่มีการปฏิบัติอย่างมีขั้นตอน ได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การวัดความผูกพันและการปรับปรุงแก้ไข ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้ต้องทำอย่างเป็นระบบต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพราะพนักงานของแต่ละองค์กรจะมีปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันแตกต่างกันออกไป โดยหากองค์กรสามารถสร้างความผูกพันในงานให้เกิดขึ้นกับพนักงานได้ก็จะสามารถทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความจงรักภักดีต่องานและองค์กรได้อย่างยั่งยืน (พิชิต เทพวรรณ, 2554: 182)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่ม ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งนี้เพื่อนำผลจากการวิจัยไปใช้พัฒนาปรับปรุงและส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรเพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความผูกพันโดยรวมต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุงาน ช่วงอายุตาม Generation และระดับของตำแหน่งงานของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1 เพศที่ต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2 ช่วงอายุตาม Generation ที่ต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3 อายุงานที่ต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4 ระดับของตำแหน่งงานที่ต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหาที่ศึกษา

ศึกษาถึงระดับความผูกพันโดยรวมต่อองค์กรของพนักงานและเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ พนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยมีจำนวน 736 คน ประกอบไปด้วย พนักงาน จำนวน 641 คน หัวหน้าหน่วย 55 จำนวน คน และระดับผู้จัดการแผนกขึ้นไปจำนวน 40 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน 2566)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาค้างนี้ คือ บริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการทำวิจัยและเก็บข้อมูลในครั้งนี้อยู่ในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2566 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2566

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรมากำหนดนิยามศัพท์เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

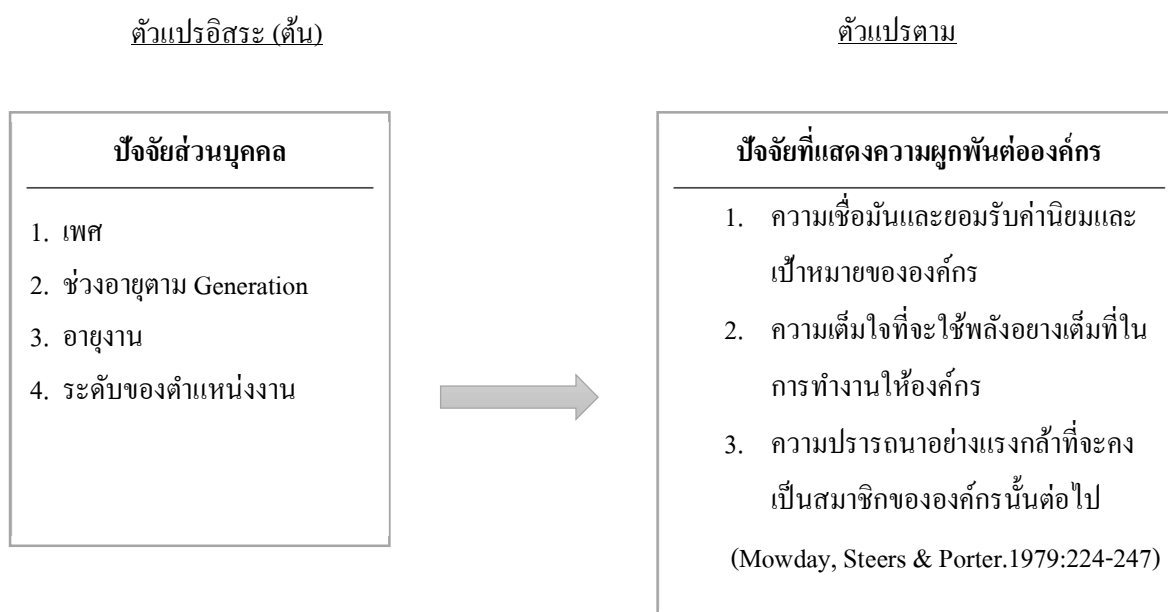
- เพศ ได้แก่ ชาย และ หญิง
- อายุงาน หมายถึง ระยะเวลาตั้งแต่เข้างานเป็นพนักงานบริษัท
- ช่วงอายุตาม Generation คือ ช่วงอายุของพนักงานในบริษัท
- ระดับของตำแหน่ง จำแนกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพนักงาน ระดับหัวหน้าหน่วย และระดับตั้งแต่ผู้จัดการแผนกขึ้นไป โดยระดับที่สูงขึ้นก็จะมีรายได้และค่าตอบแทนที่สูงขึ้น

2. ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกเป็นลักษณะของความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กร ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป (Mowday, Steers & Porter, 1979 : 224-247)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
2. ได้ทราบถึงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABCในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างกัน
3. ได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาอภิปรายเพื่อหาแนวทางพัฒนาระดับความผูกพันต่อองค์กรให้มีระดับดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดงานวิจัย



2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ (2548) ได้กล่าวว่าในหน่วยงานองค์กรต่างๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กรลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชัน

สรรเพชญ ไชยสิทธิ์สวัสดิ์ (2557) นักวิชาการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กล่าวว่าสังคมในปัจจุบันนี้ แบ่งเป็นกลุ่มคน 4 เจเนอเรชัน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 เจเนอเรชันบี เกิดระหว่างปี พ.ศ.2489-2507 คนกลุ่มนี้มีความอดทนสูง สู้งาน ชอบทำงานและประสบความสำเร็จด้วยตัวเอง เนื่องจากมีประชากรจำนวนมากที่เกิดในช่วงเดียวกันทำให้มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ยังยึดระบบชนชั้น กล่าวคือการทำงานเนื่องด้วยสมัยก่อนเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยและแพร่หลาย ทำให้องค์ความรู้ตกอยู่กับชนชั้นนำหรือชนชั้นปกครอง ดังนั้นเขาจึงเชื่อมั่นและรับฟังคำสั่งจากผู้นำหรือหัวหน้างานที่มีองค์ความรู้มากกว่า ขณะเดียวกันคนยุคนี้ใช้ชีวิตเรียบง่าย เป็นคนเก็บออมมากกว่าใช้จ่าย

กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ เป็นคนวัยทำงานในยุคปัจจุบันเกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 เป็นผลกระทบจากการผลิตประชากรล้นจนต้องคุมกำเนิด ขณะเดียวกันเทคโนโลยีเริ่มทันสมัยและแพร่หลายขึ้นและเริ่มมีตัวเลือกมากขึ้น ทำให้คนกลุ่มนี้เริ่มมีความอดทนน้อยลง มักจะตั้งคำถามว่าทำไมชีวิตต้องทน ในเมื่อมีโอกาสและตัวเลือกมากขึ้น คนเจเนอเรชันนี้ยังทำงานด้วยตัวเอง ยึดระบบชนชั้นน้อยลง เก็บออมและใช้เท่าที่มีเลือกทำงานที่ชอบ รักอิสระและมีความคิดสร้างสรรค์แหวกกรอบ

กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 เป็นคนวัยตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลายถึงเริ่มทำงานใหม่ คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย รวมทั้งองค์ความรู้ ทำให้มีความอดทนเริ่มน้อยลง สมารถสั้นขึ้น ชอบ Copy-Paste และเปลี่ยนงานบ่อย คนเจเนอเรชันนี้ไม่ชอบชนชั้น ซึ่งตรงนี้หมายถึงการทำงานและใช้ชีวิต โดยเด็กยุคนี้ชอบการทำงานเป็นทีม ทำงานร่วมกันมากกว่าฟังคำสั่งจากหัวหน้าหรือผู้นำอย่างเดียว และการบังคับขู่เข็ญจากพ่อแม่

กลุ่มที่ 4 เจเนอเรชันซี เกิดตั้งแต่พ.ศ.2540 ขึ้นไป ซึ่งเป็นคนกลุ่มวัยตั้งแต่แรกเกิดถึงมัธยมศึกษาตอนต้น คนกลุ่มนี้เกิดมาด้วยการเลี้ยงดูที่เพียบพร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย รวมถึงองค์ความรู้และมีตัวเลือกมาก ทำให้คนกลุ่มนี้มักทำในสิ่งที่ชอบ ชอบความสะดวกสบาย ไม่ชอบพิธีการและสามารถทำอะไรหลายๆอย่างได้ในคราวเดียวกัน

