

แรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูป
สำหรับเด็ก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด

The motivations that affected to employee engagement in an organization of
baby milk product manufacturer company: A case study of ABC Co., Ltd.

นางสาวอรุณศิริ บำรุงจิตต์

สาขาการจัดการอุตสาหกรรม หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Arunsiri Bumrungchit

Industrial Management, Master Degree of Business Administration

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจได้ตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรที่มีคุณภาพซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร อุตสาหกรรมการผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็กเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นการสร้าง ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยลดอัตราการลาออกและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในบริษัท ABC จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทดังกล่าว ประชากรคือพนักงานบริษัท ABC จำกัด เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 213 คน จากจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 456 คน จำนวนดังกล่าวได้จากการสุ่มอย่างง่ายตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ

ค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันในองค์กรของพนักงาน การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2568 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบอิทธิพลของแรงจูงใจต่อความผูกพันในองค์กร

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภาพรวมพนักงานมีระดับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยแรงจูงใจที่พนักงานรับรู้สูงสุด ได้แก่ ด้านสภาพการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และด้านความก้าวหน้าในอาชีพ พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมในระดับสูงมาก โดยมีความเต็มใจที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจเพื่อองค์กรอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายขององค์กร และด้านความปรารถนาที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า แรงจูงใจด้านสภาพการทำงาน (X6) ส่งผลมากที่สุด ($\beta = .279$) รองลงมาเป็นด้านความสำเร็จในการทำงาน (X3) ($\beta = .174$) ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ (X5) ($\beta = .172$) ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ (X1) ($\beta = .110$) ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเงินเดือนและสวัสดิการ (X2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (X4) ไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าพนักงานให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย สะดวกสบาย ต้องการที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้ทำงานตามที่ตนเองถนัด หากปัจจัยเหล่านี้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพของงาน และส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, ความผูกพันในองค์กร, พนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก

ABSTRACT

Currently, business organizations recognize the significance of high-quality human resources as crucial assets contributing to organizational success. Baby milk product manufacturing industry is highly competitive, which makes fostering employee commitment a crucial factor in reducing turnover rates and enhancing employee performance at ABC Co., Ltd. The purpose of this study is to examine the influence of work motivation on organizational engagement of employees at ABC Co., Ltd. The population of the study consisted of 213 sample sizes from all 456 employees at ABC Co., Ltd., selected through simple

random sampling according to Taro Yamane's formula. The research instrument employed was a rating - scale questionnaire assessing work motivation and organizational commitment. Data were collected between May and June 2025. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, such as one-way ANOVA and multiple regression analysis, were utilized to analyze the data and examine the influence of motivation on organizational engagement.

The results revealed that work motivation significantly influences organizational engagement of employees at ABC Co., Ltd. at the 0.05 significance level. Overall, employees exhibited very high levels of work motivation and organizational engagement. The motivation factors perceived most strongly by employees were work conditions, job achievement, the nature of their tasks, and career advancement. Employee engagement to the organization was also rated very highly, with employees expressing the greatest willingness to dedicate their physical and mental efforts to work for the organization, followed by strong confidence in and acceptance of the organization's goals, as well as a desire to remain with the organization. From the hypothesis testing at the 0.05 significance level, the result was found that the motivation factor related to working conditions had the greatest impact ($\beta = .279$), followed by achievement ($\beta = 0.174$), nature of the job ($\beta = 0.172$), and career advancement ($\beta = .110$), all of which affected the organizational engagement of employees at ABC Co., Ltd. at the 0.05 significance level. In contrast, salary and benefits and recognition were found to have no significant effect on employees' organizational engagement at the 0.05 significance level.

These results indicated that employees place significant value on a safe and comfortable working environment, career advancement opportunities, and engaging in tasks that align with their skills. If these factors are fully addressed, it will enhance work motivation, improve work performance, and increase organizational engagement of employees.

Keywords: Motivation, Organizational engagement, Baby milk product manufacturer company

1. บทนำ

ปัจจุบันหลายองค์กรเล็งเห็นความสำคัญของการรักษามูลค่าทรัพยากรคนไว้ เนื่องจากพนักงานคือทรัพยากรสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร การที่พนักงานขาดความผูกพันหรือไม่มีแรงจูงใจในการทำงานอาจนำไปสู่อัตราการลาออกที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรโดยตรง (อ้างถึงใน กนกรัตน์ เพชรแก้วนา, 2562) จากผลวิจัยล่าสุดของเดล คาร์เนกี พบว่า 71% ไม่มีความผูกพันกับองค์กร และพร้อมจะเปลี่ยนงานหากได้ค่าตอบแทนสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย ในขณะที่พนักงานเพียง 29% ที่มีความผูกพัน

