

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
กรณีศึกษา ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
กรณีศึกษา ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ.2562



นางสาวณัฐพร ถิ่นทะธัมมะ

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์มณฑิลา สระภูมัย,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์

สุเทพ นิ่มสาย,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อากาศศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์มลฤดี สระภู่น อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำคำปรึกษา ตลอดจนชี้แนะแนวทางและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลา ในการตอบแบบสอบถาม การวิจัย ทำให้ผู้วิจัยมีข้อมูลในการทำงานวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อน สาขาทุนมนุษย์และการจัดการองค์กร รุ่น 20C สำหรับคำแนะนำและการผลักดันให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ และสุดท้ายขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนทุกคนที่ สนับสนุนให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา

ณัฐพร ฉันทะรัมย์มะ

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหาร
บริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

KEY FACTORS OF EMPLOYEE ENGAGEMENT. CASE STUDY OF GLOBAL FAST FOOD
FRANCHISOR COMPANY IN THAILAND

ณัฐพร ฉันทะธัมมะ 6050423

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์มณฑิ ธรรม์, Ph.D., สุเทพ นิมสาय, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เดชา เดชะวัฒนไพศาล, Ph.D.

บทคัดย่อ

ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร
องค์กรจึงควรมีกิจกรรมในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้เกิดความผูกพัน ความจงรักภักดี
ต่อองค์กร งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีผลต่อ
พนักงาน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการ
ด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่ง
หนึ่งในประเทศไทย จำนวน 36 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่
ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงข้อมูลด้วยการหาความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีผลต่อพนักงาน ในด้านความ
ภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนั้นมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่สูงที่สุด แต่มีค่าเฉลี่ยในด้านโอกาส
ความก้าวหน้าและเติบโตต่ำที่สุด ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน 5 ลำดับแรก คือ
เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน ผู้บังคับบัญชา องค์กร และโอกาสความก้าวหน้าและ
เติบโต ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร/ เจ้าของแฟรนไชส์/ ร้านอาหารบริการด่วน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.5 นิยามศัพท์ของการวิจัย	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1.1 คำจำกัดความของความผูกพันในองค์กร	4
2.1.2 ความสำคัญ	5
2.1.3 ทฤษฎี	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.2.1 งานวิจัยในประเทศ	9
2.2.2 งานวิจัยต่างประเทศ	12
2.3 ผลการทบทวนวรรณกรรมที่มีต่องานวิจัยนี้	12
2.3.1 วิเคราะห์ทฤษฎีและงานวิจัย	12
2.3.2 ผลการทบทวนวรรณกรรมที่มีต่องานวิจัย	13
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	15
3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย	15
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 กลุ่มตัวอย่าง	16
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4 ผลการวิจัย	19
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4.2 ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน	23
4.3 อันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน	24
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	26
5.1 สรุปผลการวิจัย	26
5.2 อภิปรายผล	27
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	28
5.3.1 เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน และองค์กร	29
5.3.2 ผู้บังคับบัญชา	29
5.3.3 โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต	30
5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย	30
5.5 งานวิจัยที่ควรจะศึกษาในอนาคต	31
บรรณานุกรม	32
ภาคผนวก	34
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	35
ภาคผนวก ข ผลคะแนนจากเครื่องมือสอบถาม	41
ประวัติผู้วิจัย	45

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	อัตราการผลิตของพนักงานปี พ.ศ.2561 ถึง พ.ศ.2562	2
3.1	การกำหนดระดับค่าเฉลี่ยต่อการแปลความหมายของระดับความคิดเห็น	18
4.1	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	19
4.2	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	20
4.3	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	20
4.4	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	21
4.5	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนก	21
4.6	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน	22
4.7	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับเงินเดือน	22
4.8	ระดับของแต่ละปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน	23
4.9	อันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน	25
5.1	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรเทียบกับระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน	28