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กร

แนวคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์กร มาวเดย์ สเตียร์และพอร์เตอร์ (Mowday, Steers & Porter, 1979 : 224-247) พบมาตรวัดที่ใช้วัดความผูกพันต่อองค์กรด้านทัศนคติจากการนิยามของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป ทั้ง 3 ข้อนี้ เป็นการสร้างความผูกพันที่จะส่งผลให้พนักงานพร้อมทำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความเต็มใจ โดยปราศจากการบังคับ ในทางกลับกันหากพนักงานของบริษัทมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง เนื่องจากพนักงานขาดแรงจูงใจ ขาดความเชื่อมั่นในการทำงาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นพนักงานประจำบริษัทผลิตเครื่องคั้มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 736 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ทำงานเป็นพนักงานในบริษัทผลิตเครื่องคั้ม ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 736 คน ด้วยวิธีคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) (Taro Yamane, 1973, p.125, อ้างถึงใน สราวุธ โภชนะสมบัติ, 2559, หน้า 36) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 259 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บเพิ่มอีก 21 ชุด จึงรวมแล้วทั้งหมด 280 ชุด โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจและสะดวกจะตอบแบบสอบถามในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้เพื่อให้ได้ผลของการศึกษาที่น่าเชื่อถือมากที่สุด และจะทำการเริ่มส่งแบบสอบถามออนไลน์ตั้งแต่วันที่ 1–31 พฤษภาคม 2566

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเล่มนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะมีรูปแบบของการวิจัยโดยการใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ที่จะประกอบด้วยแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และแบบสอบถามความคิดเห็นเรื่องความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะสำรวจกับพนักงานในบริษัทผลิตเครื่องคั้มABC ในการศึกษาผู้วิจัยใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ช่วงอายุตาม Generation อาชุนาน และระดับของตำแหน่งงาน แบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 4 ข้อ โดยมีระดับการวัด ดังนี้

1. เพศ	ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. ช่วงอายุ	ระดับการวัดแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
3. อาชุนาน	ระดับการวัดแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
4. ระดับของตำแหน่งงาน	ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร ใช้การวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งเป็นสเกลที่แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่แสดงความผูกพันต่อองค์กร โดยในระดับความคิดเห็นเป็นการวัดระดับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นใช้ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) (Noll, 1989, อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) มีจำนวน 18 ข้อ แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

ผลตอบรับจรรยาที่แสดงความผูกพันต่อองค์กร	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1 คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยมีการแปรผลข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ช่วงอายุตาม Generation อายุงาน ระดับของตำแหน่งงาน ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทผลิตเครื่องดื่ม ABC แบ่งปัจจัยที่แสดงความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป จากแบบสอบถามวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยข้อคำถามมี 5 ระดับ ใช้การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอ้างอิง (Inferential statistics)

การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ทางสถิติ Independent Sample t-test และ One-way ANOVA โดยใช้ระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 (ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%)

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่ม ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 ส่วนใหญ่เกิดก่อนปี พ.ศ. 2523 (เจนเนอเรชั่นบี, Baby Boomer) จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และส่วนใหญ่มีระดับของตำแหน่งงานเป็นพนักงาน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0

4.2 ระดับความผูกพันต่อองค์กร จากผลการวิจัยพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่ม ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีในภาพรวมมีระดับความผูกพันมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 โดยในด้านความเต็มใจที่จะ

ใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กรมีระดับคะแนนมากที่สุด อยู่ในระดับผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร อยู่ในระดับผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และน้อยที่สุดคือ ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปอยู่ในระดับผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14)