หากตัดสินใจเปลี่ยนงานจะต้องได้รับข้อเสนอที่สูงมาก นอกจากนี้การศึกษาปัจจัยที่ทำให้คนอยากเปลี่ยนงานยังพบว่า เงินเดือน สวัสดิการ ความสมดุลของชีวิต ความสมดุลของงาน และความก้าวหน้าในอาชีพ เป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ที่มีอิทธิพล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการสร้าง “ความผูกพันในองค์กร” ของพนักงานเป็นเรื่องที่ท้าทาย ความผูกพันในองค์กรของพนักงานที่มีความจงรักภักดีต่อองค์กร ยอมรับเป้าหมายขององค์กร และตั้งใจที่จะอยู่ทำงานกับองค์กรนั้นจะส่งผลต่อความทุ่มเทในการทำงาน ผลงานและอัตราการลาออกของพนักงานได้โดยตรง หากพนักงานมีความผูกพันกับองค์กรสูง ก็จะสร้างผลงานได้มากกว่าองค์กรที่พนักงานมีระดับความผูกพันต่ำถึง 200% (อ้างถึงใน มณีรัตน์ ทองอิน, 2564) แรงจูงใจในการทำงานจึงมีอิทธิพลต่อบุคลากรอย่างมากเปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่ช่วยให้บุคลากรมีความรู้สึกอยากทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทำให้พนักงานแสดงออกถึงการกระทำที่ตั้งใจทำงานมากขึ้น โดยตั้งอกตั้งใจในการทำงาน ทุ่มเท และใช้ความพยายามในการทำงานให้มีคุณภาพประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การสร้างความผูกพันให้กับบุคลากรภายในองค์กร จึงเป็นวิธีการสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารสามารถทำให้บุคลากรมีความรัก มีความจงรักภักดี อยู่กับองค์กรได้นานเพราะความผูกพันต่อองค์กร

ซึ่งงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับความผูกพันในองค์กร เพื่อที่จะรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถให้คงอยู่กับองค์กร และนำไปปรับกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อเสริมสร้างความผูกพัน เพิ่มขีดความสามารถในแข่งขัน สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานในองค์กร ลดอัตราการลาออก ลดค่าใช้จ่ายในการรับและฝึกอบรมพนักงานใหม่ ดังนั้นความผูกพันในองค์กรจึงนับเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้องค์กรก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก

4. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึงพลังหรือแรงกระตุ้นที่ผลักดันให้บุคคลกระทำหรือแสดงพฤติกรรมในการทำงาน เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ทั้งเป้าหมายส่วนบุคคลและเป้าหมายขององค์กร แต่ละคนมีสิ่งเร้าที่จูงใจแตกต่างกัน และเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะเกิดแรงผลักดันในการทำงานส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

อ้างอิงจาก (วรินทร์ วรรณอารีย์, 2562) ทฤษฎีปัจจัย (Two- Factor Theory) ของ เฟรดเดอริก เฮร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) มีปัจจัยอยู่ 2 ประการ ที่เป็นแรงจูงใจให้คนอยากทำงาน คือ ปัจจัยจูงใจ หรือปัจจัยกระตุ้น (Motivator factors) ได้แก่ 1. ความสำเร็จของงาน 2. การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ 3. ลักษณะของงาน 4. ความรับผิดชอบ 5. ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน และปัจจัยค้ำจุน หรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene factors) ได้แก่ 1. เงินเดือนและสวัสดิการ 2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา 4. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 5. สภาพการทำงาน 6. สถานภาพทาง 7. ความมั่นคงในงาน 8. นโยบายและการ

จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการและทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงานต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยต่าง ๆ ทางผู้วิจัยได้นำเอาทฤษฎีจูงใจของเฮร์ซเบิร์ก มาใช้ในงานวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด โดยจะศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959) เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ทั้งหมด 6 ด้านที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากนักวิจัย ได้แก่ 1. ความก้าวหน้าในอาชีพ 2. เงินเดือนและสวัสดิการ 3. ความสำเร็จในการทำงาน 4. การได้รับการยอมรับนับถือ 5. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ 6. สภาพการทำงาน เนื่องจากทฤษฎีนี้มีตัวแปรที่เหมาะสมสอดคล้องกับการทำงานขององค์กร และเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากผู้ศึกษาวิจัยที่ต้องการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร และยังอธิบายทั้งลักษณะกายภาพและลักษณะทางจิตใจ มีความหลากหลายด้านที่สามารถครอบคลุมเหตุผลและมุมมองของพนักงาน แรงจูงใจที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดด้านความผูกพันของพนักงานกับองค์กรให้มีความยั่งยืนได้อีกด้วย

