



**อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร
บริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี**

**The Influence of Organization Culture on Employees of Organization
Commitment in Electrical Appliance Parts Manufacturing Company in
Pathum Thani Province : Case study of ABC Company
in Pathum Thani Province**

เสนอ

อาจารย์ ดร.ทิพชญา พึ่งชาญชัยกุล

โดย

นายฐิติฉัตรย์ ฟองรานนท์

รหัสนักศึกษา 6614082018

รุ่นที่ 20

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร
บริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

The Influence of Organization Culture on Employees of Organization
Commitment in Electrical Appliance Parts Manufacturing Company in
Pathum Thani Province : Case study of ABC Company
in Pathum Thani Province

นายจิตรินัย ฟองรณนถ์

รหัสนักศึกษา 6614082018

การประเมินผลได้เกรด



อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คำปฏิญาณตน

ข้าพเจ้า.....นายฐิติธัญย์ ฟองรณนที.....รหัสนักศึกษา.....6614082018.....

ขอรับรองว่า รายงานการค้นคว้าอิสระและบทความวิจัย เรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เป็นผลงานเขียนของข้าพเจ้า หากมหาวิทยาลัยได้รับการร้องเรียนจากเจ้าของผลงาน หรือภายหลังได้ตรวจสอบพบว่า เป็นเอกสารที่ลอกเลียนจากเอกสารของผู้อื่น หรือจากแหล่งใดแห่งหนึ่ง หรือรวมถึงการให้ผู้อื่นจัดทำ ไม่ว่าจะมีความตอบแทนหรือไม่ก็ตาม ข้าพเจ้ายอมที่จะให้มหาวิทยาลัยเพิกถอนปริญญาบัตรของข้าพเจ้า และข้าพเจ้ายินยอมรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว โดยไม่ขอหักท้วงแต่ประการใด

เพื่อเป็นหลักฐานแห่งคำปฏิญาณและคำรับรองข้างต้น จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ

ลงชื่อ.....นายฐิติธัญย์ ฟองรณนที.....

(.....)

รหัสนักศึกษา.....6614082018.....

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิจัย : อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัย : นายฐิติพันธ์ ฟองรานนท์

ปี พ.ศ. : 2567

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการบริหารงานสำหรับผู้บริหารและการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับบุคลากรในองค์กร โดยทำการรวบรวมข้อมูลการออกแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างในบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form เป็นแบบสอบถามชนิดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.976 ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายข้อมูลเชิงพรรณนาของตัวแปรต่างๆ ในการวิจัย และวิธีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA: F-test สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และใช้สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) ในการทดสอบสำหรับสมมติฐานอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.7 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 47 มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 73.7 มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 39.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีตำแหน่งเป็นพนักงานประจำจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 78 นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาติ แบบปรับตัว แบบมุ่งเน้นความสำเร็จ และแบบลำดับชั้นอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมแบบเครือญาติมากที่สุด และมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่าวัฒนธรรมองค์กร 3 ด้าน ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาติและวัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ในขณะที่วัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กร, ความผูกพันต่อองค์กร

ABSTRACT

Research Paper Title: The Influence of Organization Culture on Employees of Organization Commitment
in Electrical Appliance Parts Manufacturing Company in Pathum Thani Province:
Case study of ABC Company in Pathum Thani Province

Researcher : Mr.Thitithan Phongranon

Year: 2024

This research aims to study the influence of organizational culture on organizational commitment of personnel in an electrical appliance parts manufacturing company in Pathum Thani Province in order to present it as a management guideline for executives and human resource management in order to create appropriate development for personnel in the organization by collecting data through an online questionnaire. Sample group in an electrical appliance parts manufacturing company in Pathum Thani Province: A case study of ABC Company in Pathum Thani Province, totaling 300 samples. The research instrument used was an online questionnaire using Google Form, which was a 5-level rating scale questionnaire created by the researcher with a reliability of 0.976. Descriptive statistics were used to analyze the data, using statistics, percentages, means, and standard deviations to describe the descriptive data of the various variables in the research. The method of comparing differences between more than 2 variables was done by using a One-way ANOVA: F-test to analyze demographic factors. Multiple Regression was used to test the hypothesis of the influence of organizational culture on organizational commitment and analysis of variance at a significance level of 0.05

The research results found that the majority of the sample group was female, accounting for 49.7 percent. The majority of the sample group was 18-30 years old, accounting for 47 percent. They were single, accounting for 73.7 percent. They had an education level lower than or equivalent to high school/vocational certificate, accounting for 39.7 percent. They had an average monthly income of 15,000-25,000 baht. Most of them had worked for 1-5 years, accounting for 57.7 percent. They were permanent employees, accounting for 234 people, accounting for 78 percent. In addition, it was found that the sample group had a high level of opinions on the organizational cultures of kinship, adaptation, achievement-oriented, and hierarchical. The highest level of opinions on kinship culture was found. The highest level of opinions on overall

organizational commitment was found. It was found that 3 aspects of organizational culture, consisting of adaptation culture, kinship organizational culture, and achievement-oriented organizational culture, affected personnel's organizational commitment. Meanwhile, hierarchical organizational culture had no relationship with organizational commitment.

Keywords: Organizational Culture, Employee Engagement

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.ทิพชญา พิงชาญชัยกุล อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังขอขอบพระคุณ คณาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ในแขนงต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูล และความคิดเห็นผ่านการตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึง กำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ เป็นอย่างดี จากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ตลอดจนเจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นแนวทางการบริหารงานด้านต่าง ๆ ภายในองค์กรที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับบุคลากรในองค์กร ตลอดจนบุคคลอื่นๆ ที่สนใจ

นายฐิติธันย์ ฟองรณนัท

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	1
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	2
กิตติกรรมประกาศ	4
สารบัญตาราง	8
สารบัญภาพ	11
 บทที่ 1 บทนำ	 12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	12
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	13
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	13
1.4 สมมติฐานการวิจัย	14
1.5 นิยามคำศัพท์	14
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	15
 บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 16
2.1 ประวัติความเป็นมา	16
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร	20
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	26
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	33
 บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	 34
3.1 ประเภทของการวิจัย	34

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	36
3.3.1 ลักษณะเครื่องมือ	36
3.3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	37
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	39
3.5.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา	39
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน	40
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร	45
4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร	46
4.2.4 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความผูกพันต่อองค์กร	47
4.2.5 การวิเคราะห์สมมติฐานอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร มีผลกระทบ	57
ในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วน	
เครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	61
5.1 สรุปผลการวิจัย	61
5.1.1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	61
5.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร	62
5.1.3 ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร	62
5.1.4 ผลการวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรโดยรวมของ	63
อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ	

บุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

5.2 อภิปรายผลการศึกษา	63
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป	64
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก ก	69
รายนามผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ	70
ภาคผนวก ข	71
ผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC	72
ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือ	76
ภาคผนวก ค	77
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	78
ประวัติผู้เขียน	83

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ขนาดตัวอย่างและความเหมาะสมของการวิเคราะห์	35
3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	38
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	42
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	43
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	43
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	44
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน	45
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากร บริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม	45
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม	46
4.10 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน	47

4.11 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุที่ต่างกัน	48
มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน	
4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับอายุต่อความผูกพันต่อองค์กร	48
ด้วยวิธี LSD	
4.13 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพที่ต่างกัน	49
มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน	
4.14 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	50
ที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน	
4.15 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ที่ต่างกัน	51
มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน	
4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับรายได้ที่ต่างกันต่อ	52
ความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD	
4.17 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระยะเวลาใน	53
การปฏิบัติงานที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน	
4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับระยะเวลาในการปฏิบัติ	54
งานที่ต่างกันต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD	
4.19 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน	55
ที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน	
4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับตำแหน่งงานปัจจุบัน	56
ที่ต่างกันต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD	
4.21 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	57
4.22 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (ANOVA)	57

4.23 การวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปร โดยรวมของ 58

อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

บริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษา

บริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จากกลุ่มประชากร 300 คน

จำแนกเป็นรายด้าน

4.24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบ 59

ในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

สารบัญภาพ

ภาพที่

1.1	ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า	17
1.2	ยอดขายผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ	18
1.3	มูลค่าตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าของอาเซียน	19
1.4	สัดส่วนการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของสหรัฐฯ	19
2.1	ตัวแบบวัฏจักรนวัตกรรมองค์กร	25
4.1	แสดงอิทธิพลของวัฏจักรนวัตกรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	60
	ของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	
	: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว องค์กรต่างๆต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นและความท้าทายใหม่ๆ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่หดตัว พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวด้านการทำงานหรือเปลี่ยนรูปแบบการทำงานจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ผลกระทบทางภูมิรัฐศาสตร์ รวมถึงนโยบายกีดกันการค้าโดยการขึ้นภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ

การรักษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กรนั้น ไม่สามารถพึ่งพาเพียงแค่กลยุทธ์ทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องมีการสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) ที่เหมาะสม รวมถึงการส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความสามารถให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันและรักษาความยั่งยืนไว้ได้

วัฒนธรรมองค์กร เป็นหัวข้อที่ได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวาง และหลายครั้งได้นำมาทำการศึกษา กลุ่มบุคคลภายในองค์กร การสื่อสารหรือการทำงานร่วมกันของบุคคลภายในองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางทางวัฒนธรรมขององค์กรดังกล่าว นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงหรือผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดวัฒนธรรมขององค์กร มักมีคำถามที่ว่าทำไมวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรต่างๆ จากมุมมองของนักวิจัยและทฤษฎีที่มีอยู่มากมาย ความสำเร็จขององค์กรใดๆ ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมที่แตกต่าง ซึ่งได้รับการพัฒนาโดยผู้นำองค์กรหรือเป็นผลมาจากความท้าทายและความใส่ใจในส่วนของจัดการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ วัฒนธรรมองค์กรที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นนั้นสามารถดูได้จากความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร และขณะที่กลยุทธ์ขององค์กรพัฒนาไปพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี วัฒนธรรมองค์กรจึงถือเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถที่สำคัญของบุคลากรและองค์กร เพื่อให้บุคลากรเกิดการแข่งขันใน สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วัฒนธรรมองค์กรที่ได้รับการพัฒนาแล้วมีการหล่อหลอมเป็นหนึ่งเดียว จะเป็นส่วนช่วยลดปัญหาความหลากหลายของบุคลากรตามช่วงอายุ และก่อให้เกิดเป้าหมายร่วมกันไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรในอนาคต (ปรารธนา ผกาแก้ว, 2561)

ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) หมายถึง ความรู้สึกด้านบวกของพนักงานที่มีต่อองค์กร ซึ่งความผูกพันนี้อาจเกิดขึ้นได้ในหลายกรณี แตกต่างกันไปแต่ละบุคคล เช่น ความผูกพันต่อ

องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน ซึ่งมีลักษณะของความสัมพันธ์อันแนบแน่น และเป็นไปในทิศทางที่ดี โดยแสดงออกมาในรูปแบบของการทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้วยความเต็มใจในการปฏิบัติงาน การยอมรับเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร การมีส่วนร่วมและการเป็นสมาชิกขององค์กร บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรเสมอ (ทิพย์ชนก เสนผดุง, 2563)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท จึงมีความสำคัญ เพราะสามารถช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงปัจจัยที่ทำให้บุคลากรรู้สึกเชื่อมโยงกับองค์กร และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรให้เหมาะสมกับการทำงานในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรรักษามูลค่าที่มีคุณภาพรวมถึงสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีเพื่อความสำเร็จและยั่งยืนขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 300 คน เป็นบุคลากรทั้งหมดในบริษัท

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable)

วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่

1. วัฒนธรรมแบบเครือญาติ

2. วัฒนธรรมแบบปรับตัว

3.วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ

4.วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable)

ความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

1. ความผูกพันด้านจิตใจ
2. ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร
3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้เวลาศึกษาระหว่างเดือน เมษายน พ.ศ.2568 ถึง เดือน มิถุนายน พ.ศ.2568

สมมติฐานการวิจัย

1.วัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

นิยามศัพท์

สำหรับการศึกษาวิจัยนี้มีคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องและปรากฏอยู่ในอยู่ในเนื้อหางานวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันของผู้คนที่ศึกษางานวิจัยนี้และผู้วิจัย ทางผู้วิจัยจึงขออธิบายคำศัพท์และนิยามความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. บุคลากร หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานภายในบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

2. วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) หมายถึง สิ่งเชื่อมโยงทางสังคม ที่เชื่อมผู้คนในสังคมนั้นเข้าด้วยกันและทำให้สมาชิกของสังคมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่มีประสบการณ์ร่วมภายในองค์กรนั้น

วัฒนธรรมแบบเครือญาติ หมายถึง องค์กรที่มีลักษณะคล้ายครอบครัวที่มีความเป็นมิตรต่อกันและมีความคิดและความเห็นร่วมกันของบรรดาสมาชิก

วัฒนธรรมแบบปรับตัว หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถในการปรับตัว การยืดหยุ่นของการทำงาน และความคิดสร้างสรรค์

วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ หมายถึง องค์กรที่มีการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ความสำเร็จตามเป้าหมาย และให้ความสำคัญกับลูกค้า

วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น หมายถึง องค์กรที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพ มีโครงสร้างการบริหารงานที่เป็นทางการสูง มีนโยบายที่ชัดเจน

3. ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรต่อองค์กร ว่ามีความภูมิใจและเห็นคุณค่าในงานที่ทำพร้อมที่จะทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจให้อย่างเต็มที่

ความผูกพันด้านจิตใจ หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกรักในองค์กร มีความสุขที่ได้ทำงานในองค์กร มีความรู้สึกที่ตนเองมีส่วนร่วมในความสำเร็จขององค์กร โดยคิดว่าเป็นครอบครัวของตนเอง

ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร หมายถึง การรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่ได้จากงานต่อไปในองค์กร มีความรู้สึกว่ารายได้, สิทธิประโยชน์ และรางวัลที่ได้รับมีคุณค่าสูงกว่าที่จะออกไปจากองค์กร

ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน หมายถึง ความรู้สึกถึงบุญคุณที่ได้รับจากองค์กรที่ตนเองอยู่ ความรู้สึกที่ตนเองทำไม่ถูกต้องหากลาออกจากองค์กรไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อให้ผู้ที่สนใจ หรือผู้ทำวิจัย นำข้อมูลไปใช้ในการทำงานต่อ ยอดต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัท ผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ประวัติความเป็นมา

อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย

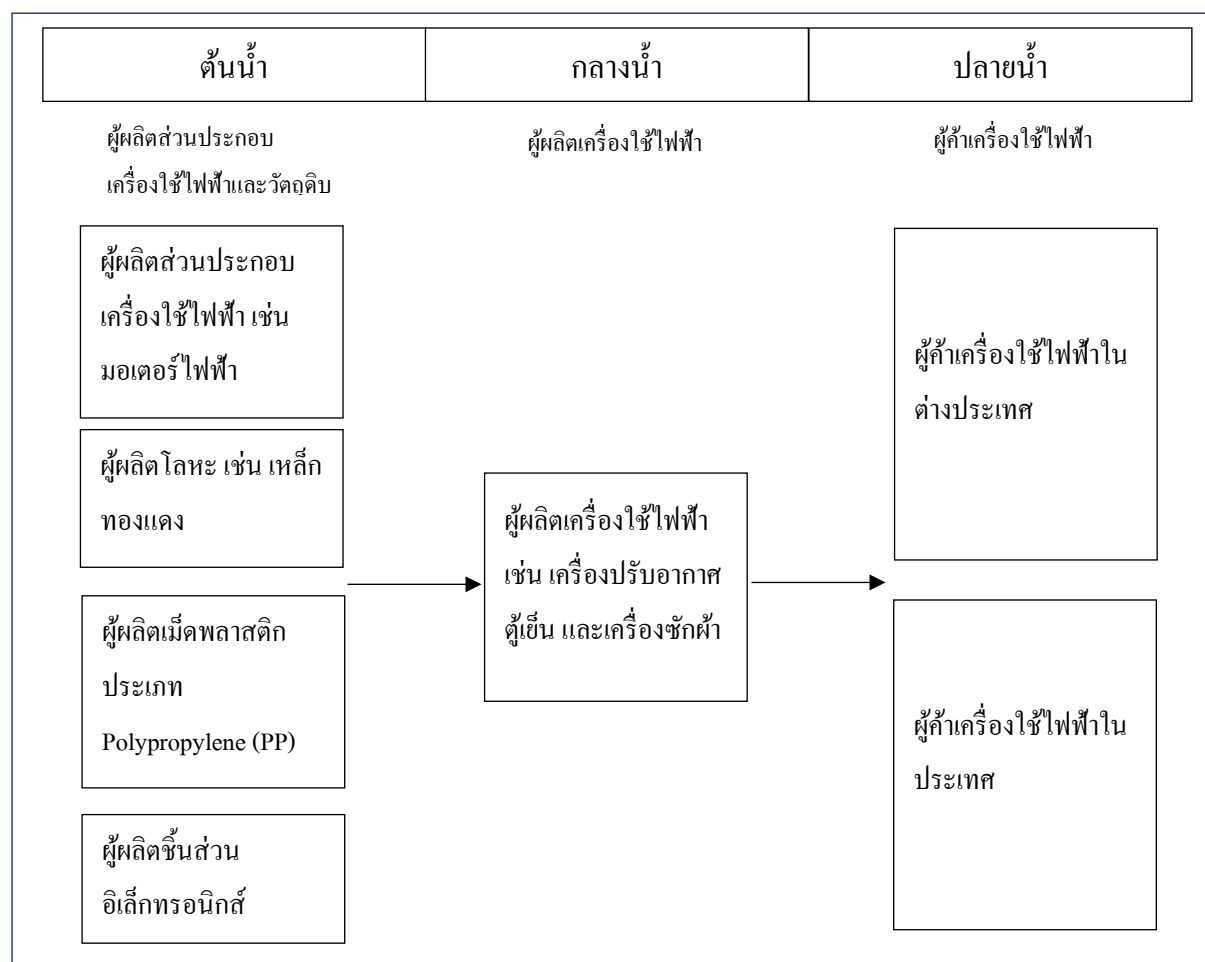
อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์และชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญของประเทศไทย มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจและการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งมีผู้ประกอบการจากต่างประเทศต่างให้ความสนใจเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีน ที่ย้ายฐานการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์และชิ้นส่วนฯ หลายรายการเข้ามา เนื่องจากเผชิญปัญหาการแข่งขันและต้นทุนการผลิตภายในประเทศสูงจึงหาฐานการผลิตใหม่ ในประเทศที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทยมีพัฒนาการมากกว่า 60 ปี โดยรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ ส่งผลให้มีการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและพัฒนาการผลิตชิ้นส่วนฯ ตามมา ช่วงปี 2503-2514 ภาครัฐส่งเสริมการลงทุนผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยเป็นการนำเข้าชิ้นส่วนฯ มาประกอบและส่วนใหญ่เป็นการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เป็นต้น (Wanna Yongpisanphob. 31 พฤษภาคม 2564).

ตั้งแต่ปี 2515 ถึงปัจจุบัน รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อส่งออก โดยในปี 2530 เหตุการณ์ Plaza Accord โดยข้อตกลง Plaza Accord เกิดขึ้นเมื่อปี 2528 ซึ่งเป็นผลจากทั่วโลกได้รับผลกระทบจากนโยบายเศรษฐกิจอ่อนปรนของรัฐบาลญี่ปุ่นหนุนให้เงินเยนอ่อนค่า ทำให้ญี่ปุ่นส่งออกได้มากและเกินดุลการค้าทั่วโลก ประเทศสมาชิกกลุ่ม G5 ประกอบด้วยสหรัฐฯ อังกฤษ เยอรมนี และฝรั่งเศส

จึงกดดันให้ญี่ปุ่นปรับค่าเงินเยนให้แข็งขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นจนบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นต้องย้ายฐานการผลิตออกนอกประเทศ เพื่อลดต้นทุนการผลิตและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพการเติบโตสูง อีกทั้งมีความได้เปรียบจากการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน หลังการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ในปี 2547 นอกจากนี้ในช่วงเวลานั้นไทยยังมีต้นทุนค่าแรงที่ต่ำ จึงดึงดูดบริษัทข้ามชาติให้เข้ามาตั้งฐานผลิตในไทยเพิ่มขึ้น โดยมีทั้งบริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า (อาทิ คอมเพรสเซอร์มอเตอร์ ไซโคล หลอดภาพโทรทัศน์ ลำโพง เป็นต้น) รวมถึงชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในส่วนประกอบของเครื่องใช้ไฟฟ้า [อาทิ แผ่นวงจรพิมพ์ (Printed Circuit Board: PCB) แผงวงจรไฟฟ้า (Integrated Circuits: IC) ตัวเก็บประจุไฟฟ้า (Capacitor)] ส่งผลให้เกิดการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าของไทยจนถึงปัจจุบัน (Wanna Yongpisanphob, 31 พฤษภาคม 2564).

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจ

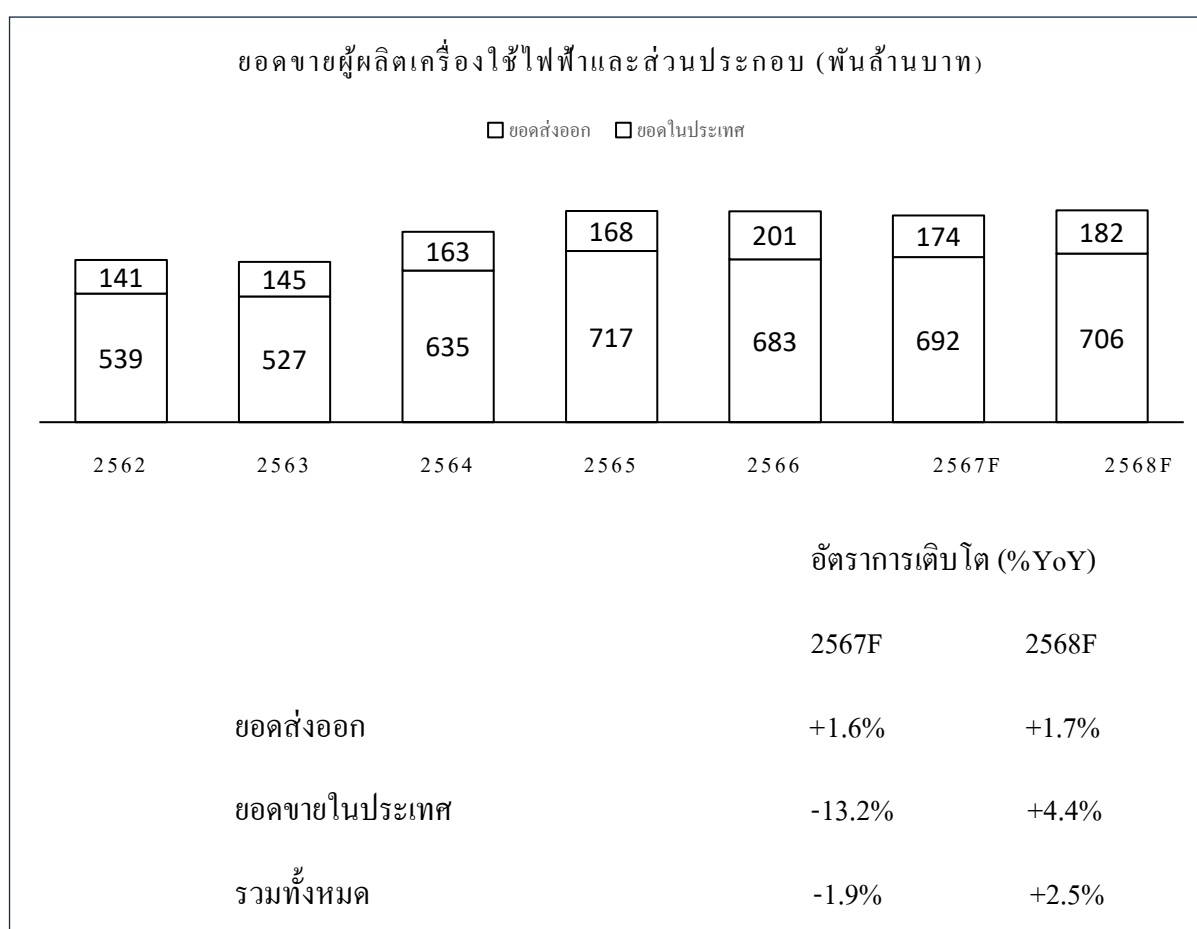
ภาพ 1.1 : ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า



ที่มา : พงษ์ประภา นภาพฤกษ์ชาติ. (11 ธันวาคม 2567). แนวโน้มธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า.

รายได้ของธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าประกอบด้วย ยอดขายจากผู้ประกอบการ 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ผลิตส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า และ 2) ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า บทความนี้จะวิเคราะห์เฉพาะยอดขายของผู้ผลิตส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น มอเตอร์ไฟฟ้า คอมเพรสเซอร์ และผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า

ภาพ 1.2 : ยอดขายผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ (พันล้านบาท)

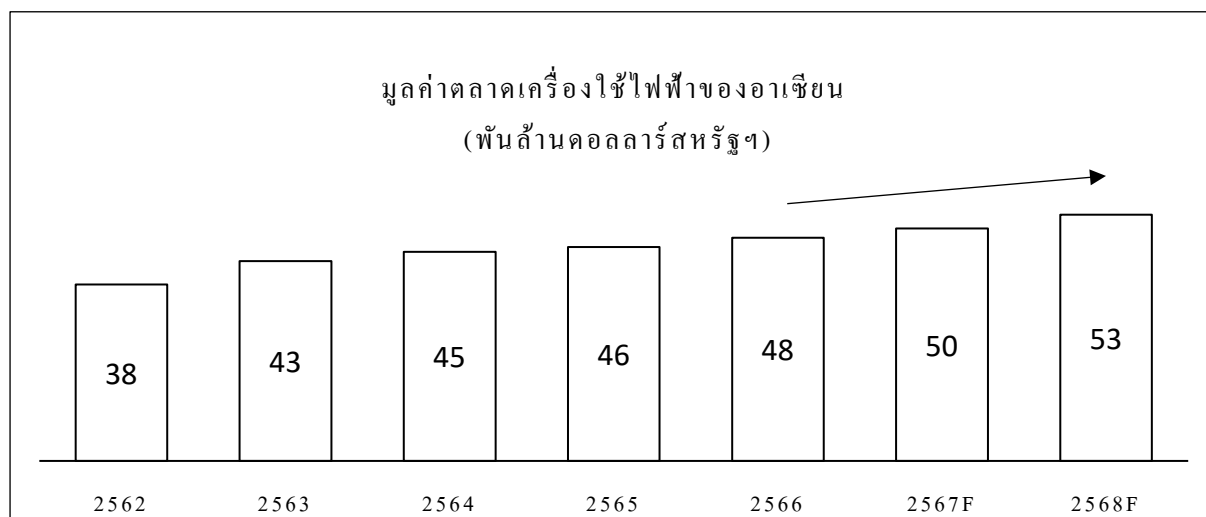


ที่มา : พงษ์ประภา นภาพฤกษ์ชาติ. (11 ธันวาคม 2567). แนวโน้มธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า.

เมื่อพิจารณาเฉพาะยอดส่งออกและยอดขายในประเทศของผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ในปี 2566 จะพบว่า รายได้จากการส่งออกไปยังต่างประเทศ มี สัดส่วนราว 77% และยอดขายในประเทศมี สัดส่วนราว 23% โดยในช่วงปี 2567-68 ยอดขายโดยรวมของ ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบคาดว่าจะหดตัว 1.9%YoY ซึ่งเป็นผลจากตลาดที่อยู่อาศัยที่มีแนวโน้มหดตัวในปี 2567 ก่อนที่จะกลับมาฟื้นตัว

เพิ่มขึ้น 2.5%YoY ใน ปี 2568 โดยมี ปัจจัยหนุนจากยอดส่งออกคาดว่าจะยังเติบโตต่อเนื่องที่ 1.7%YoY จากตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าของอาเซียนที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง

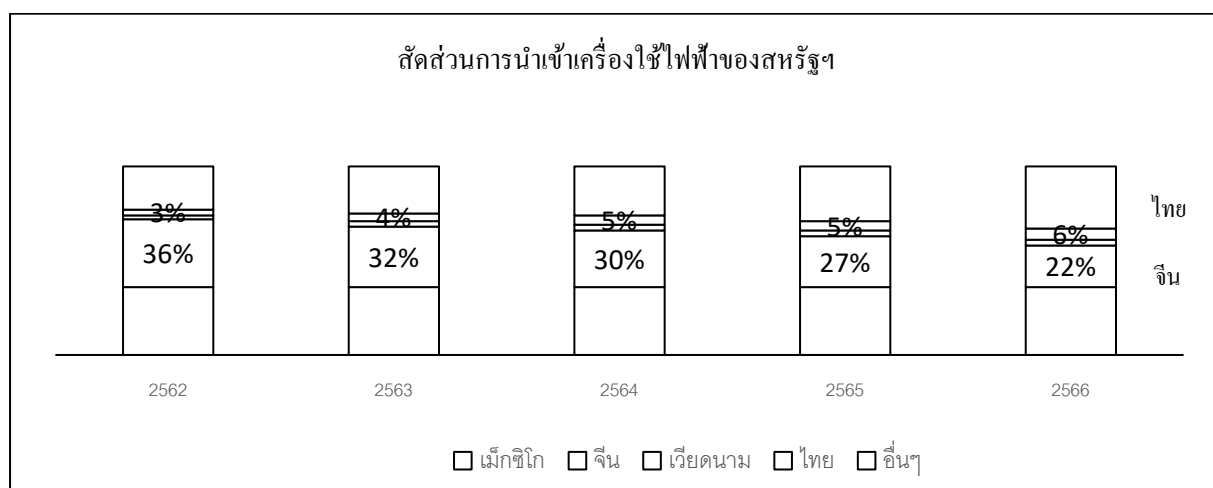
ภาพ 1.3 : มูลค่าตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าของอาเซียน (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา : พงษ์ประภา นภาพฤกษ์ชาติ. (11 ธันวาคม 2567). แนวโน้มธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า.