4.3 เปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรตามปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิจัยด้านเพศพบว่าเพศชายมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าเพศหญิงทั้ง 3 ด้าน โดยเพศชายมีระดับความผูกพันมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) และเพศหญิงมีระดับความผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยความผูกพันด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปเป็นด้านที่เพศชายและหญิงมีระดับความผูกพันต่างกันมากที่สุด ช่วงอายุตาม Generation พบว่าพนักงานเจนเอเรชั่นบีและเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ที่เกิดก่อนปี พ.ศ. 2523 มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมาคือ พนักงานเจนเอเรชั่นวาย ที่เกิดปี พ.ศ. 2523 ถึงปี พ.ศ. 2540 มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และน้อยที่สุดคือพนักงานเจนเอเรชั่นซี ที่เกิดหลังปี พ.ศ. 2540 มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ด้านอายุงาน พบว่าพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไปมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปี ถึง 20 ปี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามมาด้วยพนักงานที่มีอายุงาน 5 ปี ถึง 10 ปี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) และน้อยที่สุดคือพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ด้านระดับของตำแหน่งงาน พบว่าระดับตั้งแต่ผู้จัดการแผนกขึ้นไปมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมาคือ ระดับหัวหน้าหน่วยมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) และน้อยที่สุดคือระดับพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันด้วยนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1 คือ เพศที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันด้วยนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2 ช่วงอายุตาม Generation ที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันด้วยนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 3 อายุงานที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ด้วยนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 4 ระดับของตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ด้วยนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลผลการวิจัย ได้แก่ ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ความผูกพันต่อองค์กรด้าน						ความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม	
		ความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร		ความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กร		ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป		Mean	ระดับความผูกพัน
		ค่าเฉลี่ย	ระดับความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความผูกพัน		
1. เพศ	280	<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*	
ชาย	162	4.40	มากที่สุด	4.44	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด
หญิง	118	3.85	มาก	3.86	มาก	3.78	มาก	3.83	มาก
2. ช่วงอายุ:	280	<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*	
เกิดก่อนปี พ.ศ. 2523 (Generation X , Baby Boomer)	124	4.51	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด	4.58	มากที่สุด	4.54	มากที่สุด
เกิดปี พ.ศ. 2523 ถึงปี พ.ศ. 2540 (Generation Y)	119	4.02	มาก	4.05	มาก	3.93	มาก	4.00	มาก
เกิดหลังปี พ.ศ. 2540 (Generation Z)	37	3.50	มาก	3.54	มาก	3.34	ปานกลาง	3.46	มาก
3. อายุงาน	280	<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*	
น้อยกว่า 5 ปี	60	3.60	มาก	3.60	มาก	3.35	ปานกลาง	3.51	มาก
5 ปี ถึง 10 ปี	55	3.93	มาก	3.98	มาก	3.86	มาก	3.92	มาก
มากกว่า 10 ปี ถึง 20 ปี	53	4.22	มากที่สุด	4.29	มากที่สุด	4.27	มากที่สุด	4.26	มากที่สุด
มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	112	4.56	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด
4. ระดับของตำแหน่งงาน		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*		<u>แตกต่างกัน</u> Sig 0.00*	
พนักงาน	210	4.02	มาก	4.06	มาก	3.98	มาก	4.02	มาก
หัวหน้าหน่วย	44	4.57	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด
ตั้งแต่ผู้จัดการแผนกขึ้นไป	26	4.66	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด	4.57	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด
ผลรวม	280	4.17	มาก	4.19	มาก	4.14	มาก	4.17	มาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีในภาพรวมมีระดับความผูกพันมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 สอดคล้องกับงานวิจัยของทวิชัย วิทวัสสิริไพบูลย์ (2565) ที่ได้ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัท เดลตา อิเลคทรอนิกส์ จำกัด พบว่าความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับผูกพันมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีความผูกพันสูงสุดคือด้านมีความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมายขององค์กร รองลงมาคือมีความทุ่มเทความพยายามปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ขององค์กรและน้อยที่สุดคือ ด้านมีความต้องการที่จะดำรงตนหรือแสดงตนในฐานะเป็นสมาชิกขององค์กร

ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีพบว่าเพศชายมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่สูงกว่า กล่าวคือพนักงานเพศชายมีระดับความผูกพันรวมอยู่ในระดับผูกพันมากที่สุด (4.41) ในขณะที่เพศหญิงมีระดับความผูกพันมีความผูกพันรวมอยู่ในระดับผูกพันมาก (3.83) โดยจะเห็นได้ว่าพนักงานเพศหญิง (S.D=0.77) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากกว่าเพศชาย (S.D=0.54) ดังนั้น ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานหญิงจึงมีระดับความผูกพันต่อองค์กรส่วนบุคคลกระจายตัวมากกว่าเพศชาย จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้พนักงานหญิงบางส่วนมีระดับความผูกพันต่อองค์กรในระดับต่ำเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มความผูกพันรวมต่อองค์กรของพนักงานเพศหญิงให้สูงขึ้น อาทิ การจัดกิจกรรมกลุ่มย่อย (Small Group Activity) สำหรับพนักงานเพศหญิงเพื่อเปิดรับข้อคิดเห็นอันจะเป็นการยกระดับความผูกพันรวมต่อองค์กรให้สูงขึ้น