4.2 แนวคิดและทฤษฎีความผูกพันในองค์กร

จากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ที่เชื่อว่าพนักงานต้องได้รับการตอบสนองทั้งความต้องการพื้นฐาน และความต้องการระดับสูง จึงจะเกิดความผูกพันและพร้อมทุ่มเทเต็มที่ให้องค์กร สเตียร์ (Steers, 1977) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึงสถานะที่พนักงานมีความรู้สึกผูกพันและยึดมั่นผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร แสดงออกทั้งทางทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงานร่วมกับองค์กรนั้น ๆ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1. ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายขององค์กร 2. ด้านความเต็มใจและทุ่มเทในการทำงานเพื่อองค์กร 3. ด้านความปรารถนาที่จะพยายามรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

จากการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรของ Steers and Porter (1977, pp. 46–75 อ้างถึงใน สุรัสวดี สุวรรณเวช, 2549, หน้า 19) โดยทฤษฎีนี้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับองค์กรที่ทำการศึกษาวิจัย อีกทั้งยังเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากผู้ศึกษาวิจัยที่ต้องการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร ซึ่งมีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายขององค์กร
2. ด้านความเต็มใจและทุ่มเทในการทำงานเพื่อองค์กร
3. ด้านความปรารถนาที่จะพยายามรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(พิราวรรณ กิตติสากุล, 2565) ปัจจัยด้านแรงจูงใจในงาน ความพึงพอใจในงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกรณีศึกษา: พนักงานบริษัทนำเข้าและจำหน่ายเครื่องพิมพ์ ในกรุงเทพและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนำเข้าและจำหน่ายเครื่องพิมพ์ในกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจในงานด้านปัจจัยค่าจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าด้านปัจจัยจูงใจ

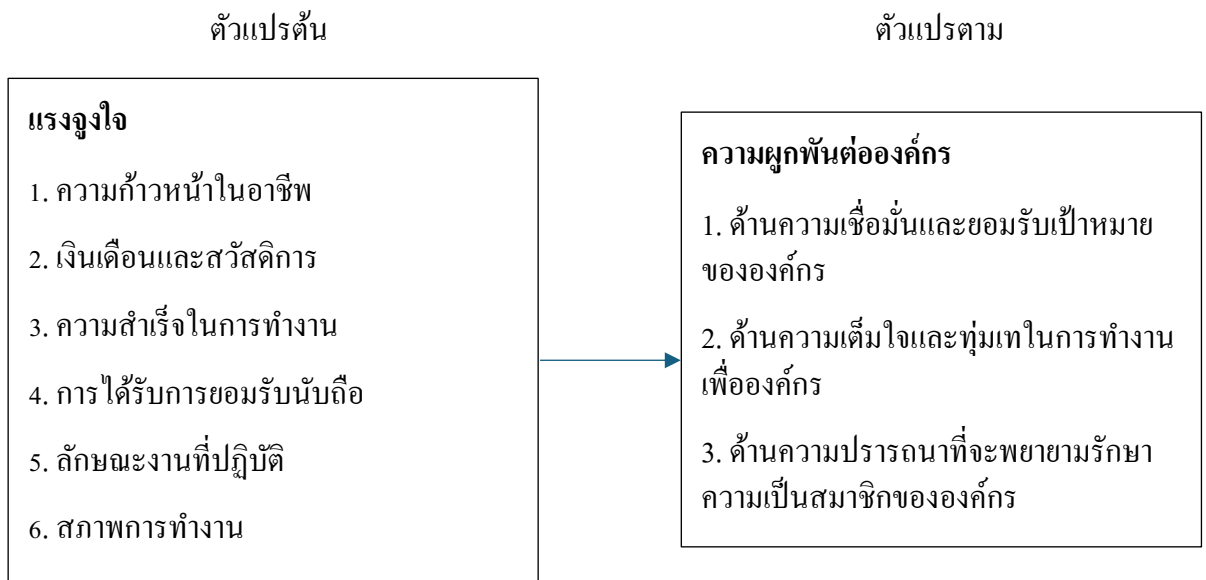
(มลฤดี ปุริส และคณะ, 2565) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันองค์กรของครูโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันองค์กรของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันองค์กรของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

(มณีรัตน์ ทองโอร, 2564) วิจัยเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผลการวิเคราะห์ พบว่าแรงจูงใจในการทำงานด้านเงินเดือน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

(ปฎิมากร ทิพเลิศ, 2564) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อำเภอเจริญศิลป์จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

(กฤตภาคน มิ่งโสภา และคณะ, 2564) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4.4 สมมติฐานงานวิจัย

แรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 213 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 456 คน ทั้งนี้ Comrey and Lee (1992) ระบุว่าเกณฑ์สำหรับการประเมินความเหมาะสมของขนาดตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในการวิเคราะห์ผลโดยมีองค์ประกอบดังนี้ 50 รายถือว่าใช้ไม่ได้ 100 รายขึ้นไปก็ยังไม่น่าเชื่อถือ แต่ถ้า 200 รายขึ้นไปก็พอเชื่อถือได้ แต่ถ้าได้ตัวอย่าง 300 รายขึ้นไปถือว่าดี 500 ราย ขึ้นไปถือว่าดีมาก และ 1,000 คน ถือว่ายอดเยี่ยม โดยในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ควรมีกกลุ่ม ตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 300 คน เพื่อให้ได้ผลที่น่าเชื่อถือ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งอยู่ในระดับที่ถือว่าดีถึงดีมากตามเกณฑ์ของ Comrey and Lee (1992) และสอดคล้องกับลักษณะของเครื่องมือและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.2 เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วน