รวมทั้งยังมีปัจจัยหนุนจากการที่ไทยสามารถส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าไปยังสหรัฐฯ ทดแทนเงินได้มากขึ้น หลังจากสหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมากกว่าประเทศอื่นๆ

ภาพ 1.4 : สัดส่วนการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของสหรัฐฯ



ที่มา : พงษ์ประภา นภาพฤกษ์ชาติ. (11 ธันวาคม 2567). แนวโน้มธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า.

จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ วันที่ 12 มิถุนายน 2567 ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) พบว่า ช่วง 5 เดือนแรกของปี (ม.ค.-พ.ค.67) มีโรงงานปิดกิจการ 488 โรงงาน ขณะเดียวกันมีโรงงานเปิดกิจการใหม่ 848 โรงงาน โดยจำนวนโรงงานเปิดใหม่สูงกว่า ปิดถึง 74% ขณะที่โรงงานเปิดใหม่มีเงินลงทุนถึง 149,889 ล้านบาท ในด้านการจ้างงานการเปิดโรงงานใหม่ มีการจ้างงานถึง 33,787 คน ซึ่งมีความต้องการแรงงานมากกว่า 21,236 คน เมื่อรวมกับโรงงานเดิมที่มีการขยายกิจการจะมีอีกจำนวนกว่า 126 แห่ง เกิดการลงทุนเพิ่มขึ้น 11,748 ล้านบาท และเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นกว่า 4,989 คน ทั้งนี้ ในกลุ่มโรงงานเปิดใหม่ที่มีเงินลงทุนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

- 1) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 29,644 ล้านบาท (เช่น อาหารสัตว์สำเร็จรูป)
- 2) กลุ่มเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี 18,474 ล้านบาท (เช่น ปุ๋ยเคมี)
- 3) กลุ่มผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ 12,378 ล้านบาท (เช่น PCB)

เมื่อพิจารณากลุ่มผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มกิจการที่อยู่ใน 3 อันดับแรกของมูลค่าเงินลงทุนสูงสุด พบว่ามีการเปิดกิจการใหม่ด้วยเงินลงทุน 12,378 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่เข้ามาเปิดกิจการใหม่ในไทยมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวทั้งด้านการลงทุนและการจ้างงาน แม้จะมีความท้าทายจากปัจจัยภายนอก แต่ก็ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต (สำนักข่าวอินโฟเควส. 26 มิถุนายน 2567).

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร

อัญชัย ยังบรรเทา และนภดล ร่มโพธิ์ (2556, อ้างถึงใน ประรณนา ผกาแก้ว, 2561) ได้อธิบายว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง แบบแผนความคิดความรู้สึกของสมาชิกในกลุ่มหนึ่งที่ได้รับการกำหนดร่วมกัน ซึ่งมีผลทำให้สมาชิก กลุ่มนั้นแตกต่างไปจากสมาชิกกลุ่มอื่น วัฒนธรรมองค์กรประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ พิธีกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ซึ่งแฝงด้วยค่านิยม ความเชื่อ สมมติฐานและความคาดหวังของคนที่มีต่อองค์กร วัฒนธรรมองค์กรรวมถึงบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิก และการแสดงตัวตนของสมาชิกในองค์กรต่อภายนอก ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นแนวทางสำคัญไปสู่ความเป็นองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรก็เป็นการรวมค่านิยมหลัก อันจะส่งผลไปยังโครงสร้างขององค์กรและการออกแบบการทำงาน รวมถึงแบบแผนในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร เป็นการแสดงถึงการร่วมรับรู้และความชัดเจนถึงบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน และการมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลของสมาชิกในองค์กร Arroba & Kim (1992, อ้างถึงใน ภราดี พิริยะพงษ์รัตน์ และคณะ, 2563) แนวคิดของ Schein (2004, อ้างถึงใน อัจฉรา ภาณุสานต์ และ อัครวรรณ์ แสงวิภาคม, 2565) ที่ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง แบบแผนของข้อสมมติฐานพื้นฐานที่มีการใช้

ร่วมกัน โดยจะได้รับการเรียนรู้จากองค์กร ซึ่งสามารถที่จะนำมาใช้แก้ไขปัญหาในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายนอก และการบูรณาการของสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเมื่อแบบแผนของข้อสมมติฐานพื้นฐานสามารถดำเนินไปในทางที่ดีและเป็นที่เหมาะสม แบบแผนดังกล่าวจึงได้รับการถ่ายทอดไปสู่สมาชิกใหม่ขององค์กรให้ได้รับทราบว่าเป็นแบบแผนที่ถูกต้องและเหมาะสมในการใช้เป็นแนวทางสำหรับการรับรู้การคิดและการรู้สึกที่เกี่ยวข้องต่อปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านั้นได้

รัตติกรณ จงวิศาล (2563, อ้างถึงใน ชาญจุฑา คำพิระ, 2566) นิยามเกี่ยวกับความหมายของวัฒนธรรมองค์กรไว้ว่า เป็นตัวกำหนดรูปแบบของวิถีปฏิบัติหรือวิถีแห่งการดำเนินชีวิตการทำงานของสมาชิกในองค์กร หรือ การประพฤติปฏิบัติตนของคนในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ทำให้องค์กรหนึ่ง มีความแตกต่างจากองค์กรอื่น รวมถึงเป็นรูปแบบความรู้สึกนึกคิด เป็นค่านิยม (Values) ที่ยึดถือร่วมกัน เป็นบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่ม และขนบธรรมเนียมประเพณี (Tradition) หรือเป็นแบบแผนพฤติกรรม ความเชื่อ สิ่งที่คาดหวังที่มีอยู่ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร และกลายเป็นรากฐาน ของระบบการทำงาน

Daniel (1990, อ้างถึงใน ผกามาศ เจียกสูงเนินและธนิษฐ์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ, 2023) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กรทำให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กรในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ การจรรโลงกักตุน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร การเปลี่ยนแปลงตนเองให้ เหมาะกับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในองค์กร และนอกองค์กร การวางตัวให้คงที่ในองค์กร เพื่อจะให้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานได้ดี และมีการกำหนดเป้าหมาย และแผนงานต่าง ๆ ในองค์กรที่ทำให้การปฏิบัติงานร่วมกันชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น ผู้นำองค์กรหรือผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร โดยการประเมินสภาพของวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอยู่ และ ประเมินความเหมาะสมหรือคุณค่าที่มีต่อองค์กร เพื่อจะได้สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นไปในแนวทางที่เหมาะสม เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร เพราะวัฒนธรรมในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงออกถึงพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

Cummings & Worley (2009, อ้างถึงใน ผกามาศ เจียกสูงเนินและธนิษฐ์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ, 2023) ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมองค์กรว่า เป็นแบบแผนของสิ่งประดิษฐ์ บรรทัดฐาน ค่านิยม และข้อสมมุติพื้นฐานเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่ดีและเหมาะสมเพียงพอที่จะนำมาสอนให้แก่ผู้อื่น วัฒนธรรมองค์กรเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจากทางเลือกและประสบการณ์จากการใช้กลยุทธ์และการออกแบบการทำงานในองค์กร ซึ่งลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรที่ทำให้มีประสิทธิภาพได้นั้น บุคลากรต้องมีความร่วมมือ ร่วมใจที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ กลายเป็นองค์กรที่มีความเจริญอย่างยั่งยืน จึงเป็นวิถีทางที่คนในองค์กรส่วนใหญ่ยึดถือ ประพฤติปฏิบัติและทำงานร่วมกัน

สรุปการทบทวนวรรณกรรม จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายได้ว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ บรรทัดฐาน พฤติกรรมที่มีร่วมกัน ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรจะทำให้เกิดรากฐานในการทำงาน ที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกัน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และถ่ายทอดต่อกัน มาจนเกิดเป็นแบบแผน

แนวคิดทฤษฎีของวัฒนธรรมองค์กร

Daft (1999, อ้างถึงใน กัญญภัคพิมพ์ บำเพ็ญ, 2559) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมองค์กรตามแนวคิด แบ่งออกได้เป็น 4 แบบได้แก่ 1) วัฒนธรรมองค์กรแบบญาติมิตร หมายถึงวัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นตอบสนองสภาพแวดล้อมภายใน และเน้นการยึดหยุ่น องค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบนี้จะเต็มไปด้วยมิตรสหาย ความสัมพันธ์ของพนักงานจะมีลักษณะเหมือนความสัมพันธ์กันภายในครอบครัว ค่านิยมที่มุ่งเน้น คือ ความร่วมมือ การคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อพนักงานและลูกค้า เน้นระบบเป็นธรรม และการตกลงร่วมกันซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 7 แบบย่อยได้แก่ มีค่านิยมเน้นคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อคนอื่น ความร่วมมือ ความเอื้ออาทร รักษาข้อตกลง ความเป็นธรรม ความเสมอภาคทางสังคม 2) วัฒนธรรมองค์กรแบบราชการ หมายถึง วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นสภาพแวดล้อมภายในและมีลักษณะที่ มีค่านิยมที่สำคัญ เช่น การประหยัด การเชื่อฟัง ทำตามกฎและระเบียบ ความเป็นทางการซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 7 แบบย่อย ได้แก่ มีค่านิยมเน้นความประหยัดและมีประสิทธิภาพ ระเบียบ คำสั่ง กฎเกณฑ์ การเชื่อฟัง ทำตามคำสั่ง ทำตามกฎระเบียบ 3) วัฒนธรรมองค์กรแบบการปรับตัว หมายถึง วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นกลยุทธ์และค่านิยมที่ยืดหยุ่น เพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมภายนอกพนักงานจะมีความเป็นตัวของตัวเองที่จะตัดสินใจได้โดยอิสระ เพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ๆ มีค่านิยม ความรับผิดชอบที่สูงยิ่งต่อลูกค้า ผู้นำองค์กรต้องสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลงโดยการกระตุ้นเร้าแรงและจูงใจพนักงาน สร้างสรรค์ระบบค่าตอบแทนใหม่ๆ มีการทดลองและมีความเสี่ยง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 7 แบบย่อยได้แก่มีค่านิยมที่ไม่ยึดติดกับกรอบแบบเดิม ๆ ผิดพลาดเป็นบทเรียน การสร้างสรรค์ใช้จินตนาการ ให้คิดนอกกรอบได้ ให้อิสระ ส่งเสริมให้ลองทำ และ 4) วัฒนธรรมแบบองค์กรมุ่งเน้นความสำเร็จ หมายถึงวัฒนธรรมแบบที่มีลักษณะที่สำคัญ มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ผู้นำองค์กรจะมุ่งเน้นความสำเร็จในเป้าหมายเฉพาะอย่าง เช่น มียอดขายเพิ่มขึ้น กำไร และส่วนแบ่งทางการตลาด เป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ มีค่านิยมที่สำคัญ เช่น การแข่งขัน ก้าวร้าว บุคคลที่มีความคิดริเริ่ม มีความตั้งใจที่จะทำงานหนักเพื่อในบรรลุผลลัพธ์ที่ได้วางไว้ รวมทั้งมีการแข่งขันซึ่งกันและกัน

Schein (1992, อ้างถึงใน ตติยา ฝาสุข, 2559) ได้แยกวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะแตกต่างกันไว้ 4 ประเภท ได้แก่ 1. วัฒนธรรมมุ่งอำนาจ (Power culture) คือ แบบแผนที่คนในองค์กรเรียนรู้ว่าผู้ที่มีความสามารถเท่านั้นที่จะสามารถเป็นผู้นำได้ และบุคคลในองค์กรจะได้รับการจูงใจ โดยการให้รางวัลและการลงโทษ 2. วัฒนธรรมมุ่งบทบาท (Role culture) คือ มีการระบุบทบาทและกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน และสร้างข้อตกลงในการอยู่ร่วมกัน สิ่ง que แสดงให้เห็นถึงลักษณะของวัฒนธรรมนี้ คือ การออกคำสั่ง ความมีเหตุมีผล

การแต่งตั้งตัวแทน การมีแนวโน้มที่จะต่อต้านการเปลี่ยนแปลง 3. วัฒนธรรมมุ่งความสำเร็จ (Achievement culture) คือ แบบแผน ความคิดพื้นฐานที่ทำให้คนในองค์กรมีความตั้งใจ มีแรงจูงใจ ที่จะผลักดันให้บุคคลทำในสิ่งที่ต้องการทำได้ มีความกระตือรือร้น และตั้งเป้าหมายในการทำงานให้สูงขึ้น 4. วัฒนธรรมมุ่งการสนับสนุน (Support culture) คือ แบบแผนของความคิดพื้นฐานที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกให้มีการตอบแทนกัน มีความไว้วางใจกัน และมีความสนใจในเรื่องสวัสดิภาพของผู้อื่น สมาชิกจะให้การลงมือหรือความขึ้นชอบส่วนตัวในการตัดสินใจเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง

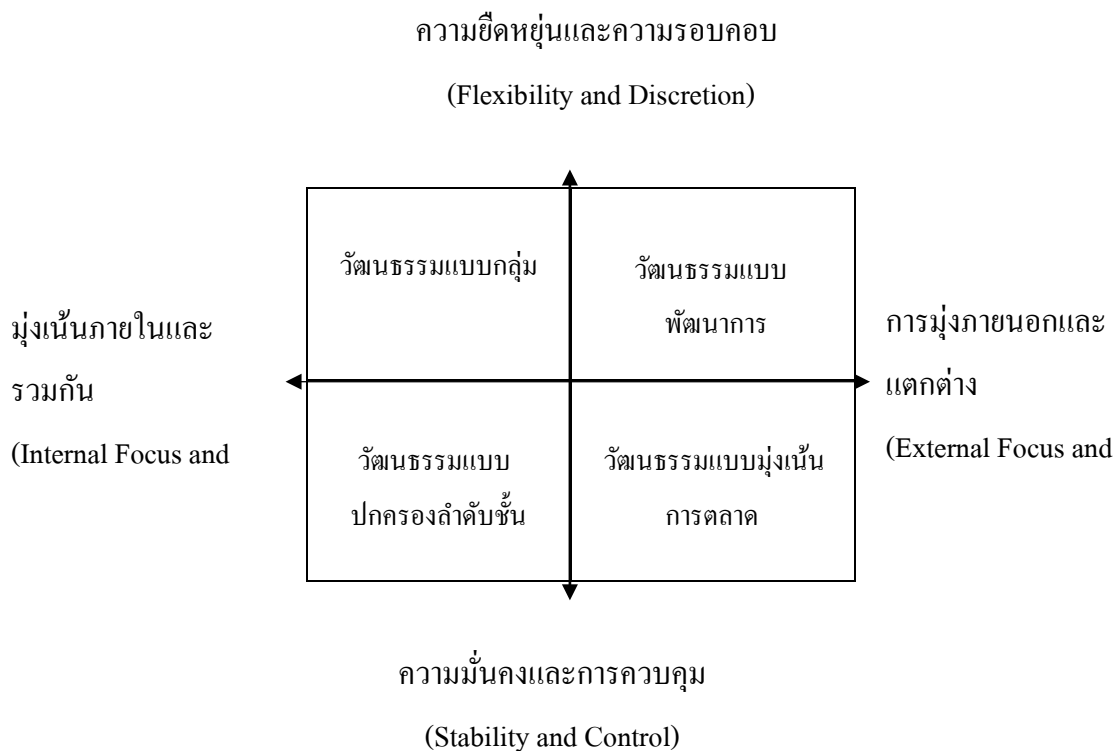
Cameron และ Quinn (2006, อ้างถึงใน นรภัทร พชรพรพรรณ, 2557) ได้พัฒนารอบของวัฒนธรรมองค์กรโดยสร้างขึ้นบนแนวความคิดของ Competing Values Framework (Quinn and Rohrbaugh, 1983: 369) ที่พัฒนาจากการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและตัวชี้วัดประสิทธิภาพขององค์กร โดยกรอบแนวความคิด Competing Value Framework นี้ประกอบขึ้นจากค่านิยมองค์กร สองด้าน ได้แก่ ค่านิยมที่หนึ่ง คือ ค่านิยมด้านกลยุทธ์ขององค์กรว่า มีการมุ่งเน้นภายในและการบูรณาการ (Internal Focus and Integration หรือ Internal) หรือมุ่งเน้นภายนอกและสร้างความแตกต่าง (External Focus and Differentiation หรือ External) โดยการมุ่งเน้นภายในและการบูรณาการ จะเป็นการทำความเข้าใจตนเองว่าองค์กรของตนมีศักยภาพด้านใด หรือให้ความสนใจในสิ่งที่ตนเองทำ ซึ่งส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากที่สุด ในทางตรงกันข้าม การมุ่งเน้นภายนอกจะเป็นการทำความเข้าใจบุคคลภายนอก เช่น ลูกค้าว่ามีความต้องการเช่นไรและตอบสนองความต้องการนั้น เพื่อให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ค่านิยมที่สอง คือ ค่านิยมด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรว่า องค์กรมีการบริหารแบบเน้นความยืดหยุ่น มีความเป็นปัจเจกมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผู้อื่น (Flexibility and Individuality หรือ Flexibility) หรือเน้นความมั่นคง มีการควบคุม (Stability and Control หรือ Control) โดยการการบริหารงานที่เน้นความยืดหยุ่นนั้นจะเน้นการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆอย่างรวดเร็ว และในทางตรงกันข้าม องค์กรที่มีการบริหารงานที่เน้นความมั่นคงนั้นจะคงไว้ด้วยระเบียบแบบแผนที่องค์กรกำหนดจากค่านิยมขององค์กร ทั้งสองด้านดังกล่าว ทำให้เกิดวัฒนธรรมซึ่งอ้างอิงเป็นวัฒนธรรม เด่น 4 ชนิด ได้แก่ วัฒนธรรมแบบราชการ (Hierarchy Culture), วัฒนธรรมแบบเน้นความสัมพันธ์ (Clan Culture), วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง (Adhocracy Culture) และวัฒนธรรมแบบการตลาด (Market Culture)

Cameron and Quinn (1999, อ้างถึงใน สุรางค์ทิพย์ ตันกุล, 2559) ได้พัฒนาจากงานวิจัยเรื่องตัวชี้วัดความมีประสิทธิภาพขององค์กร ประกอบด้วย 39 ตัวชี้วัด และนำไปวิเคราะห์เชิงสถิติ จึงสามารถแบ่งตัวชี้วัดออกเป็น 2 มิติใหญ่ และแบ่งเป็น 4 กลุ่มย่อย มิติแรกเกี่ยวกับด้านกลยุทธ์ คือ เน้นภายใน (Internal) และภายนอก (External) ส่วนมิติที่ 2 เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เน้นแบบมีความยืดหยุ่น (Flexibility) และแบบมีการควบคุม (Control) ดังนั้นจึงสามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม ได้แก่ วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น

(The Hierarchy Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นลำดับชั้นอย่างเป็นทางการในการบริหารงานภายในองค์กร โดยมีระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและแน่นอน ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรเกิดความมั่นคงและมีประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในองค์กร แต่ทั้งนี้เป็นการดำเนินการที่ล่าช้าและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่ยาก วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ (The Market Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความสำเร็จ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนโดยไม่ยึดกับอำนาจหรือกระบวนการ เน้นค่านิยมเรื่องการแข่งขันสูง ให้ความสำคัญกับการมอบหมายงาน วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (The Clan Culture, Family-type organization) เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร ผู้บริหารขององค์กรส่งเสริมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีความยืดหยุ่นสูงและเป็นมีความกันเอง เน้นความเป็นธรรมและความเท่าเทียมกัน อีกทั้ง สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกได้อีกด้วย และวัฒนธรรมแบบปรับตัว (The Adhocracy Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ให้อิสระแก่พนักงานในองค์กรในการปรับปรุงพัฒนาตนเอง ให้มีภาวะความเป็นผู้นำ และส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ จึงทำให้ผู้บริหารและพนักงานมีความกล้าเสี่ยง กล้าคิด โดยมุ่งเน้นความยืดหยุ่นและความสามารถในการสร้างโอกาสทางธุรกิจได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Cameron and Quinn, (1999, อ้างถึงใน ประรณนา ผกาแก้ว, 2562) ที่ได้พัฒนามาจากมุมมองในการแบ่งประเภทของวัฒนธรรมองค์กร มุ่งเน้นไปที่คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานขององค์กรโดยตรง ซึ่งได้พัฒนาทฤษฎีตัวแบบวัฒนธรรมองค์กรขึ้น มีชื่อเรียกว่า Competing Values Framework : CVF ซึ่งแบ่งตัวชี้วัดเป็น 2 ด้านใหญ่ ๆ ดังนี้

1.การบริหารจัดการที่เน้นการพัฒนาสภาพแวดล้อมขององค์กร (Internal Environment) หรือให้ความสำคัญกับปัจจัยและสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร (External Environment)

2.การบริหารจัดการกับระดับความยืดหยุ่น (Flexibility) หรือความมีเสถียรภาพ (Stability) ขององค์กร จากตัวชี้วัด 2 ด้านทำให้เกิดวัฒนธรรมองค์กร 4 แบบ แสดงดังรูป Competing Values Framework: CVF



ภาพที่ 2.1 ตัวแบบวัฒนธรรมองค์กร **Competing Values Framework (CVF)**. ปรับปรุงมาจาก แนวคิดตามวัฒนธรรมองค์กรของคาเมรอน และควินน์ (Cameron and Quinn, 1999).

วัฒนธรรมองค์กรตามแนวคิดของคาเมรอนและควินน์ (Cameron and Quinn, 1999) นั้นใช้คุณลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมองค์กร 2 ด้าน ได้แก่ ประการแรก คือ ความยืดหยุ่น (Flexibility) กับเสถียรภาพ (Stability) และประการที่สอง คือ การเน้นปัจจัยภายนอก (External Focus) และการเน้นปัจจัยภายใน (Internal Focus) ซึ่งทำให้แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 รูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบมีความหมายดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan Culture) หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถในการสร้างทีม เปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมของสมาชิก มุ่งเน้นหลักเมตตาธรรมบนการมีส่วนร่วมของบุคลากร, ความผูกพัน, และสนับสนุนให้เกิดความ จงรักภักดีต่อองค์กร
2. วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adhocracy Culture) หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถในการปรับตัว การยืดหยุ่นของการทำงาน และความคิดสร้างสรรค์ มุ่งเน้นความเป็นปัจเจกบุคคล ชอบความเสี่ยง และการคาดการณ์ล่วงหน้า
3. วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ (Market Culture) หมายถึง องค์กรที่มีการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และความสำเร็จตามเป้าหมาย กำหนดทิศทาง เพื่อเอาชนะคู่แข่ง ให้ความสำคัญกับลูกค้าและผลกำไรที่ได้รับ
4. วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น (Hierarchy Culture) หมายถึง องค์กรที่มีความมั่นคงแน่นอน และให้ความสำคัญ

กับประสิทธิภาพขององค์กร มีโครงสร้าง การบริหารงานที่เป็นทางการสูง มีกฎเกณฑ์และนโยบายที่ชัดเจน และเป็นทางการ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร จะเห็นได้ว่ามีความคล้ายคลึงและแตกต่างกันบ้าง แต่ก็พบว่ามีลักษณะบางประการร่วมกันซึ่งสามารถสังเคราะห์ได้ 4 รูปแบบคือ 1. วัฒนธรรมแบบเครือญาติ 2. วัฒนธรรมแบบปรับตัว 3. วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ 4. วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะความผูกพันเป็นการแสดงออกหรือเป็นตัวบ่งชี้ถึงความรัก ความภาคภูมิใจ การยอมรับและการยึดมั่นในอุดมการณ์ขององค์กร อันเป็นผลให้บุคลากรมีความเต็มใจที่จะทำงานเพื่อความก้าวหน้าและประโยชน์ขององค์กร รวมถึงมีความต้องการที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรตลอดไป ทั้งนี้มีผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งนักวิชาการได้ให้ความหมายของ ความผูกพันต่อองค์กร ไว้หลายท่านดังนี้

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กรในทางที่ดีและ ต้องการที่จะอยู่กับองค์กรให้ยาวนานที่สุด โดยไม่คิดที่จะลาออกจากองค์กรไป ซึ่งแสดงออกมาในลักษณะของความผูกพันด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่กับองค์กรและด้านบรรทัดฐาน ดาวิสา ศรีชัยรัตน์ (2562, อ้างถึง ทิพย์ชนก เสนผดุง, 2563) นอกจากนี้ Alpha Measure (2008, อ้างถึงใน ปราภนา ผกาแก้ว, 2561) เป็นบริษัทที่มีระบบ Web-based สำหรับวัดความผูกพันต่อองค์กร ได้อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึงระดับความมุ่งมั่น สัญญาและการมีส่วนร่วมของพนักงานที่มีต่อองค์กรและค่านิยมขององค์กร โดยลักษณะของพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีการพูดถึงองค์กรในด้านบวก มีความปรารถนาเป็นสมาชิกขององค์กร และมีความพยายามที่จะช่วยเหลือให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องการความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย ระหว่างองค์กรและพนักงาน

เทียนศรี บางม่วงงาม (2562, อ้างถึงใน นวมลลี กะจะวงษ์, 2566) ได้สรุปความหมายความผูกพันต่อองค์กรไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ทศนคติหรือความรู้สึกของพนักงานมีต่อองค์กร เช่น มีความจงรักภักดีต่อองค์กร ยอมรับเป้าหมาย ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร และทุ่มเทความรู้ความสามารถของตนอย่างเต็มที่ เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ตลอดจนมีความปรารถนาที่แน่วแน่อันจะดำรงไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป

Buchanan (1974, อ้างถึงใน กรวิชัย สัณจิต, 2563) ได้ให้นิยามของความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นความรู้สึกที่พนักงาน และองค์กรเป็นพวกเดียวกัน และมีความผูกพันต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีการแสดงตน (Identification) โดยการมีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน และมีการยอมรับในค่านิยมรวมถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร เสมือนหนึ่งว่าเป็นของตน มีส่วนรวมในองค์กร (Involvement) โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรมขององค์กรตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่

Bruce (1974) อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความรู้สึกของสมาชิกในองค์กรที่มีต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร สมาชิกในองค์กรยินยอมที่จะปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายและค่านิยมขององค์กร สอดคล้องกับ Steers (1991) ที่กล่าวไว้ว่า การที่บุคลากรในองค์กรมีความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีความยึดมั่นและผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง มีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (มัทวัน เลิศวุฒิวงศา, 2564) จากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความผูกพันที่มีต่อองค์กรในด้านอารมณ์และความรู้สึก หรือด้านจิตใจ คือความผูกพันที่เกิดจากความรู้สึกภายในจิตใจของบุคคล จากความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร และรู้สึกว่าตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร พร้อมทั้งจะทุ่มเทแรงกายแรงใจ อุทิศตนด้วยความเต็มใจให้กับองค์กร โดยความผูกพันที่มีต่อองค์กรในด้านจิตใจนี้มีความเกี่ยวข้อง กับความปรารถนาที่จะทำงานอยู่ในองค์กรอย่างซื่อสัตย์ และมีความเกี่ยวเนื่องกับประสบการณ์ในการทำงานของสมาชิกในระยะเวลาระหว่างที่ทำงานนั้น รวมไปถึงลักษณะขององค์กรด้วย เช่น การ มอบหมายอำนาจหรือการกระจายอำนาจในการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการยอมรับในเป้าหมายขององค์กร ค่านิยม โดยพนักงานที่มีความผูกพันจะมีความตั้งใจ พยายามทำงานเพื่อให้เป้าหมายที่ตั้งไว้ประสบผลสำเร็จ และพวกเขาต้องการที่จะอยู่ในองค์กรต่อไป

Marsh and Mannari (1977, อ้างถึงใน มัทวัน เลิศวุฒิวงศา, 2564) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นการแสดงออกถึง ความเต็มใจของพนักงานที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร อยากที่จะอยู่กับองค์กร มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความผูกพันที่มีต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน คือ ความผูกพันอันเกิดจากหน้าที่และบรรทัดฐาน จากค่านิยมหรือบรรทัดฐานทางสังคม อันเป็นความผูกพันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองสิ่งที่สมาชิกได้รับจากองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นในรูปแบบของความซื่อสัตย์และจงรักภักดีกับองค์กร เป็นผลมาจากการลงทุนขององค์กรต่อบุคคลใน ด้านต่างๆ เช่น การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ การให้ความช่วยเหลือ โดยความผูกพันประเภทนี้เป็นความรู้สึกของพนักงานว่าเขาควรที่จะอยู่ในองค์กรต่อไป เพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เหมาะสมหรืออาจจะเป็นแรงกดดันจากสิ่งแวดล้อมรอบข้างในด้านความรู้สึกที่จะเกิดขึ้นหากออก จากองค์กรไป สมาชิกที่มีความผูกพันต่อองค์กรอันเนื่องมาจากหน้าที่บรรทัดฐานจะคงอยู่กับองค์กร เพราะพวกเขารู้สึกว่าพวกเขาสมควรที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