การที่ปัจจัยด้านช่วงอายุตาม Generation ของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่มีระดับความผูกพันที่แตกต่างกันสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างคนในแต่ละช่วงวัย พนักงานที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมักมีความคิดพฤติกรรมการทำงาน การดำเนินชีวิตรวมถึงมุมมองในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับ Schoch (2012) ที่ให้นิยามความหมายของเจเนอเรชันไว้ว่าเจเนอเรชันที่มีความแตกต่างกันจะมีประสบการณ์ การดำเนินชีวิต ค่านิยม ลักษณะการทำงานและแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงธรรมชาติของคนแต่ละช่วงวัยจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อหาแนวทางเสริมสร้างความผูกพันที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย ลดความแตกต่างด้านช่วงอายุของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น โดยผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าพนักงานเจเนอเรชันบี เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489-2507 และเจเนอเรชันเอ็กซ์เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 มีระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงสุด ตามมาด้วยเจเนอเรชันวายเกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 และเจเนอเรชันซีเกิดตั้งแต่พ.ศ.2540 ขึ้นไป ที่มีระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของสรเพชญ ไชยสิริยะสวัสดิ์ (2557) นักวิชาการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่กล่าวว่า เจเนอเรชันบีและเจเนอเรชันเอ็กซ์มีความอดทนสูง สู้งาน ชอบทำงานและประสบความสำเร็จด้วยตัวเอง เนื่องจากมีประชากรจำนวนมากที่เกิดในช่วงเดียวกันทำให้มีการแข่งขันสูง เชื่อมั่นและรับฟังคำสั่งจากผู้นำหรือหัวหน้างานที่มีองค์ความรู้มากกว่า ในขณะที่เจเนอเรชันวาย เป็นคนที่ไม่ชอบระบบชั้น และสำหรับเจเนอเรชันซี ซึ่งเป็นไม่ชอบพิธีการและเป็นคนที่สามารถทำอะไรหลายๆอย่างได้ในคราวเดียวกัน คนกลุ่มนี้คือเด็กใหม่ที่เริ่มงานได้ไม่นาน ใช้ชีวิตในวัยเรียนกับเพื่อน เจเนอเรชันซี จึงยังไม่คุ้นชินกับลักษณะการทำงานของบริษัท ดังนั้น การจัดโครงการให้พนักงานแต่ละช่วงอายุ ได้มีโอกาสได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เปิดโอกาสให้พนักงานต่างช่วงอายุได้ประสานความร่วมมือทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกันเพื่อสร้าง Employee Experience ร่วมกัน อาทิ การจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อเสริมสร้างความสามัคคี การจัดกิจกรรม Team Building ให้พนักงานทุกระดับได้ทำกิจกรรมร่วมกัน ก็จะเป็นส่วนเสริมในการสร้างความกลมกลืน

ให้ทุกคนสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้การนำระบบ Hybrid Working มาปรับใช้เพื่อให้พนักงานมีอิสระในการเลือกสถานที่ทำงานมากยิ่งขึ้นและการกำหนดนโยบาย Flexible Working Policy โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับลักษณะการทำงานที่ส่งเสริมให้เกิด Productivity ของแต่ละบุคคลหรือแผนกมากที่สุดน่าจะตอบโจทย์พนักงานเจนเออร์ซันวายและเจนเออร์ซันซี อันจะเป็นการยกระดับความผูกพันร่วมต่อองค์กรให้สูงขึ้น