บุคคล, ส่วนประเมนแรงจูงใจในการทำงาน และส่วนประเมนความผูกพันในองค์กร ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ประมาณ 0.98 ซึ่งถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงครอบคลุมตามเกณฑ์

จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้ Cronbach's Alpha = 0.956 ซึ่งเกณฑ์อยู่ที่ 0.70 บ่งชี้ว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก จึงสามารถนำแบบสอบถามฉบับนี้ไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้อย่างมั่นใจในคุณภาพเครื่องมือ

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยวิธีออนไลน์ (Google form) จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัท ABC จำกัด จำนวน 400 คน ในช่วงเวลา เดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2568 ทั้งนี้ได้มีการขอความร่วมมือและชี้แจงกับพนักงานว่าแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการวิจัย ข้อมูลที่ตอบจะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น เพื่อให้ผู้ตอบเกิดความมั่นใจและตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และรวบรวมข้อมูลคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาในวิเคราะห์ข้อมูลสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสรุปลักษณะข้อมูลทั่วไปและระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อแต่ละปัจจัย และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ในการทดสอบสมมติฐานว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านใดมีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามของพนักงานบริษัท ABC จำกัด จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลการวิจัยที่สำคัญได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท ABC จำกัด จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ ตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน และรายได้ต่อเดือน พบรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุดร้อยละ 47.8 ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 30–39 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.8 ด้านสถานภาพ พบว่า มีสถานะโสดร้อยละ 52.5 ด้านระดับการศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.5 ด้านตำแหน่งงานกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งระดับเจ้าหน้าที่หรือพนักงานปฏิบัติการ ร้อยละ 61.5 ด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า มีอายุงานระหว่าง 1–5 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 ด้านรายได้ พบว่า ร้อยละ 43.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000–30,000 บาท ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นแรงจูงใจของพนักงาน พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ด้านสภาพการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านความก้าวหน้าในอาชีพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงตัวแบบจากการวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.674a	.455	.446	.38210	1.828

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรต้น (X) มีความเหมาะสมมากในการนำมาเป็นตัวแปรพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) มีระดับความสัมพันธ์กันปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ที่ ($R = .674$) และสามารถพยากรณ์องค์ประกอบแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด คือร้อยละ 44.6 ($\text{Adjusted R Square} = .446$) และมีค่าความคลาดเคลื่อน มีความเป็นอิสระกัน (Durbin-Watson) เท่ากับ 1.828 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	47.831	6	7.972	54.601	0.001
Residual	57.378	393	.146		
Total	105.209	399			

ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 การทดสอบกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการทดสอบมีค่า sig. 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ดังนั้นตัวแปรต้นสามารถนำมาใช้ในการพิจารณาแรงงูใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด $F=54.601$, sig. 0.001

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรโดยรวมของแรงงูใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีสึกษา บริษัท ABC จำกัด จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

แรงจูงใจ	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.488	0.171			8.701	0.001		
ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ (X ₁)	0.076	0.037	0.110		2.058	0.040*	0.484	2.068
ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ (X ₂)	0.054	0.039	0.074		1.370	0.171	0.480	2.081
ด้านความสำเร็จในการทำงาน (X ₃)	0.165	0.056	0.174		2.952	0.003**	0.401	2.492
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (X ₄)	0.013	0.050	0.017		0.257	0.797	0.324	3.088
ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ (X ₅)	0.141	0.050	0.172		2.807	0.005**	0.369	2.711
ด้านสภาพการทำงาน (X ₆)	0.248	0.051	0.279		4.882	0.001**	0.424	2.357
R = 0.674, R ² = 0.455, Adjust R ² = 0.466, F = 54.601, P = <0.001*, SE = 0.382, Durbin-Watson = 1.828								
a. Dependent Variable: ความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด								

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 95%, $t = 1.96$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 99%, $t = 2.56$