แนวคิดทฤษฎีของความผูกพันต่อองค์กร

Steer (1991, อ้างถึงใน ประรณนา ผกาแก้ว, 2561) ได้อธิบายว่าความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความสัมพันธ์ที่จะแสดงออกเชื่อมโยงทั้งหมดระหว่างพนักงานและองค์กร และรวมไปถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจในงาน เป็นความเข้มแข็งที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานให้กับองค์กร โดยความผูกพันนี้จะมีคุณลักษณะ 2 ประการ ได้แก่ 1. ความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร 2. ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร ความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกภาพขององค์กรต่อไป

Dunham, Gurbe and Castaneda (1994, อ้างถึง ทิพย์ชนก เสนผดุง, 2563) ได้กล่าวว่า การที่พนักงานมีความผูกพันด้านจิตใจเป็นผลมาจากพนักงานมีความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กร ส่วน พนักงานที่มีความผูกพันด้านการคงอยู่ อาจเป็นได้ว่าพวกเขา เป็นที่จะอยู่ในองค์กรและในขณะที่ พนักงานที่มีความผูกพันด้านบรรทัดฐานก็เพราะว่าพนักงานรู้สึกว่าจะอยู่ในองค์กรและสามารถ แบ่งลักษณะความผูกพันต่อองค์กร ได้ 3 ประการคือ ความผูกพันด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้าน บรรทัดฐาน

ทฤษฎี Side-Bet ของ Becker ได้กล่าวว่าบุคคลใดก็ตามที่มีความผูกพันต่อสิ่งหนึ่ง สิ่งใดก็เนื่องจากเขาได้ลงทุนในสิ่งนั้นไว้ เช่นการที่คนเราเข้าไปทำงานอยู่ในองค์กรในช่วง ระยะเวลาหนึ่ง จะก่อให้เกิดการลงทุนซึ่ง Becker เรียกการลงทุนนั้นว่า“Side bet” Becker (1960, อ้างถึงใน อนุดิษฐ์ ฐาน ไชยกร, 2562) การลงทุนนั้นอาจมองว่าเป็นในรูปของเวลา กำลังสติปัญญา แรงกายแรงใจ จนถึงการยอมเสียโอกาสบางอย่าง เช่นโอกาสในการไปทำงานกับองค์กรอื่น เป็นเพราะบุคคลนั้นคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับตอบแทนจากองค์กรในระยะยาว เช่น บำเหน็จ บำนาญและสวัสดิการต่างๆ ที่นอกเหนือไปจากเงินเดือนหรือรายได้ประจำและยังได้มีการเปรียบเทียบว่า หากเขาลาออกจากองค์กรก่อนกำหนด เขาจะสูญเสียสิ่งเหล่านี้ไป จึงไม่มีทางเลือกอย่างอื่นนอกจากจะต้องอยู่กับองค์กรต่อไป ดังนั้นการที่บุคคลเลือกตัดสินใจที่จะอยู่กับองค์กรนานเท่าใด ก็ยังเป็นการสะสม “การลงทุน”เพิ่มขึ้นเท่านั้น ความผูกพันก็จะยิ่งมากขึ้นตามระยะเวลาและทำให้การตัดสินใจที่จะลาออกจากองค์กรยากมากขึ้น และหากไปอยู่ในองค์กรใหม่อาจได้รับผลประโยชน์ที่ไม่คุ้มค่าเท่ากับองค์กรเดิม จะเห็นว่าทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร ได้อาศัยทฤษฎี Side-Bet ของ Becker ที่พูดถึงว่า บุคคลใดก็ตามที่มีความผูกพันต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็เนื่องจากเขาได้ลงทุน ในสิ่งนั้นๆ ดังเช่นการที่คนเราเข้าไปทำงานอยู่ในองค์กรในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จะก่อให้เกิด การลงทุนซึ่ง อาจเป็นการลงทุนในรูปของเวลา แรงกายแรงใจ กำลังสติปัญญาตลอดจนการยอมเสียโอกาสบางอย่าง ซึ่งจากแนวคิดนี้ สามารถสรุปได้ว่าความผูกพันที่มีต่อองค์กรในด้านความคงอยู่ คือความผูกพันที่มีต่อองค์กรอันเกิดจากการคิดการไตร่ตรองของพนักงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการลงทุนไปกับองค์กร และผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์กร แสดงออกในรูปแบบพฤติกรรมว่าจะปฏิบัติงานกับองค์กรต่อไป โดยในการ

พิจารณาเรื่องการลงทุนให้กับองค์กรจะเป็นการพิจารณาว่าตนเองขาดทางเลือกหรือขาดโอกาสในการได้รับการจ้างงานจากองค์กรอื่นมากนักน้อยเพียงใด ซึ่งพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรในด้านความคงอยู่นี้จะส่งผลให้พนักงานยังคงอยู่ในองค์กร เพราะพวกเขาจำเป็นที่จะอยู่กับองค์กรต่อไปในระยะยาว

Meyer and Allen (1997, อ้างถึงใน ภราดี พิริยะพงษ์รัตน์ และคณะ, 2565) มองความผูกพันต่อองค์กรแบ่งเป็นหลายด้าน มีความครบถ้วน ชัดเจน ครอบคลุมประเด็นสำคัญที่นักวิชาการคนอื่นได้กล่าวถึงว่า ความผูกพันต่อองค์กรนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ด้านแรก คือ ความผูกพันด้านจิตใจ เป็นความรู้สึกภายในจิตใจของบุคลากรว่าเป็น อันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร ด้านที่สอง คือ ความผูกพันด้านความคงอยู่ เป็นความผูกพันอันเกิด จากการที่บุคลากรได้ลงทุนลงแรงในการทำงานให้กับองค์กรเพื่อแลกกับการตอบแทน หรือการพิจารณาทางเลือกหรือโอกาสในการจ้างงานจากองค์กรอื่น และด้านที่สาม คือ ความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม เป็นการที่องค์กรตอบแทนพนักงาน เช่น การฝึกอบรม หรือค่าตอบแทน ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการคงอยู่กับองค์กรต่อไปด้วยความจงรักภักดีเพราะเป็นสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสม

Dunham, Grube, and Castañeda (1994, อ้างถึงใน มัทวัน เลิศวุฒิวงศา, 2564) ได้เสนอวิธีการแบ่งความผูกพันต่อองค์กรของแอนเลนและเมเยอร์ ว่าแต่ละองค์ประกอบต้องอธิบายโดยใช้ชุดตัวแปรที่แตกต่างกันดังนี้ 1. ความผูกพันด้านจิตใจ หมายถึง ความรู้สึกยึดมั่นกับองค์กร ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร และปรารถนาที่จะมีส่วนร่วมในองค์กร เกิดจากการที่บุคคลได้รับประสบการณ์จากการทำกิจกรรมต่างกันในการทำงานที่ตรงกับความคาดหวังของบุคคล ทำให้ต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ คุณลักษณะของบุคคล (Personal) คุณลักษณะของงาน (Job Characteristics) คุณลักษณะของโครงสร้าง (Structural Characteristics) และประสบการณ์การทำงาน (Work Experiences) 2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ หมายถึง ความต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป เกิดจากการประเมินและเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่จะได้รับการคงสภาพสมาชิกในองค์กรกับผลประโยชน์ที่จะสูญเสียไปหากลาออกจากองค์กร ความผูกพันด้านการคงอยู่เกิดจากการได้รับ ผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจในการคงอยู่กับองค์กร หรือการรับรู้ว่ามีทางเลือกที่จะไปอยู่กับองค์กรอื่น รวมถึงความยากลำบากในการหางานใหม่ ทำให้บุคคลจำเป็นต้องอยู่กับองค์กรต่อไป อายุ (Age) สถานภาพการจ้างงาน (Tenure) ความพึงพอใจในอาชีพ (Career Satisfaction) และความตั้งใจที่จะลาออก (Intention to Leave) เป็นตัวแปรที่สำคัญ 3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลถึงการเป็นสมาชิกขององค์กรเป็นสิ่งที่เหมาะสมและเป็นสิ่งที่ควรทำ เกิดจากค่านิยมส่วนบุคคล หรือความรับผิดชอบ หน้าที่ รวมถึงการปลูกฝังความคิดว่าควรจะต้องอยู่กับองค์กร ปัจจัยด้านนี้ประกอบด้วย ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน (Coworker relationships) ความสามารถในการพึ่งพาได้ขององค์กร (Organizational Dependability) และการมีส่วนร่วมในการจัดการ (Participatory Management)

Nelson & Quick (2006, อ้างถึงใน สุภวัฒน์ ศรีแพง, 2565) ได้อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 1) ความผูกพันด้านความรู้สึก เป็นประเภทของความผูกพันที่มีพื้นฐานจากความปรารถนาของแต่ละบุคคลในการดำรงอยู่กับองค์กร มีส่วนประกอบได้แก่ ความเชื่อในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจโดยใช้ความพยายามอย่างมากในฐานะเป็นตัวแทนขององค์กร และความปรารถนาที่จะยังคงดำรงเป็นสมาชิกขององค์กร 2) ความผูกพันด้านความต่อเนื่อง เป็นประเภทของความผูกพันที่มีพื้นฐานมาจากความเป็นจริงที่แต่ละบุคคลไม่สามารถออกจากงานได้ 3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน เป็นประเภทความผูกพันที่มีพื้นฐานมาจากการรับรู้ในระเบียบ ข้อจำกัด หรือข้อผูกมัดของแต่ละบุคคล เพื่อให้สามารถดำรงอยู่กับองค์กร

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีของความผูกพันต่อองค์กร สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรนั้น ประกอบไปด้วย 1. ความผูกพันทางด้านจิตใจ 2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ 3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มฤตย ชมันคง และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความผูกพันของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตนิคมอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกประเภทองค์กรที่มีผู้บริหารสัญชาติต่างกัน 4 สัญชาติ ทั้งนี้องค์กรที่มีผู้บริหารสัญชาติญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.85$) รองลงมา คือ สัญชาติอเมริกัน ($\beta = 0.82$) สัญชาติไทย ($\beta = 0.74$) และ สัญชาติไต้หวัน ($\beta = 0.73$) ตามลำดับ

นันทนา มาศภากร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานอุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่มีอำนาจพยากรณ์ความผูกพันในองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมเซรามิกส์ เรียงลำดับตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุดคือด้านการมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาว (x5) ด้านความเป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มนิยม (x2) ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ (x1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ของทั้งสามองค์ประกอบเท่ากับ .615 และปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรทั้งสามองค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวน (R²) ของความผูกพันในองค์กรได้ร้อยละ 37.80

ชาจิณี มณีดวงมณฑา (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานฝ่ายสนับสนุนชาวไทยในองค์กรญี่ปุ่นข้ามชาติ พบว่า ระดับความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มี

อยู่ในปัจจุบันโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบัน ด้านการมุ่งเป้าหมายระยะยาวสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ ด้านความเป็นชาย ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ด้านการเหลื่อมล้ำของอำนาจ ด้านความเป็นกลุ่มนิยม และด้านการตามใจตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 3.74 3.53 3.53 และ 3.08 ตามลำดับ

บุญศรี ตุงคง และ ถิรรัตน์ พิมพาภรณ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดชลบุรี พบว่าผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.797 หมายถึง วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้ศึกษา และยังพบว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดชลบุรีโดยใช้สถิติถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่ามีค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 122.879$, $df = 4$, ค่า Sig. = 0.000)

อัจฉริยา พัฒนสระภู (2567) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรและความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ภาคธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตัวแปรต้นทั้งสองตัวแปร ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรและความพึงพอใจในงานของพนักงานมีอิทธิพล เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลสูงกว่าความพึงพอใจในงาน จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว ตัวแปรต้นทั้งสองตัวแปร คือ วัฒนธรรมองค์กรและความพึงพอใจในงานสามารถ อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กร ได้ร้อยละ 38.9 ($R^2 = 0.389$) นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์ VIF ในตารางยังแสดงให้เห็นว่า ไม่มีปัญหา multicollinearity แต่อย่างใด เนื่องจาก ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 5 สรุปได้ว่าไม่มีปัญหาด้านความหลากหลาย (Hair, et al., 2014)

ภราดี พิริยะพงษ์รัตน์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาวะผู้นำไปบริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กร ของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย พบว่า วัฒนธรรมองค์กร และภาวะผู้นำไปบริการ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.590 และ 0.161 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า

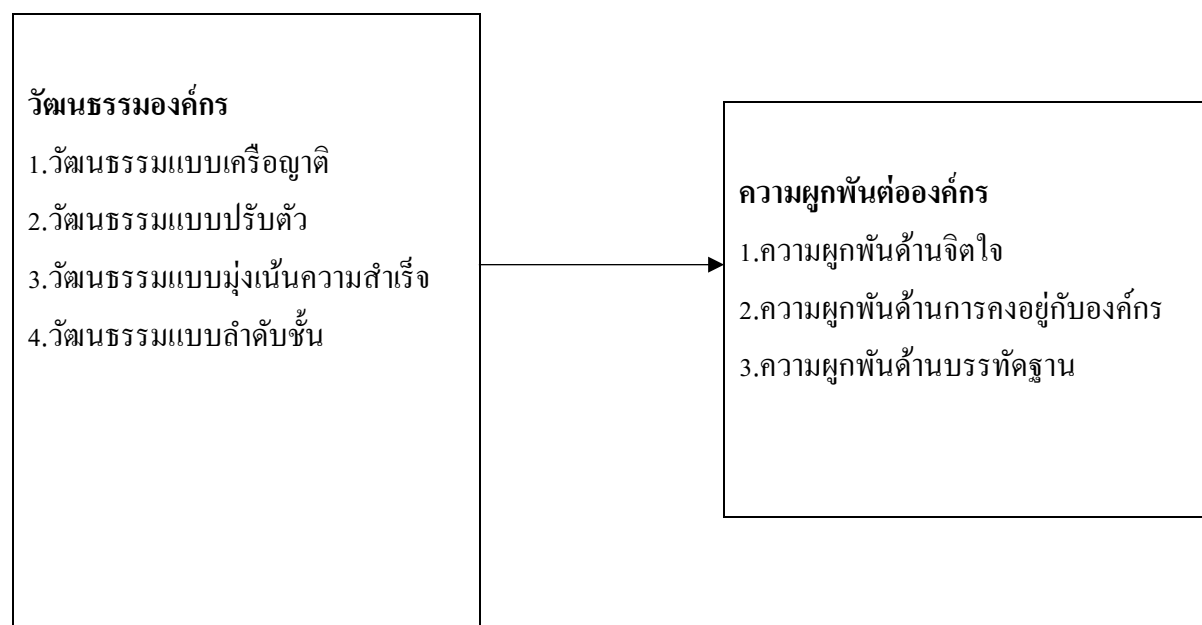
วัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำให้บริการเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยวัฒนธรรมองค์กร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากกว่าภาวะผู้นำให้บริการ โดยภาวะผู้นำให้บริการและวัฒนธรรมองค์กรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายความผันแปรได้ (R^2) ได้ 24.10 ส่วนอีกร้อยละ 75.90 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบสอบถาม โดยมีวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุด

นวมลลี กะจะวงษ์ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการประปานครหลวง พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการประปานครหลวง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.600 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์ปานกลาง

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ คือ วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ 1.วัฒนธรรมแบบเครือญาติ 2.วัฒนธรรมแบบปรับตัว 3.วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ 4.วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น

ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ 1. ความผูกพันทางด้านจิตใจ 2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ 3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

3.1 ประเภทของการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งทำการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Method) โดยการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้จัดทำโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประชากร คือ บุคลากรในบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 300 คน ประกอบไปด้วย พนักงานชั่วคราว 32 คน พนักงานประจำ 234 คน หัวหน้างาน/ผู้จัดการ 28 คน และผู้บริหาร 6 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มิถุนายน 2568)

โดยทำการคำนวณของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่มีจำนวนจำกัดที่นับได้ (Finite Population) โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากการใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าระดับความคลาดเคลื่อน 5% ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยกำหนดให้
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยครั้งนี้มีประชากรจำนวน 300 คน ในที่นี้ใช้การทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ ให้มีความผิดพลาดได้ร้อยละ 0.05 เมื่อนำมาแทนในสูตร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{300}{1+300(0.05)^2}$$

$$n = 171.43$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเท่ากับ 171.43 คน จากจำนวนประชากร 300 คน ทั้งนี้ Comrey and Lee (1992) ได้นำเสนอเกณฑ์สำหรับประเมินความเหมาะสมของขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยดังนี้ 50 คน ถือว่าไม่ควรใช้ (Very Poor), 100 คน ถือว่าน้อยเกินไป (Poor), 200 คน ถือว่าปานกลาง (Fair), 300 คน ถือว่าดี (Good), 500 คน ถือว่าดีมาก (Very Good) และ 1,000 คน ขึ้นไป ถือว่าดีที่สุดในที่สุด (Excellent) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 300 คน ซึ่งอยู่ในระดับที่ถือว่าดี ตามเกณฑ์ของ Comrey & Lee, 1992 และสอดคล้องกับลักษณะของเครื่องมือและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตารางที่ 3.1 ขนาดตัวอย่างและความเหมาะสมของการวิเคราะห์

ขนาดตัวอย่าง	ความเหมาะสมของการวิเคราะห์
50	ไม่ควรใช้ (very poor)
100	น้อยเกินไป (poor)
200	ปานกลาง (fair)
300	ดี (good)
500	ดีมาก (very good)
$\geq 1,000$	ดีที่สุดในที่สุด (excellent)

ที่มา : Comrey and Lee (1992)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้ศึกษาค้นคว้าจาก ทฤษฎีนักวิชาการและนักปฏิบัติที่ได้เขียนไว้เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร เพื่อดูว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรมขององค์กรมากน้อยเพียงใด ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบเครือญาติ วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ และ วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น ตามแบบมาตรวัดตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร เพื่อดูว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อ ความผูกพันต่อองค์กรมากน้อยเพียงใด ประกอบด้วย ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร และ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของประชากร แบ่งช่วงของระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำผลคะแนนจากการกำหนดระดับดังกล่าวมาประเมินโดยใช้สูตรการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

สำหรับการแปลความหมาย ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

3.3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยทำการตรวจสอบความสอดคล้องแล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence Index : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับคือ

1 = สอดคล้อง

0 = ไม่แน่ใจ

-1 = ไม่สอดคล้อง

ค่าของ IOC ที่ได้จะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 สูตรที่ใช้ในการคำนวณคือ

$$IOC = \frac{\text{ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}}$$

ทั้งนี้ผลจากการพิจารณาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้เท่ากับ 0.976 ซึ่งมากกว่า 0.5 หมายความว่า ข้อคำถามมีความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และ ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในครั้งนี้

หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค

(Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดค่ามากกว่า 0.70 และนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.952 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (มากกว่า 0.70) จึงนำไปใช้กับข้อมูลกลุ่ม ตัวอย่างได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ	Cronbach's Alpha
แบบสอบถามทั้งหมด	21	0.952
ตัวแปร วัฒนธรรมองค์กร	12	0.933
1. วัฒนธรรมแบบเครือญาติ	3	0.776
2. วัฒนธรรมแบบปรับตัว	3	0.841
3. วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ	3	0.780
4. วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น	3	0.802

ตัวแปร ความผูกพันต่อองค์กร	9	0.911
1.ความผูกพันทางด้านจิตใจ	3	0.889
2.ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร	3	0.802
3.ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	3	0.780

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ ดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม Google Forms โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยกระจายแบบสอบถามผ่านทาง Application Line โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม 2568 – มิถุนายน 2568
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมเอกสาร และแนวคิดทฤษฎี ของนักวิชาการต่างๆ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นรูปเล่ม และจากอินเทอร์เน็ตต่างๆ ตลอดจนถึงข้อมูลที่เป็นบทความจากหนังสือ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

3.5.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานปัจจุบัน ใช้สถิติในการคำนวณ โดยการ แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยาย และสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรและแบบสอบถาม เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ใช้สถิติในการคำนวณเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(S.D. : Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Interferential Statistics)

1. วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิธีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า

2 ตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA: F-test ใช้

และเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

2. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง วัฒนธรรมองค์กร กับ ความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี วิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าที่คำนวณออกมาจะเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และมีค่าระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

ความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

0.90 – 1.00 = มีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูงมาก

0.70 – 0.90 = มีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง

0.50 – 0.70 = มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

0.30 – 0.50 = มีความสัมพันธ์กันในระดับที่ต่ำ

0.00 - 0.30 = มีความสัมพันธ์กันในระดับที่ต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้การเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำข้อมูลมาประมวลผล แปลผล และวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ แทนความหมาย รายละเอียด กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

x	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R square	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
Adjust R square	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
Std. error	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาด
Std. error of the estimate	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ
Regressions	หมายถึง	ค่าที่แสดงระดับของอิทธิพล
Sig.	หมายถึง	ความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐาน
*	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการที่ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลสำคัญเพื่อมาสร้างแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 300 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอนำเสนอตามองค์ประกอบของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการคำนวณหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	138	46.0
หญิง	149	49.7
อื่น ๆ	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย โดยเพศหญิงมีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเพศชายมีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และเพศอื่น ๆ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 - 30 ปี	141	47
31 - 40 ปี	111	37
41 - 50 ปี	35	11.7
51 ปีขึ้นไป	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 18 - 30 ปี โดยมีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ อายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือ อายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี โดยมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	220	73.3
สมรส	76	25.3
อื่น ๆ	4	1.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานะภาพโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ สถานะภาพสมรส จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 คน และสถานภาพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	119	39.7
อนุปริญญา / ปวส.	79	26.3
ปริญญาตรี	97	32.3
สูงกว่าปริญญาตรี	5	1.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และน้อยที่สุดคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	105	35
15,001 - 25,000 บาท	112	37.3
25,001 - 30,000 บาท	40	13.3
มากกว่า 30,000 บาท	43	14.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และรายได้เฉลี่ย 25,000 – 30,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาในการปฏิบัติงานตาม

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	33	11
1 - 5 ปี	173	57.7
6 - 10 ปี	47	15.7
11 ปีขึ้นไป	47	15.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีจำนวนที่เท่ากัน คือ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน

ตำแหน่งงานปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานชั่วคราว	32	10.7
พนักงานประจำ	234	78
หัวหน้างาน / ผู้จัดการ	28	9.3
ผู้บริหาร	6	2
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งงาน พนักงานประจำ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ พนักงานชั่วคราว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 หัวหน้างาน / ผู้จัดการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ผู้บริหาร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ภาพรวม)

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม

ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร	Mean	Std. Deviation	แปลผล	อันดับ
1. วัฒนธรรมแบบเครือข่าย	4.18	.593	มาก	1
2. วัฒนธรรมแบบปรับตัว	3.99	.588	มาก	2
3. วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ	3.98	.584	มาก	3
4. วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น	3.89	.569	มาก	4
รวม	4.01	.474	มาก	

จากตาราง 4.8 ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาการให้ความสำคัญกับระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม พบว่า มีระดับความ

คิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .474 ($\bar{X} = 4.01$, $S.D. = .474$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.18 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .593 ($\bar{X} = 4.18$, $S.D. = .593$) รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .588 ($\bar{X} = 3.99$, $S.D. = .588$) ด้านวัฒนธรรมมุ่งเน้นความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .584 ($\bar{X} = 3.98$, $S.D. = .584$) และด้านวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .569 ($\bar{X} = 3.89$, $S.D. = .569$) ตามลำดับ

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ภาพรวม)

ตาราง 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม

ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อ องค์กร	Mean	Std. Deviation	แปลผล	อันดับ
1.ความผูกพันด้านจิตใจ	4.09	.639	มาก	2
2.ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร	4.12	.609	มาก	1
3.ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	3.93	.634	มาก	3
รวม	4.05	.539	มาก	

จากตาราง 4.9 ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาการให้ความสำคัญกับระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม พบว่ามีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .539 ($\bar{X} = 4.05$, $S.D. = .539$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.12 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .609 ($\bar{X} = 4.12$, $S.D. = .609$) รองลงมาคือ ด้านความผูกพันด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .639 ($\bar{X} = 4.09$, $S.D. = .639$) และด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .634 ($\bar{X} = 3.93$, $S.D. = .634$) ตามลำดับ

4.2.4 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ต่อความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 1 บุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

เพศ	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ชาย	138	4.08	.480	1.261	.285
หญิง	149	4.03	.580		
อื่น ๆ	13	3.85	.628		
รวม	300				

* P-value ≤ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยใช้สถิติ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .285 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก H0 หมายความว่า เพศที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

อายุ	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
18 – 30 ปี	141	3.96	.532	3.229	.023
31 – 40 ปี	111	4.09	.533		
41 – 50 ปี	35	4.16	.461		
51 ปีขึ้นไป	13	4.32	.709		
รวม	300				

* P-value $\leq$ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดที่มีความแตกต่างกันบ้าง จึงทดสอบด้วยเทคนิค LSD ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับอายุต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความผูกพันต่อองค์กร

(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std.- Error	Sig.
18-30 ปี	31-40 ปี	-.13386*	.06764	.049
	41-50 ปี	-.19732	.10066	.051
	51 ปีขึ้นไป	-.36655*	.15450	.018
31-40 ปี	18-30 ปี	.13386*	.06764	.049
	41-50 ปี	-.06346	.10333	.540
	51 ปีขึ้นไป	-.23269	.15625	.137
41-50 ปี	18-30 ปี	.19732	.10066	.051

	31-40 ปี	.06346	.10333	.540
	51 ปีขึ้นไป	-.16923	.17313	.329
51 ปีขึ้นไป	18-30 ปี	.36655*	.15450	.018
	31-40 ปี	.23269	.15625	.137
	41-50 ปี	.16923	.17313	.329

จากสมมติฐานที่ 1.2 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

จากตารางพบจำนวน 2 คู่คือ

1. ระดับอายุ 18-30 ปี กับ ระดับอายุ 31-40 ปี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน
2. ระดับอายุ 18-30 ปี กับ ระดับอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถานภาพ	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
โสด	220	4.03	.547	.650	.523
สมรส	76	4.05	.518		
อื่น ๆ	4	4.11	.489		
รวม	300				

* P-value ≤ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามสถานภาพ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .523 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก H0 หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	119	3.97	.496	1.362	.255
อนุปริญญา/ปวส	79	4.09	.435		
ปริญญาตรี	97	4.09	.647		
สูงกว่าปริญญาตรี	5	4.22	.648		
รวม	300				

* P-value $\leq$ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .255 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก H0 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ไม่เกิน 15,000 บาท	105	3.98	.505	5.485	.001
15,001 – 25,000 บาท	112	3.99	.489		
25,001 – 30,000 บาท	40	4.03	.513		
มากกว่า 30,000 บาท	43	4.35	.672		
รวม	300				

* P-value $\leq$ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดที่มีความแตกต่างกันบ้าง จึงทดสอบด้วยเทคนิค LSD ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับรายได้ที่ต่างกันต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความผูกพันต่อองค์กร

(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std.- Error	Sig.
ไม่เกิน 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	-.01601	.07162	.823
	25,001 – 30,000 บาท	-.04854	.09796	.621
	มากกว่า 30,000 บาท	-.36424*	.09546	.000
15,001 – 25,000 บาท	ไม่เกิน 15,000 บาท	.01621	.07162	.823
	25,001 – 30,000 บาท	-.03254	.09711	.738
	มากกว่า 30,000 บาท	-.34824*	.09458	.000
25,001 – 30,000 บาท	ไม่เกิน 15,000 บาท	.04854	.09796	.621
	15,001 – 25,000 บาท	.03254	.09711	.738
	มากกว่า 30,000 บาท	-.31570*	.11582	.007
มากกว่า 30,000 บาท	ไม่เกิน 15,000 บาท	.36424*	.09546	.000
	15,001 – 25,000 บาท	.34824*	.09458	.000
	25,001 – 30,000 บาท	.31570*	.11582	.007

จากสมมติฐานที่ 1.5 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

จากตารางพบจำนวน 3 คู่คือ

1.ระดับรายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท กับ ระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน

2.ระดับรายได้ 15,001 – 25,000 บาท กับ ระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน

3.ระดับรายได้ 25,001 – 30,000 บาท กับ ระดับรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
น้อยกว่า 1 ปี	33	3.89	.559	2.875	.036
1 – 5 ปี	173	4.01	.497		
6 – 10 ปี	47	4.14	.505		
11 ปีขึ้นไป	47	4.19	.663		
รวม	300				

* P-value ≤ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .036 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดที่มีความแตกต่างกันบ้าง จึงทดสอบด้วยเทคนิค LSD ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน
ต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความผูกพันต่อองค์กร