ปัจจัยด้านระดับของตำแหน่งงานของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่มีระดับความผูกพันที่แตกต่างกัน พบว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานสูงจะมีความรู้สึกว่ามันคงในการทำงานมากกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานต่ำกว่า ดังนั้นพนักงานที่มีตำแหน่งงานต่ำกว่าจึงมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยและอาจนำไปสู่การเปลี่ยนงานได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีการลงทุน (Side-bet theory, 1960) เบคเกอร์และคาร์เปอร์ (Becker & Carper, 1956) ที่อธิบายถึงเหตุผลที่บุคคลเกิดความผูกพันต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นเพราะว่าบุคคลนั้นได้สร้างการลงทุน (Side-bet) ต่อสิ่งนั้นๆ ไว้ ซึ่งระดับความสำคัญของการลงทุนในบางประการจะผันแปรตามคุณภาพของสิ่งที่ลงทุนไป อาทิ ตัวแปรในด้านของระดับของตำแหน่งงานโดยพนักงานที่มีระดับของตำแหน่งงานสูงจะได้รับสิ่งต่างๆ จากระบบการจ้างงานขององค์กรมากขึ้นทั้งในรูปของเงินเดือน สวัสดิการ และอำนาจหน้าที่ โดยบุคคลที่มีระดับของตำแหน่งงานสูงก็จะได้รับการเป็นที่ยอมรับ การยกย่อง เกียรติยศ สวัสดิการต่างๆ ที่สูงขึ้นตามระดับของตำแหน่งงาน ด้วยเหตุนี้บุคคลที่ทำงานในระดับของตำแหน่งงานสูงย่อมตัดสินใจลาออกจากองค์กรได้ยากลำบากกว่าคนที่มีความระดับของตำแหน่งงานต่ำ เพราะเขาจะพิจารณาว่าหากลาออกจากองค์กรก็เท่ากับว่าการลงทุนของเขาที่ได้สะสมไว้ย่อมสูญเสียไปด้วยซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่ากับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากองค์กรใหม่

ปัจจัยด้านอายุงานของพนักงานบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่มีระดับความผูกพันที่แตกต่างกันพบว่ากลุ่มอายุงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไปมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด โดยอยู่ในระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือกลุ่มอายุงานมากกว่า 10 ปี ถึง 20 ปี โดยอยู่ในระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามมาด้วยกลุ่มอายุงาน 5 ปี ถึง 10 ปี โดยอยู่ในระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.92) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่มอายุงานน้อยกว่า 5 ปี โดยอยู่ในระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.51) สอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ (2548) ที่ได้กล่าวไว้ในเรื่องอายุกับการทำงาน (Age and Job Performance) ว่าคนที่อายุมากจะไม่ลาออกจากงานหรือ ย้ายงานแต่จะทำงานที่เดิม ทั้งนี้เพราะโอกาสในการเปลี่ยนงานมีน้อยประกอบกับช่วงเวลาในการทำงานนานจะมีผลทำให้ได้รับค่าตอบแทนมากขึ้น ตลอดจนสวัสดิการต่างๆ ก็จะได้เพิ่มขึ้นด้วย รวมทั้งพนักงานที่มีอายุมากขึ้นจะปฏิบัติหน้าที่การงานอย่างสม่ำเสมอขาดงานน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย

6. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีในภาพรวมอยู่ในระดับที่มีความผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) แต่หากพิจารณาเป็นรายด้านแล้วจะพบว่าความผูกพันต่อองค์กรด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยเมื่อพิจารณาจะแนบจำแนก

ตามช่วงอายุพบว่าคะแนนด้านคะแนนความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปของพนักงานเจเนอเรชันซีอยู่ในระดับผูกพันปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ซึ่งเป็นระดับคะแนนเฉลี่ยรายด้านที่ต่ำที่สุด เช่นเดียวกับพนักงานเจเนอเรชันวายที่อยู่ในระดับผูกพันมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ซึ่งเป็นระดับคะแนนเฉลี่ยรายด้านที่ต่ำที่สุด แตกต่างกับพนักงานเจเนอเรชันบีและเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่มีระดับความผูกพันด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะวิเคราะห์หาสาเหตุต่อไป