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, 99.9%, $t = 3.00 \sim$

จากตารางที่ 3 วิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สมการการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อธิบายความแปรปรวนของความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด คิดเป็นร้อยละ 46.6 (Adjust $R^2 = 0.466$) และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นในแต่ละด้านกับความผูกพันในองค์กร จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า แรงจูงใจ ด้านสภาพการทำงาน (X_6) ส่งผลมากที่สุด (Beta=.279) รองลงมาเป็นด้านความสำเร็จในการทำงาน (X_3) (Beta=.174) ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ (X_5) (Beta=.172) ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ (X_1) (Beta=.110) ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเงินเดือนและสวัสดิการ (X_2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (X_4) ไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple Regression Analysis พบว่า ตัวแปรต่าง ๆ ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจาก Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ทุกตัวแปร และค่า VF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร และจากตาราง พบว่า ตัวแปรต้นแต่ละตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานแล้ว (Standardized coefficients) หรือค่า Beta ที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยค่า Beta ของตัวแปรต้นมีค่าสูง แสดงว่าตัวแปรต้นมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

ผลการทดสอบในรูปแบบคะแนนดิบ สามารถสร้างสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.488 - 0.076(X_1) + 0.054(X_2) + 0.165(X_3) + 0.013(X_4) + 0.141(X_5) + 0.248(X_6) + 0.328$$

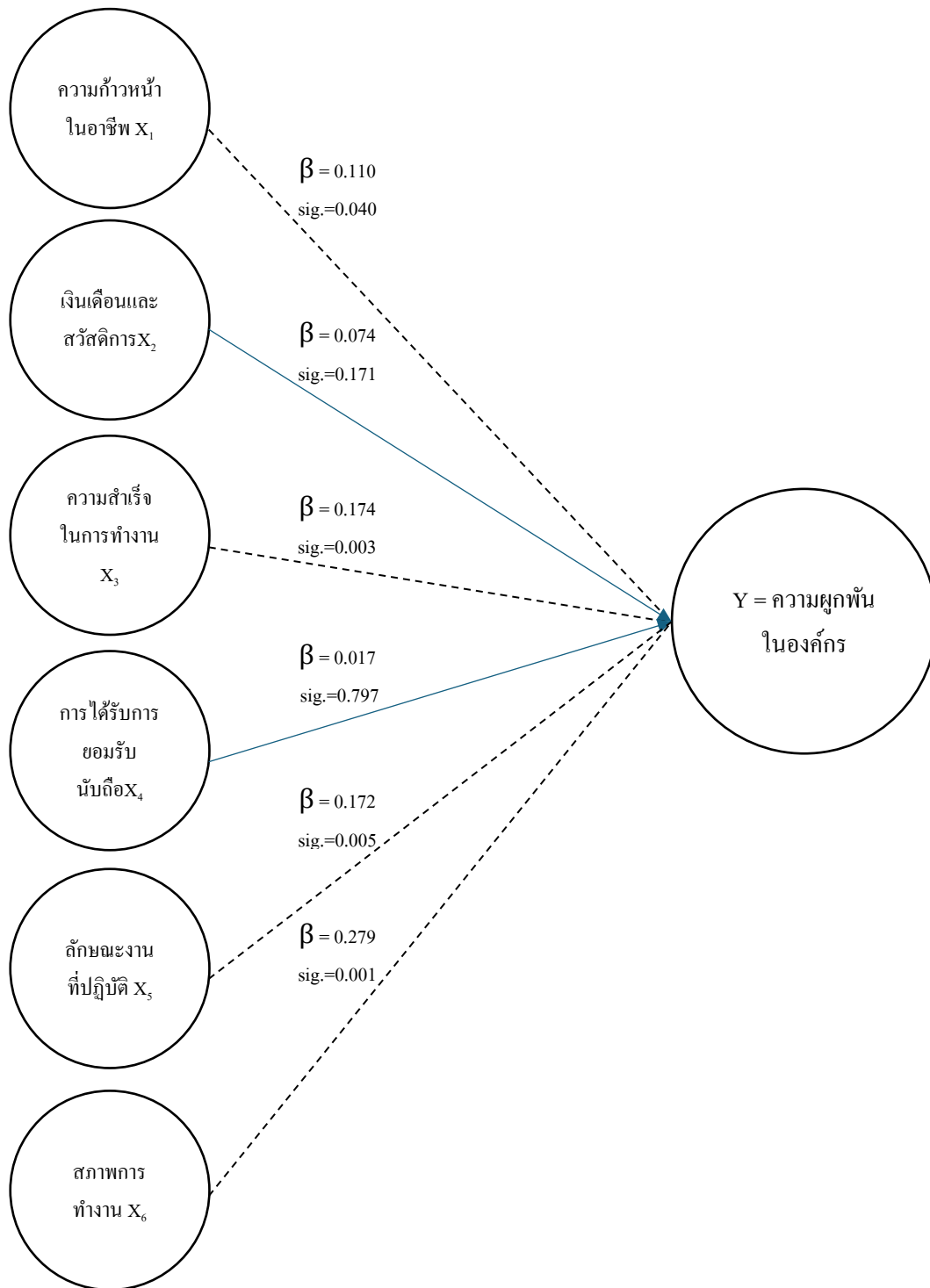
$$R^2 = 0.455, \text{Adj } R^2 = 0.446$$