(I) ระยะเวลาในการ ปฏิบัติงาน	(J) ระยะเวลาในการ ปฏิบัติงาน	Mean Difference (I-J)	Std.- Error	Sig.
น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	-.11401	.10143	.262
	6 – 10 ปี	-.24149*	.12127	.047
	11 ปีขึ้นไป	-.30296*	.12127	.013
1 – 5 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.11401	.10143	.262
	6 – 10 ปี	-.12748	.08783	.148
	11 ปีขึ้นไป	-.18895*	.08743	.032
6 – 10 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.24149*	.12127	.047
	1 – 5 ปี	.12748	.08783	.148
	11 ปีขึ้นไป	-.06147	.11015	.577
11 ปีขึ้นไป	น้อยกว่า 1 ปี	.30296*	.12127	.013
	1 – 5 ปี	.18895*	.08783	.032
	6 – 10 ปี	.06147	.11015	.577

จากสมมติฐานที่ 1.6 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่
แตกต่างกัน มีผลต่อ

ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความ
ผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความ
ผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

จากตารางพบจำนวน 3 คู่คือ

1.ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน น้อยกว่า 1 ปีกับ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6 – 10 ปี มีระดับความผูกพันต่อ
องค์กรที่แตกต่างกัน

2.ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน น้อยกว่า 1 ปีกับ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11 ปีขึ้นไป มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

3.ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี กับ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11 ปีขึ้นไป มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ตำแหน่งงานปัจจุบัน	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
พนักงานชั่วคราว	32	3.84	.473	3.463	.017
พนักงานประจำ	234	4.04	.510		
หัวหน้างาน/ผู้จัดการ	28	4.27	.775		
ผู้บริหาร	6	4.22	.157		
รวม	300				

* P-value ≤ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติแบบ One-way ANOVA F-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig มีค่าเท่ากับ .017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่าตำแหน่งงานปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มใดที่มีความแตกต่างกันบ้าง จึงทดสอบด้วยเทคนิค LSD ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของระดับตำแหน่งงานปัจจุบันที่ต่างกันต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้วยวิธี LSD

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความผูกพันต่อองค์กร

(I) ตำแหน่งงานปัจจุบัน	(J) ตำแหน่งงานปัจจุบัน	Mean Difference (I-J)	Std.- Error	Sig.
พนักงานชั่วคราว	พนักงานประจำ	-.20341*	.10035	.044
	หัวหน้างาน/ผู้จัดการ	-.42956*	.13778	.002
	ผู้บริหาร	-.38194	.23686	.108
พนักงานประจำ	พนักงานชั่วคราว	.20341*	.10035	.044
	หัวหน้างาน/ผู้จัดการ	-.22616*	.10647	.034
	ผู้บริหาร	-.17854	.22013	.418
หัวหน้างาน/ผู้จัดการ	พนักงานชั่วคราว	.42956*	.13778	.002
	พนักงานประจำ	.22616*	.10647	.034
	ผู้บริหาร	.04762	.23952	.843
ผู้บริหาร	พนักงานชั่วคราว	.38194	.23686	.108
	พนักงานประจำ	.17854	.22013	.418
	หัวหน้างาน/ผู้จัดการ	-.04762	.23952	.843

จากสมมติฐานที่ 1.7 ทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่ต่างกัน มีผลต่อ

ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

จากตารางพบจำนวน 3 คู่คือ

- 1.ตำแหน่งพนักงานชั่วคราว กับ ตำแหน่งพนักงานประจำ มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน
- 2.ตำแหน่งพนักงานชั่วคราว กับ ตำแหน่งหัวหน้างาน/ผู้จัดการ มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน
- 3.ตำแหน่งพนักงานประจำ กับ ตำแหน่งหัวหน้างาน/ผู้จัดการ มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน

4.2.5 การวิเคราะห์สมมติฐานอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 4.21 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795	.631	.626	.329

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปรอิสระ (X) มีความเหมาะสมในการนำมาเป็นตัวแปรพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) มีระดับความสัมพันธ์กันสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ที่ .795 ($R = .795$) และสามารถพยากรณ์องค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 62.6 (Adjust R Square = .626) ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.834	4	13.708	126.298	.000
	Residual	32.019	295	.109		
	Total	86.853	299			

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งผลจากการทดสอบ ได้ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ดังนั้นตัวแปรอิสระ สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร $F = 126.298$

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรโดยรวมของอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จากกลุ่มประชากร 300 คน จำแนกเป็นรายด้านดังนี้

* P-value ≤ 0.05

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.624	.164		3.813	.000*
1. วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (X1)	.248	.045	.272	5.443	.000*
2. วัฒนธรรมแบบปรับตัว (X2)	.360	.044	.392	8.104	.000*
3. วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ (X3)	.216	.049	.234	4.415	.000*
4. วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น (X4)	.024	.040	.025	.601	.549

$R^2 = .631$ Adjust $R^2 = .626$ $F = 126.298$ Sig. = .000 e = .329

จากตารางที่ 4.23 วิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การศึกษาค่าอิทธิพลระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร โดยตัวแปรอิสระประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (X1) วัฒนธรรมแบบปรับตัว (X2) วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ (X3) วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น (X4) โดยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่าตัวแปรอิสระ วัฒนธรรมองค์กร สามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 62.6 (Adjust $R^2 = .626$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 126.298$, $p = .000$) ที่ระดับ 0.05 ซึ่งเมื่อทำการพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กร พบว่าตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรที่อธิบายถึงความแปรปรวนในความผูกพันต่อองค์กรได้มากที่สุดได้แก่ อิทธิพลของวัฒนธรรมแบบปรับตัว มีค่าเท่ากับ .360 ($t = 8.104$, $p = .000$) รองลงมาได้แก่ วัฒนธรรมแบบเครือญาติ มีค่าเท่ากับ .248 ($t = 5.443$, $p = .000$) รองลงมาอันดับที่ 3 ได้แก่ วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ ซึ่งมีค่าเท่ากับ .216 ($t = 4.415$, $p = .000$) ส่วนอันดับสุดท้ายคือวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น มีค่าเท่ากับ .024 ($t = .601$, $p = .549$) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบเครือข่าย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จและวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยได้สมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรตามสมการแสดงความสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

กำหนดให้ X_1 = วัฒนธรรมแบบเครือข่าย

X_2 = วัฒนธรรมแบบปรับตัว

X_3 = วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ

X_4 = วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น

Y = ความผูกพันต่อองค์กร

$$Y = .624 + 0.248X_1 + 0.360X_2 + 0.216X_3 + 0.024X_4 + .329$$

$$R^2 = .613, \text{ Adjust } R^2 = .626$$

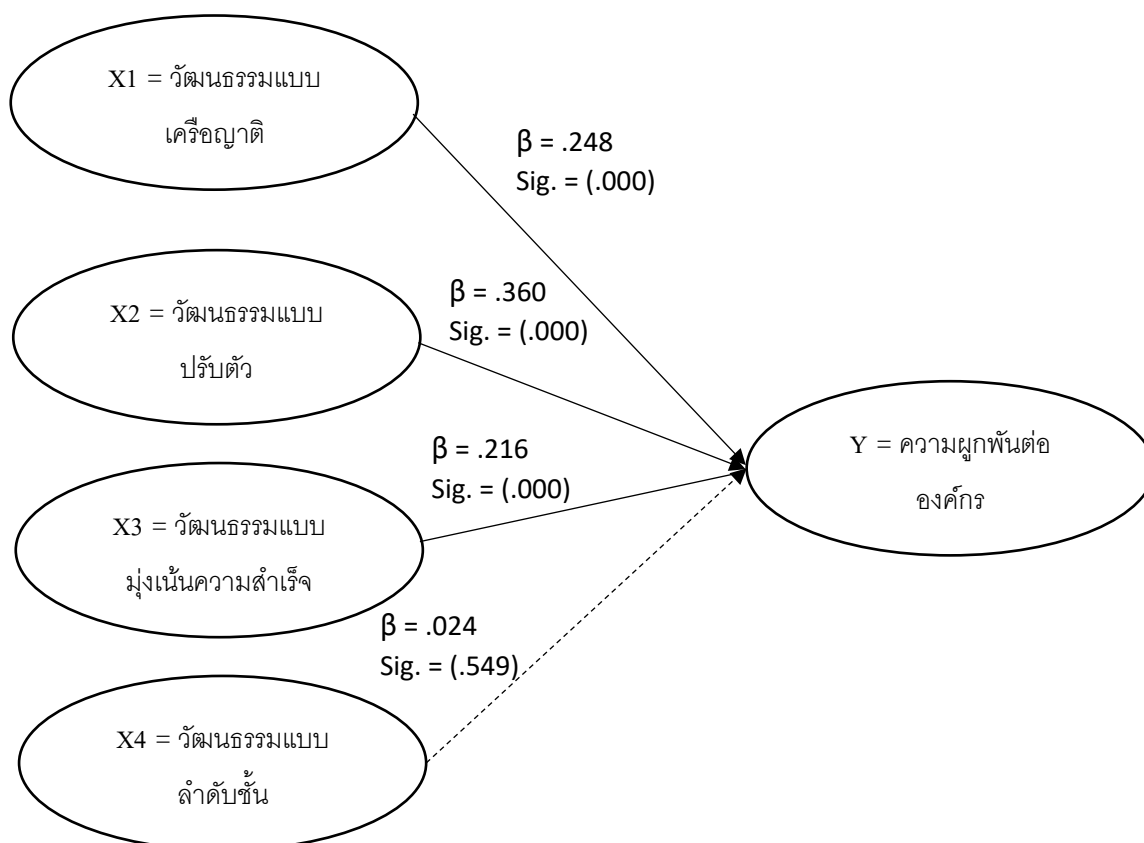
จากสมการถดถอยมี Adjust $R^2 = .626$ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นในสมการสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ที่มีประมาณร้อยละ 62.6 และพบว่าตัวแปรวัฒนธรรมแบบเครือข่าย ตัวแปรวัฒนธรรมแบบปรับตัว ตัวแปรวัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ ล้วนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนแปรวัฒนธรรมแบบเน้นลำดับชั้น ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

ข้อที่	อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลกระทบในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β)	t	สรุปผลการทดสอบ
H1	วัฒนธรรมแบบเครือข่าย	.248	5.443	สนับสนุน
H2	วัฒนธรรมแบบปรับตัว	.360	8.104	สนับสนุน
H3	วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ	.216	4.415	สนับสนุน
H4	วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น	.024	.601	ไม่สนับสนุน

สมมติฐานของการวิจัย

อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีโดยจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีผลกระทบในทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร



ภาพที่ 4.1 แสดงอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทำการศึกษาและวิเคราะห์อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการบริหารงานสำหรับผู้บริหารและการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับบุคลากรในองค์กร สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการศึกษา และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี สรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 300 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย โดยเพศหญิงมีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเพศชายมีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และเพศอื่น ๆ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 18 - 30 ปี โดยมีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ อายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือ อายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี โดยมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 คน และสถานภาพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 คน

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และน้อยที่สุดคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

รายได้เฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และรายได้เฉลี่ย 25,000 – 30,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีจำนวนที่เท่ากัน คือ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11

ตำแหน่งงานของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ พนักงานชั่วคราว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 หัวหน้างาน / ผู้จัดการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ผู้บริหาร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2

5.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาการให้ความสำคัญกับระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.18 รองลงมาคือด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านวัฒนธรรมมุ่งเน้นความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และด้านวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ

5.1.3 ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาการให้ความสำคัญกับระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ ด้านความผูกพันด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรโดยรวมของอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี: กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

วิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สมการถดถอยแบบพหุคูณ การศึกษาค่าอิทธิพลระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร พบว่าตัวแปรอิสระ วัฒนธรรมองค์กร สามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 62.6 (Adjust $R^2 = .626$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 126.298, p = .000$) ที่ระดับ 0.05 ซึ่งเมื่อทำการพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามความผูกพันต่อองค์กร พบว่าตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรที่อธิบายถึงความแปรปรวนในความผูกพันต่อองค์กรได้มากที่สุดได้แก่ อิทธิพลของวัฒนธรรมแบบปรับตัว ($\beta = .360, \text{Sig} = .000^*$) รองลงมาได้แก่ วัฒนธรรมแบบเครือญาติ ($\beta = .248, \text{Sig} = .000^*$) อันดับที่ 3 ได้แก่ วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ ($\beta = .216, \text{Sig} = .000^*$) ส่วนอันดับสุดท้ายคือวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น ($\beta = .024, \text{Sig} = .549$) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี พบว่า วัฒนธรรมองค์กรทั้ง 4 ด้าน มี 3 ด้านที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย วัฒนธรรมแบบปรับตัว วัฒนธรรมแบบเครือญาติ วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นผลสำเร็จ ส่วนวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น พบว่าไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

5.2.1 วัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัว จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัวส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 ซึ่งมีค่าอิทธิพลเป็นอันดับที่หนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวมลลี กะจะวงษ์ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานการประปานครหลวง แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัว ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

5.2.2 วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาติ จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาติส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 ซึ่งมีค่าอิทธิพลเป็นอันดับที่สอง รองจากวัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณฺณศรี ตุงคง และ ถิรรัตน์

พิมพ์ภรณ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดชลบุรี แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาตินั้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

5.2.3 วัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00 ซึ่งมีค่าอิทธิพลเป็นอันดับที่สาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญารัตน์ ดอกกลิ่นหอม และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งเน้นความสำเร็จนั้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

5.2.4 วัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากงานวิจัยที่ทำการศึกษา พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่ วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น มีการควบคุมที่เข้มงวดปกครองด้วยนโยบายที่เป็นทางการ ขาดอิสระในการแสดงความคิดเห็นและการร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรในระยะยาว

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมกับองค์กรอื่น ซึ่งอาจมีโครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกัน
2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เช่น สมรรถนะองค์กร ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ สวัสดิการ ฯลฯ ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ทั้งนี้เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กร เป็นสิ่งที่สร้างได้ และเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะสร้างความผูกพันในกลุ่มบุคลากร โดยใช้องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือ เพื่อให้องค์กรสามารถใช้บุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

กัญญ์ภัคพิมพ์ บำเพ็ญ. (2559) การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการสื่อสารภายในองค์กร และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการทำงานเป็นทีมของพนักงานปฏิบัติการของธนาคารออมสินภาค 14 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กรวิษฐ์ สันติ (2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษาหน่วยงาน Business Stakeholder Engagement ของบริษัทแห่งหนึ่ง วิทยาลัการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล

ชนัญญา คำพิระ. (2566) ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ของสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 2 สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร

ชาชนิ มณีดวงมณฑา. (2562) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานฝ่ายสนับสนุนชาวไทยในองค์กรญี่ปุ่นข้ามชาติ วิทยาลัการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล

ศติยา ผาสุข. (2559) การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความตั้งใจคงอยู่ในงาน ของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง โดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรสื่อ สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ทิพย์ชนก เสนผดุง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการข้าว สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คลังปัญญาจุฬาฯ.
<https://doi.org/10.58837/CHULA.IS.2020.424>

ธัญญารัตน์ ดอกกลิ่นหอม, กัลย์ ปิ่นเกสร, และ ภาวิน ชินะโชติ. (2564). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 7(3), 331-340.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/download/257360/171551/941290>

นรภัทร พัชรพรพรรณ. (2557) ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร ลักษณะความเป็นผู้นำ
ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและประสิทธิภาพองค์กร วิทยาสาสตร์
มหาบัณฑิต,
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

นวมลลี กะจะวงษ์. (2566) วัฒนธรรมองค์กรและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความ
ผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการประปานครหลวง สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

นันทนา มาศภากร. (2561) ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน
อุตสาหกรรมเซรามิกส์ จังหวัดราชบุรี. *Journal of Management Science Nakhon Pathom
Rajabhat University Vol.5 No.1 January-June 2018*

ปรารธนา ผกาแก้ว. (2562). การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอ
เรชั่นเอ็กซ์ และกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในกลุ่มบริษัทผลิตชิ้นส่วน
อิเล็กทรอนิกส์

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บุญชรินทร์ ดุงกง และ ถิรรัตน์ พิมพาภรณ์. (2564). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงาน
ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัด
ชลบุรี. *Journal of Modern Learning Development*, 6(4), 131-146.