2. ผู้วิจัยเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปให้กับพนักงานเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันซี ได้แก่ การจัดโครงการแลกเปลี่ยนความรู้พี่สอนน้อง-น้องสอนพี่ โดยพิจารณาจากให้เจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันซีที่มีจุดแข็งที่ใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ในการทำงาน ในขณะที่พนักงานเจเนอเรชันบีและเจเนอเรชันเอ็กซ์ที่มีจุดแข็งในด้านความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากการทำงานมาเสริมจุดแข็งให้กันและกัน นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ เจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันซีได้มีส่วนร่วมทำงานที่ท้าทายมากยิ่งขึ้นจะทำให้พนักงานรู้สึกภูมิใจและมีส่วนร่วมในความสำเร็จของบริษัท อาทิ การเปิดโอกาสให้พนักงาน เจเนอเรชันวาย และ เจเนอเรชันซีได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนในการแก้ไขปัญหาพร้อมกับองค์กร การเปิดโอกาสให้พนักงานในการกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานการเปิดโอกาสให้นำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานเสมอ ซึ่งจะทำให้พนักงานมีความภาคภูมิใจในการทำงานส่งผลให้มีความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปมากขึ้น

3. การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทผลิตเครื่องดื่มABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อคำถามจากความผูกพันในแต่ละด้านเพื่อหาจุดประบางและนำข้อมูลไปพัฒนาความผูกพันของพนักงานพบว่า

ในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายองค์กร ข้อ 7 ที่ว่าท่านพร้อมจะให้ความร่วมมือทุกด้านในการปฏิบัติงานตามนโยบายด้านการบริหารขององค์กร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้วิจัยเสนอแนวทางให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมว่าเกิดจากสาเหตุใด หรือนโยบายใดที่ยังมีช่องว่างที่จะสามารถเติมเต็ม เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารนโยบายด้านการบริหารให้พนักงานรับรู้ เข้าใจและยอมรับมากยิ่งขึ้น

ในด้านความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กร คำถามข้อที่ 13 ท่านคิดหาวิธีแก้ไขปัญหาหรือหาวิธีทำงานใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานบางส่วนยังไม่มีโอกาสอย่างเต็มที่ในการคิดหาวิธีแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นร่วมกับองค์กร อาจเป็นเพราะเป็นเสียงส่วนน้อยในองค์กร หรือเหตุผลในการเสนอข้อแก้ไขปัญหายังไม่ผ่านการยอมรับจากหลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเสนอแนวทางว่าการเปิดเวทีให้พนักงานได้ระดมสมองเพื่อแสดงโอกาสในการพิจารณาปัญหาร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นก็เป็นหนทางที่ดีที่จะช่วยปรับระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

ในด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป คำถามข้อที่ 21 องค์กรสร้างแรงบันดาลใจให้ท่านทำงานให้ดีที่สุดในทุกๆ วัน เช่น มีความกระตือรือร้นที่จะมาทำงาน เป็นข้อคำถามที่ได้ค่าเฉลี่ยของคะแนนน้อยที่สุด ในข้อนี้ผู้วิจัยเห็นว่า พนักงานมีความปรารถนาที่จะอยู่กับบริษัทเพราะด้วยความมีชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท ประกอบกับการที่บริษัทมีสวัสดิการต่างๆ ที่เหนือกว่ามาตรฐานที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามพนักงาน

ที่ไม่ได้มีความสุขสูงสุดจนสามารถเกิดแรงบันดาลใจที่ดีในการทำงานทุกๆวัน ซึ่งเป็นเพราะเหตุปัจจัยแวดล้อมหลายๆประการ เช่น นโยบายการบริหารที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริหารแต่ละหน่วยงาน ปัจจัยด้านสุขภาพ รวมถึงความเครียดที่เกิดจากการทำงานภายใต้ความกดดัน ผู้วิจัยเสนอแนวทางโดยการจัดโครงการเพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน และจัดกิจกรรมที่สร้างความสุขให้พนักงานตลอดทั้งปี อาทิ ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งชมรมต่างๆ ที่พนักงานมีความสนใจ เช่น ชมรมบำเพ็ญประโยชน์ ชมรมเดินวิ่งเพื่อสุขภาพ ชมรมโยคะ ซึ่งเป็นการทำให้พนักงานมีความสุขและเจอโอกาสที่ดีที่สุดในการทำงานและชีวิตส่วนตัวซึ่งจะเป็นการสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้กับพนักงานและทำให้พนักงานมีแรงบันดาลใจที่ดีในการทำงานทุกๆวัน ซึ่งจะส่งผลต่ออัตราการลาออกที่ลดลง