ดังนั้น สามารถเข้าสมการมาตรฐาน (Standardized coefficients) ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.110(Z_1) + 0.074(Z_2) + 0.174(Z_3) + 0.017(Z_4) + 0.172(Z_5) + 0.279(Z_6)$$

ตัวแปรต้น (แรงจูงใจ)

ตัวแปรตาม (ความผูกพันในองค์กร)



ภาพที่ 2 Model ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

7. สรุปผลและอภิปรายผล

7.1 สรุปผล

จากการวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด” สามารถสรุปผลการการวิจัยได้ดังนี้ โดยภาพรวมพนักงานมีระดับความคิดเห็นในปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .514 ($Mean = 4.23$, $S.D.=.514$) และมีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .515 ($Mean = 4.46$, $S.D.=.515$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานและมีความผูกพันเหนียวแน่นกับองค์กร โดยผลการวิเคราะห์สมมติฐานแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด พบว่าแรงจูงใจด้านสภาพการทำงาน, ลักษณะงานที่ปฏิบัติ, ความสำเร็จในการทำงาน, และความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7.2 การอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ABC จำกัด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด ($Mean = 4.23$, $S.D. 0.514$) เมื่อพิจารณารายด้านของแรงจูงใจ 6 ด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความสำเร็จในการทำงาน ($Mean = 4.37$, $S.D.=.540$) รองลงมาคือด้านลักษณะงานที่ ($Mean = 4.31$, $S.D.=.628$) ด้านสภาพการทำงาน ($Mean = 4.29$, $S.D.=.577$) ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ($Mean = 4.25$, $S.D.=.700$) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($Mean = 4.19$, $S.D.=.674$) ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ($Mean = 3.98$, $S.D.=.745$) สอดคล้องกับ (มณีรัตน์ ทองอิน, 2564) แรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และยังสอดคล้องกับ (ปาริฉัตร สุรเดชและกฤษฎา มุฮัมหมัด, 2560) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันกับองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยรังสิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมาคือด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ได้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และน้อยที่สุด คือ ด้านความก้าวหน้าในการทำงานตามลำดับ โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 45.0 ($R^2 = 0.450$)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท ABC จำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .515 ($Mean = 4.46$, $S.D.=.515$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านความเต็มใจและทุ่มเทในการทำงานเพื่อองค์กร ($Mean = 4.53$, $S.D.=.548$) รองลงมาคือ

ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายของ (Mean = 4.49, S.D.=.544) ด้านความปรารถนาที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร (Mean = 4.39, S.D.=.671) การสร้างความผูกพันของพนักงานในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายขององค์กร เมื่อพนักงานที่ได้รับแรงกระตุ้นจากแรงจูงใจที่เพียงพอจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กรและยอมรับเป้าหมายร่วมขององค์กรมากขึ้น สอดคล้องกับ (มณีรัตน์ ทองโณ, 2564)) ได้ศึกษาผลการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความเต็มใจและทุ่มเทในการทำงานเพื่อองค์กร

3. ผลการการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตนมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก: กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด พบว่า ตัวแปรแรงจูงใจ ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ สภาพการทำงาน ($\beta = 0.279$, $t = 4.882$, $Sig = 0.001$), ความสำเร็จในการทำงาน ($\beta = 0.174$, $t = 2.952$, $Sig = 0.003$) , ลักษณะงานที่ปฏิบัติ ($\beta = 0.172$, $t = 2.807$, $Sig = 0.005$), ความก้าวหน้าในอาชีพ ($\beta = 0.110$, $t = 2.058$, $Sig = 0.040$) ตามลำดับ (เพชรวิภา ช่างเก็บ, 2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยค่าจูงภาพรวมของความคิดเห็นคืออยู่ในระดับสูงเหมือนกันทุกด้านซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด พบว่าด้านสภาพการทำงานอยู่ในระดับสูง (กฤตภาทิน มิ่งโสภา, บุญกร วัฒนบุตร และวิโรจน์ หมั่นเทพ, 2564) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าแรงจูงใจด้านความมั่นคงในการทำงาน ($\beta = 0.821$) ($Sig. = 0.000*$) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดรองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบในงาน ($\beta = -.274$) ($Sig. = 0.000*$) และด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ($\beta = 0.262$) ($Sig. = 0.000*$) ตามลำดับ พนักงานที่รู้สึกมั่นคงในงานและมีโอกาสรับผิดชอบงานสำคัญมักจะผูกพันกับองค์กรสูง