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/download/249005/169541/896661>

ผกามาศ เจียกสูงเนิน และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2023). วัฒนธรรมองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงาน
และการรับรู้ความสามารถตนเองที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อ
ความสำเร็จขององค์กร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(3), 522

พงษ์ประภา นภาพฤกษ์ชาติ. (11 ธันวาคม 2567). *แนวโน้มธุรกิจผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า*.

[https://media.settrade.com/settrade/Documents/2024/Dec/111224-Krungthai-COMPASS-
Home-Appliance.pdf](https://media.settrade.com/settrade/Documents/2024/Dec/111224-Krungthai-COMPASS-Home-Appliance.pdf)

ภราดี พิริยะพงษ์รัตน์, สุริย์ กาญจนวงศ์ และ ชัยณูพงศ์ ทองพวง. (2565). อิทธิพลของภาวะผู้นำไปบริการ และวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัด องค์การคริสตศาสนาในประเทศไทย คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน, *วารสารหาคใหญ่ วิชาการ*, 20(2), 224

มฤตย ชมนั่ง, พิมพ์วิทย์ วัฒนาทรงยศ, และอภิญญา อิงอาจ. (2560). การศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรม องค์กรที่มีต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตนิคมอุตสาหกรรมแห่ง หนึ่ง จังหวัดระยอง. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี* 1(2) 30-41.

<https://so04.tcithaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/download/161292/116290/446471>

มัทวัน เลิศวุฒิวงศา. (2564). ความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความ ภักดีของพนักงานเอกชน กรณีศึกษาบริษัทจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วรรณฯ ขงพิศาลภพ. (2564). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: อุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้า.

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/electrical-appliances/io/io-electrical-appliances-21>

ศุภวัฒน์ ศรีแพง. (2565) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเอื้อสังคมในที่ทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจสาขาสาธารณูปการ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและ องค์กร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

สุรางค์ทิพย์ ดันกุล. (2559) วัฒนธรรมองค์กรและการจัดทำงานประมาณของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม เกษตรและอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บัญชี มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำนักข่าวอินโฟเควส. (2567, 26 มิถุนายน). กรมโรงงานฯ โชว์ตัวเลข 5 เดือนปีนี้ ยอดเปิดโรงงานใหม่สูง กว่าปีด 74%. <https://www.ryt9.com/s/iq03/3527086>

อนุศิษฐ์ฐานไชยกร. (2023). ความผูกพันในองค์กร. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 4(1), 35-36

อัจฉรา ภาณุสานต์ และ อัครวรรณ์ แสงวิภาค. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมโรงกลั่นน้ำมัน นิคม

อัจฉริยา พัฒนสระคู. (2567). วัฒนธรรมองค์กรและความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานภาคธุรกิจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, 6(1), 34-42. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jams/article/view/1256>

อุตสาหกรรมแหลมฉบัง สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, วารสารวิชาการ, 42(1), 137

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ ดร.ณัฐฉา อินตระกุล

ตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ ปุณณะ คงสว่าง

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์ ดร.พงษ์ศฤกษ์ รอดเรืองเดช

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภาคผนวก ข

ผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC (Item-Objective Congruence Index)

ผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC (Item-Objective Congruence Index)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	รายการพิจารณา	ผลการประเมิน					ข้อเสนอแนะ
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	รวม	IOC	
1	เพศ () ชาย () หญิง () อื่น ๆ	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
2	อายุ () 18 - 30 ปี () 31-40 ปี () 41-50 ปี () 51 ปีขึ้นไป	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
3	สถานภาพ () โสด () สมรส () อื่น ๆ	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
4	ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช. () อนุปริญญา / ปวส. () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ไม่เกิน 15,000 บาท () 15,001-25,000 บาท () 25,001-30,000 บาท () มากกว่า 30,000 บาท	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
6	ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน () น้อยกว่า 1 ปี () 1 – 5 ปี () 6 – 10 ปี () 11 ปีขึ้นไป	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

ข้อ	รายการพิจารณา	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
-----	---------------	--------------	------------

		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	รวม	IOC	
วัฒนธรรมแบบเครือข่าย							
1	องค์กรของท่านมุ่งเน้นในการให้ความร่วมมือ เอื้อเพื่อแผ่ซึ่งกันและกันอยู่เสมอ	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
2	องค์กรของท่านมีลักษณะเป็นครอบครัว บุคลากรมีความเป็นกันเอง และเอื้อเพื่อแผ่ซึ่งกันและกัน	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
3	องค์กรของท่านให้การยอมรับในความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ของกลุ่มในหน่วยงานเสมอ	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
วัฒนธรรมแบบปรับตัว							
4	องค์กรของท่านมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บุคลากรชอบความท้าทาย และมีโอกาสได้แสดงความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
5	องค์กรของท่านมีการนำความคิดเห็นของ พนักงานมาปรับปรุงเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการทำงาน	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
6	บุคลากรในองค์กรของท่านยึดมั่นในการพัฒนา และสร้างสรรค์นวัตกรรม หรือวิธีการใหม่ๆ ที่มีความทันสมัย	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ							
7	องค์กรของท่านให้ความสำคัญในเรื่องผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานมาก มุ่งเน้นการทำงานให้เสร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บุคลากรมีการแข่งขันกันสูง ในด้านความสำเร็จของงาน	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
8	องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับความสำเร็จในงาน บุคลากรมีการแข่งขันกันทำงาน	1	1	0	3	0.67	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
9	บุคลากรในองค์กรให้ความสำคัญกับความสำเร็จของงาน การบรรลุ	1	1	0	3	0.67	ใช้เป็นข้อ คำถามได้

	เป้าหมายที่ตั้งไว้ชัดเจนต่อการแข่งขัน ในการทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งชัยชนะ						
วัฒนธรรมแบบลำดับขั้น							
10	องค์กรของท่านมีการบังคับบัญชาที่ เข้มงวด มีระเบียบ วิธี ปฏิบัติอย่างเป็น ทางการ และมีโครงสร้างแบบแผนที่ ชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
11	บุคลากรในองค์กรของท่านยึดมั่นใน กฎระเบียบ และเป็นทางการ	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้
12	องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับ ความมั่นคงในอาชีพของ บุคลากร มี ความชัดเจนแน่นอน และเสมอต้น เสมอปลาย	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อ คำถามได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ข้อ	รายการพิจารณา	ผลการประเมิน					ข้อเสนอแนะ
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	รวม	IOC	
1	ความผูกพันด้านจิตใจ						
	ท่านรู้สึกว่าองค์กรแห่งนี้เป็นเสมือนครอบครัวของท่าน	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
	ท่านรู้สึกผูกพันทางจิตใจกับองค์กรแห่งนี้	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
3	ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
4	ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร						
	ท่านมีความจำเป็นที่ยังคงต้องทำงานอยู่ในองค์กรแห่งนี้ เพราะท่านได้รับประโยชน์จากองค์กรนี้อย่างคุ้มค่า	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
5	ท่านรู้สึกว่าการลาออกจากองค์กรนี้มีข้อเสีย คือโอกาสที่จะได้งานใหม่มีน้อย	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
6	ท่านคิดว่าเป็นเรื่องยากที่จะลาออกจากองค์กรในตอนนี้ ถึงแม้จะอยากไปก็ตาม	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
7	ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน						
	ท่านรู้สึกว่าองค์กรนี้ มีบุญคุณต่อท่านเป็นอย่างมาก	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
8	ท่านจะรู้สึกไม่ถูกต้องที่จะย้ายงานบ่อย	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
9	ท่านจะรู้สึกผิดหากลาออกจากองค์กรนี้ไปในตอนนี้	1	1	1	3	1	ใช้เป็นข้อคำถามได้
ค่า IOC เฉลี่ยรวม = 27.34 / 28						0.976	

ผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือหรือค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความน่าเชื่อถือ หรือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.952 ซึ่งค่าจำแนกอยู่ระหว่าง 0.7 ถึง 1.00 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้

1.แบบสอบถาม N = 40

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	21

2.แบบสอบถาม N = 300

Scale: Sum 300

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	300	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	300	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	21

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วน
เครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี : กรณีศึกษาบริษัท ABC ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อ
องค์กรของบุคลากรบริษัทผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี: กรณีศึกษาบริษัท ABC ใน
พื้นที่จังหวัดปทุมธานี

2. แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 9 ข้อ

3. ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ตรงกับตัวท่านมากที่สุด โดยทุกคำตอบของท่าน
ผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลที่ท่านตอบทั้งหมดจะนำไปใช้ในทางวิชาการเท่านั้น โดยการนำเสนอผลการวิจัยใน
ครั้งนี้จะเสนอในภาพรวม และไม่ระบุเป็นรายบุคคลรวมถึงแสดงผลการสรุปผลการศึกษาเพื่อใช้ในการวิจัย
และนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาต่อไป

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ให้ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง () อื่น ๆ

2. อายุ

() 18 - 30 ปี () 31-40 ปี

() 41 - 50 ปี () 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ
 - () โสด
 - () สมรส
 - () อื่น ๆ
4. ระดับการศึกษา
 - () ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 - () อนุปริญญา / ปวส.
 - () ปริญญาตรี
 - () สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - () ไม่เกิน 15,000 บาท
 - () 15,001-25,000 บาท
 - () 25,001-30,000 บาท
 - () มากกว่า 30,000 บาท
6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
 - () น้อยกว่า 1 ปี
 - () 1 – 5 ปี
 - () 6 – 10 ปี
 - () 11 ปีขึ้นไป
7. ตำแหน่งงานปัจจุบัน
 - () พนักงานชั่วคราว
 - () พนักงานประจำ
 - () หัวหน้างาน/ผู้จัดการ
 - () ผู้บริหาร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องให้ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย มาก	3 เห็นด้วย ปานกลาง	2 เห็นด้วย น้อย	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง

วัฒนธรรมแบบเครือข่าย					
1. องค์กรของท่านมุ่งเน้นในการให้ความร่วมมือ เอื้อเพื่อแผ้วถางซึ่งกันและกันอยู่เสมอ					
2. องค์กรของท่านมีลักษณะเป็นครอบครัว บุคลากรมีความเป็นกันเอง และเอื้อเพื่อแผ้วถางซึ่งกันและกัน					
3. องค์กรของท่านให้การยอมรับในความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ของกลุ่มในหน่วยงานเสมอ					
วัฒนธรรมแบบปรับตัว					
4. องค์กรของท่านมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บุคลากรชอบความท้าทาย และมีโอกาสได้แสดงความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ					
5. องค์กรของท่านมีการนำความคิดเห็นของ พนักงานมาปรับปรุงเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการทำงาน					
6. บุคลากรในองค์กรของท่านยึดมั่นในการพัฒนา และสร้างสรรค์นวัตกรรม หรือวิธีการใหม่ๆ ที่มีความทันสมัย					
วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ					
7. องค์กรของท่านให้ความสำคัญในเรื่องผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานมาก มุ่งเน้นการทำงานให้เสร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บุคลากรมีการแข่งขันกันสูงในด้านความสำเร็จของงาน					
8. องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับความสำเร็จในงาน บุคลากรมีการแข่งขันกันทำงาน					

9. บุคลากรในองค์กรให้ความสำคัญกับความสำเร็จของงาน การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ยึดมั่นต่อการแข่งขันในการทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งชัยชนะ					
วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น					
10. องค์กรของท่านมีการบังคับบัญชาที่เข้มงวด มีระเบียบ วิธี ปฏิบัติอย่างเป็นทางการ และมีโครงสร้างแบบแผนที่ชัดเจน					
11. บุคลากรในองค์กรของท่านยึดมั่นในกฎระเบียบ และเป็นทางการ					
12. องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับความมั่นคงในอาชีพของ บุคลากร มีความชัดเจนแน่นอน และเสมอต้นเสมอปลาย					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องให้ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย มาก	3 เห็นด้วย ปานกลาง	2 เห็นด้วย น้อย	1 ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ความผูกพันด้านจิตใจ					
1. ท่านรู้สึกว่าการแห่งนี้เหมือนครอบครัวของท่าน					
2. ท่านรู้สึกผูกพันทางจิตใจกับองค์กรแห่งนี้					
3. ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้					

ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร					
4. ท่านมีความจำเป็นที่ยังคงต้องทำงานอยู่ในองค์กรแห่งนี้ เพราะท่านได้รับประโยชน์จากองค์กรนี้อย่างคุ้มค่า					
5. ท่านรู้สึกว่าการลาออกจากองค์กรนี้มีข้อเสีย คือโอกาสที่จะได้งานใหม่มีน้อย					
6. ท่านคิดว่าเป็นเรื่องยากที่จะลาออกจากองค์กรในตอนนี้ ถึงแม้จะอยากไปก็ตาม					
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน					
7. ท่านรู้สึกว่าองค์กรนี้ มีบุญคุณต่อท่านเป็นอย่างมาก					
8. ท่านจะรู้สึกไม่ถูกต้องที่จะย้ายงานบ่อย					
9. ท่านจะรู้สึกผิดหากลาออกจากองค์กรนี้ไปในตอนนี้					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายจิตติธันย์ ฟองรนนท์
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2540 : วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการผลิต มหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนคร
ประวัติการทำงาน	ปี 2552-2562 : บริษัท เอ็น เอส เอ อุตสาหกรรม (ตำแหน่งล่าสุด ผู้จัดการฝ่าย ผลิต) ปี 2562-ปัจจุบัน : บริษัท ซี เอส เอ พี จำกัด (ตำแหน่งล่าสุด ผู้จัดการทั่วไป ฝ่าย การตลาด)