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงขอสรุปแนวทางยกระดับความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ดังนี้

1. การสื่อสารและการสร้างการรับรู้ในเรื่องค่านิยมและเป้าหมายองค์กรให้ครอบคลุม ตอบสนองต่อพนักงานทุกช่วงอายุ ทุกเพศ ทุกระดับและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น ช่องทางสื่อสารเรื่องวัฒนธรรมองค์กรผ่าน Intranet หรือผ่านช่องทาง Social network เช่น Line , Facebook , YouTube เพื่อให้พนักงานสามารถเสนอแนวทางหรือแสดงความคิดเห็นที่ต้องการนำเสนอได้อย่างอิสระโดยผู้วิจัยเสนอให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะเพื่อนำไปสู่การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ที่จะทำให้ผู้บริหารได้รับทราบความคิดเห็นของพนักงานอย่างแท้จริง อันจะเป็นการทำให้พนักงานรู้สึกเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมและเป้าหมายองค์กร

2. การส่งเสริมให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์กร เช่น โครงการจัดทำ OKR หรือ Objective Key Results โดยกระจายไปยังแต่ละหน่วยงานในองค์กรเพื่อร่วมกันกำหนด Objective หรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการทำให้สำเร็จ และกำหนด Key Result หรือผลลัพธ์ที่จะวัดเพื่อให้รู้ว่าองค์กรได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้แล้ว อันจะทำให้พนักงานรู้ทิศทางที่ชัดเจนของบริษัทและก้าวเดินไปด้วยจุดหมายเดียวกัน

3. การจัดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันภายในองค์กร โดยการจัดโครงการที่ดึงดูดการมีส่วนร่วมของพนักงานและให้รางวัลสำหรับผู้ที่มีข้อเสนอดีเด่นและได้รับคะแนนโหวตสูงสุดในแต่ละ Objective อาทิ การจัดการกิจกรรมกลุ่มQCC การจัดการกิจกรรมLean Award และการประกวดแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานอย่างยั่งยืน โดยยึดหลัก Sustainable Development Goals เป็นต้น นอกจากนี้การเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับมีโอกาสได้เป็นตัวแทนของบริษัทร่วมทำกิจกรรมในการพัฒนาชุมชน และกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์จะเป็นการสร้างประสบการณ์การมีส่วนร่วมกับองค์กรและสร้างความภาคภูมิใจให้พนักงานที่ได้เป็นตัวแทนขององค์กรอีกด้วย อันจะทำให้พนักงานมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไปอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน เช่น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อให้บริษัทสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงนโยบายด้านการบริหารงานบุคคล

2.การวัดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและการปรับปรุงแก้ไข ควรทำอย่างเป็นระบบต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพราะองค์กรย่อมมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนโยบายให้เหมาะสมกับสถานการณ์อยู่เสมอ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างองค์กรหรือนโยบายต่างๆ จึงควรรนำปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงมาศึกษาเพิ่มเติมอีกครั้งเพื่อจะได้ข้อมูลการวิเคราะห์ที่เป็นปัจจุบัน

7. เอกสารอ้างอิง

- Buchanan, B. (1974). Building organizational commitment. **The socialization of managers in work organizations.** Administrative science quarterly, 6, 533-546. Retrieved April 23 from <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/29309/BuildingOrganizationalCommitment.pdf;sequence=1>
- Mowday. The Measure of Organization Commitment. Journal of Vocational Behavior.14,2 (April 1979),224-247 Retrieved April 23 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0001879179900721>
- กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). ทศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร บริษัท ลูเวตปีโตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เดชา วัฒนะไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจเนอเรชันวายและแรงจูงใจในการทำงาน:มุมมองระหว่าง เจเนอเรชันต่างๆ ในองค์กร. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 31(121), 1-25.
- ทวีชัย วิทยสิริไพบูลย์ (2565).ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัท เดลตา อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด มหาชน .สารนิพนธ์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สรรเพชญ ไชยสิริยะสวัสดิ์. (2561, มกราคม 3). สแกนนิสัย “คน 4 เจเนอเรชัน” แม้ต่างกันก็อยู่ร่วมกันได้. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1401795159.