ส่วนด้านเงินเดือนและสวัสดิการและการได้รับการยอมรับนับถือ ไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการวิเคราะห์แรงจูงใจด้านเงินเดือนไม่มีนัยสำคัญ ($\beta = 0.074$) ($Sig. = 0.171$) แต่ไม่ได้อยู่ในระดับต่ำมาก กล่าวคือด้านค่าตอบแทนอาจได้รับการตอบสนองเพียงพอจนไม่ได้ส่งผลผลการวิจัยจากการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อำเภอเจริญศิลป์ จังหวัดสกลนคร (ปฐุมกร ทิพลีศ, 2564) พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อำเภอเจริญศิลป์ จังหวัดสกลนครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 3.98$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านค่าตอบแทนและรายได้ ($X = 3.04$) (กฤตภาทิน มิ่งโสภา, 2566) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค่าจูงในภาพรวมของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัย

เอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ($X = 3.15, S.D. = .935$) ส่วนแรงจูงใจด้านการยอมรับนับถือ ($\beta = 0.017$) (Sig. = 0.797) ซึ่งให้เห็นว่าพนักงานยังต้องการได้รับการยอมรับและเห็นคุณค่าจากองค์กรมากขึ้น เพื่อกระตุ้นความผูกพันเชิงอารมณ์ การได้รับการยอมรับทั้งจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานจะทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและอยากอยู่ร่วมต่อไป บริษัทยังอาจเสริมด้านการยกย่องชมเชยและการเห็นคุณค่าพนักงานให้มากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันเชิงอารมณ์และอยากอยู่กับองค์กรร่วมนานยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของภุริวิชัย โทสุรินทร์ (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันองค์กรของข้าราชการครูโรงเรียนในสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในปฏิบัติงานของข้าราชการครู พบว่าแรงจูงใจด้านการได้รับการยอมรับเป็นมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

ทั้งนี้โดยภาพรวมสามารถอธิบายได้ว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจสูงในด้านการสภาพการทำงานและบรรยากาศการทำงานที่ดี ทำงานตามความถนัดจนสำเร็จและเห็นโอกาสก้าวหน้าในสายอาชีพ มักจะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงตามไปด้วย

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจน: ควรวางแผนพัฒนาอาชีพและโอกาสเลื่อนตำแหน่งสำหรับพนักงานแต่ละระดับอย่างโปร่งใส มีระบบ Mentorship หรือ Training ที่ช่วยให้พนักงานเห็นเส้นทางเติบโตของตนได้อย่างเป็นรูปธรรม เพราะเมื่อพนักงานมองเห็นอนาคตและรู้ว่าจะเติบโตในองค์กรได้ เพื่อดึงดูดให้พนักงานอยากอยู่ทำงานต่อและผูกพันกับองค์กรมากขึ้น

2. รักษาและพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีอยู่เสมอ: ควรใส่ใจสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ที่ทำงานสะอาด มีอุปกรณ์การทำงานพร้อมใช้งาน ทันสมัย สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานและสังคมที่ทำงานที่ปลอดภัย ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกสบายใจและมีความสุขในการมาทำงานทุกวัน บรรยากาศที่ดีจะช่วยเพิ่มทั้งประสิทธิภาพและความผูกพันของพนักงาน

3. ส่งเสริมวัฒนธรรมการให้คุณค่าและยอมรับในตัวพนักงาน: ควรให้ความสำคัญกับการชมเชยและยกย่องพนักงานที่ทำงานได้ดีหรือทุ่มเท เช่น การให้รางวัลเล็กๆ น้อยๆ หรือชมเชยในที่ประชุม โดยสิ่งเหล่านี้จะทำให้พนักงานรู้สึกว่าบทบาทของตนมีคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จองค์กร กระตุ้นความผูกพันทางใจให้อยากอยู่กับองค์กรไปนานๆ

4. มอบหมายงานที่ท้าทายและฉลองความสำเร็จร่วมกัน ควรออกแบบงานให้มีความท้าทายเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของพนักงาน เพื่อไม่ให้รู้สึกเบื่อหรือหยุดพัฒนา รวมถึงเมื่อทีมงานบรรลุเป้าหมายหรือทำโครงการสำเร็จ ผู้บริหารควรเฉลิมฉลองความสำเร็จนั้นร่วมกับพนักงาน เช่น การจัดงานเลี้ยงหรือประกาศความสำเร็จให้ทุกคนรับรู้ การได้ทำงานที่ท้าทายและได้รับการยอมรับในความสำเร็จจะยังสร้างแรงผลักดันและความผูกพันให้พนักงานอยากสร้างผลงานที่ดีต่อไป

8.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่าง งานวิจัยต่อไปควรขยายขอบเขตไปศึกษาใน อุตสาหกรรมหรือประเภทองค์กรอื่น เช่น ภาครัฐ หน่วยงานราชการ หรือองค์กรอื่นๆ รวมถึงศึกษาต่างประเทศที่หรือต่างวัฒนธรรมองค์กร เช่น เปรียบเทียบบริษัทในเขตเมืองกับชนบท องค์กรขนาดใหญ่กับขนาดเล็ก เพื่อดูว่าแรงจูงใจแบบใดมีผลต่อความผูกพันในบริบทที่หลากหลายแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยจะช่วยให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจกับความผูกพันในองค์กรที่กว้างขึ้น

2. สามารถพิจารณาใช้วิธีการเชิงคุณภาพมาเพิ่มเติมในวิธีวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานหรือ Mixed Method เพื่อศึกษามุมมองเชิงลึกว่าปัจจัยที่สำคัญส่งผลต่อความผูกพัน หรือค้นหาปัจจัยแฝงอื่น ๆ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ

9. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ศิริรัตน์. (2557). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดที่ทำการปกครองจังหวัดจันทบุรี.

(งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

กฤตภาลิน มิ่งโสภา, บุษกร วัฒนบุตร, และ วิโรจน์ หมั่นเทพ. (2566). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 12(3), 31–50.

บุศราคม รักท้วม. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงพยาบาล

บางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

ปาริฉัตร สุรเดช และ กฤษฎา มุฮัมหมัด. (2560). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันกับองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยรังสิต. ใน รายงานการประชุมการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12 ปีการศึกษา 2560 (หน้า 274–287). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

พิราวรรณ กิตติสกุล. (2565). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในงาน ความพึงพอใจในงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อ

องค์กรของพนักงาน (กรณีศึกษา: พนักงานบริษัทนำเข้าและจำหน่ายเครื่องพิมพ์ในกรุงเทพและ
ปริมณฑล). (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

เพชรวิภา ช่างเก็บ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน Generation Z

ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุกัญญา จันทรมณี. (2557). แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ

พนักงาน บริษัท ฮานา เซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อนันต์ธนา สามพุ่มพวง. (2558). แรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขต

พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิณห์จุฑา นิ่มนวล. (2561). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

กรณีศึกษา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดตรัง [สารนิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์].

จิตาภัทร ทูทุมมา. (2563). แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้

แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด [สารนิพนธ์การจัดการ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล].

รัชฎ์ลักษณ์ สุขงาม. (2560). ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทเอมอร์

เอ็นจิเนียริ่ง เซอร์วิส จำกัด [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์].

ปฎิมากร ทิพลีศ. (2564). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริม

ศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อำเภอเจริญศิลป์ จังหวัดสกลนคร [วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร].

ปรีชาติ พันธุ์ปลิงห้. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานในเทศบาลเมือง จังหวัดชลบุรี

[วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].

มณีนรัตน์ ทองอิน. (2564). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].

ลลิตา จันทรงาม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงาน

ใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล [การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

กวีวิษณุ โทสุรินทร์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของ

ข้าราชการครูโรงเรียนในสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].

วรินทร์ วรรณอารีย์. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของเจ้าหน้าที่ธุรการ

สำนักงานอัยการในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา [การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

กฤตภาคิน มิ่งโสภา, & ณกมล จันทรสม. (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน. วารสาร

วิทยาการจัดการปริทัศน์, 23(2), 209–222.

มฤดี ปุริเส, สุมิตรา ยาประดิษฐ์, พีระฉัตร คชลี, จันจิรา เผือกแสงทิพย์, & วิจิตรา พนมทิพย์ทศพล. (2565).

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 8(1), 270–285.

ประคัลภ์ ปัทมพลึงกูร. (2559). เครื่องมือในการบริหารค่าตอบแทนโบนัส ค่าจ้างจูงใจผลงาน [บทความ

ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2568, จาก <https://prakal.wordpress.com>

Orawan. (2561). ธุรกิจความงามยังติดปีกแต่ต้องแกร่งพอที่จะบินฝ่า Digital Disruption ให้ได้ [บทความ

ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2568, จาก <https://marketeeronline.co/archives/118113>

Phawanthaksa. (2562). ปี 62 โอกาสของธุรกิจเครื่องสำอางและสกินแคร์ [บทความออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ

1 มีนาคม 2568, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/218721>

Work Point Today. (2562). เช็ก 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง และเสี่ยงดาวร่วง ปี 2563 เทรนด์ออนไลน์มาแรง

[ข่าวออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2568, จาก <https://workpointnews.com/2019/12/18/rising-star-business-2020/>

Turnover Rate อัตราการลาออกของพนักงาน สำคัญไหนต่อองค์กร

[บทความออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2568, จาก <https://th.hrnote.asia/personnel-management/turnover-rate-240712>

รู้ก่อนจะสายไป 10 เหตุผลที่พนักงาน say goodbye องค์กร และ How to มัดใจทาเลนต์ให้อยู่หมัด

[บทความออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568, จาก [https://www.workventure.com/blog\](https://www.workventure.com/blog/)

10 สวัสดิการ คนทำงานต้องการมากที่สุด ‘ประกันสุขภาพ’ มาแรง

[บทความออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2568, จาก <https://marketeeronline.co/archives/81437>