สารบัญรูปร่าง

รูปร่าง		หน้า
2.1	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานตามแนวคิดของ Aon Hewitt	6
2.2	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานตามแนวคิดของ Gallup	7
2.3	The ISR Model of Employee Engagement	9
3.1	กรอบแนวคิดงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน	15



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนหรือฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) ปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ต้องปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้องค์กรต้องหากกลยุทธ์เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจทันต่อสภาวะการแข่งขันและเทคโนโลยีของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นพนักงานในองค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ เนื่องจากพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง พนักงานเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความจงรักภักดี ความเชื่อมั่น การยอมรับในเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร รวมถึงความต้องการที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรตลอดไปไม่ว่าองค์กรจะตกอยู่ในสภาวะใดก็ตาม ผลงานวิจัยในอดีตยังพบว่า การที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูง จะส่งผลต่อ การมีพฤติกรรมนอกเหนือไปจากบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรง จะยินดีทำเพื่อองค์กรโดยไม่หวังผลตอบแทน เพื่อที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายสูงสุดตามที่องค์กรกำหนดไว้ (Steers & Porter, 1991)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งประสบปัญหาอัตราการลาออกจริงที่สูงกว่าอัตราการลาออกที่ประเมินไว้ (ตาราง 1.1) โดยต้องการให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรจะมีความสัมพันธ์แบบผกผันกับอัตราการลาออก (Turnover Rate) กล่าวคือ พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูง อัตราการลาออกก็จะต่ำ (พิชิต เทพวรรณ, 2554) และจะมีผลการปฏิบัติงานที่ดี (Harter, Schmidt, & Hayes, 2002) ดังนั้นความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร จึงเป็นเสมือนเครื่องยึดเหนี่ยวให้พนักงานในองค์กรได้มีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมแก้ปัญหา ร่วมพัฒนา และร่วมยินดีในผลสำเร็จของงานอย่างมีคุณภาพ นำไปสู่การทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และบรรลุเป้าหมายขององค์กรในที่สุด

ตาราง 1.1 อัตราการลาออกของพนักงาน ปี พ.ศ. 2561 ถึง พ.ศ. 2562

ปี (พ.ศ.)	อัตราการลาออกจริงของพนักงาน	อัตราการลาออกที่ประเมินไว้
2562	15%	10%
2561	20%	10%

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยความผูกพันในธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของพนักงานเกี่ยวกับความผูกพันที่มีต่อธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการตอบแบบสอบถามของพนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวน 40 คน
2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะระดับของปัจจัยความผูกพัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย
3. กลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย เท่านั้น

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงระดับของปัจจัยความผูกพันในธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน
2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

3. เพื่อเสนอแนะแนวการสร้าง ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ให้กับฝ่ายบุคคล
4. ทำให้องค์กรสามารถวางแผนแก้ไข ปัญหาต่อปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และลดอัตราการลาออกของพนักงาน

1.5 นิยามศัพท์ของการวิจัย

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีจุดร่วมที่เหมือนกันของสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร และเต็มใจที่จะทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ เพื่อปฏิบัติงานภารกิจขององค์กร

แฟรนไชส์ (Franchise) เป็นชื่อเรียกการทำธุรกิจโดยมีการให้สิทธิและส่วนการครอบครองการบริหารจัดการและการจัดจำหน่ายทั้งหมดในมือของผู้ที่ได้รับกรรมสิทธิ์โดยชอบธรรม

เจ้าของแฟรนไชส์ (Franchisor) หมายถึง เจ้าของสิทธิ ซึ่งเป็นผู้ที่คิดค้นวิธีการทำธุรกิจจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ทำหน้าที่บริหารแบรนด์และแฟรนไชส์ อาทิ การวางกลยุทธ์แบรนด์ การตลาด สนับสนุน ควบคุมมาตรฐานแฟรนไชส์ สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ และเป็นผู้ขายสิทธิการดำเนินการขายชื่อการค้าของตัวเองให้แก่ผู้อื่น

อย่างเช่น เซสเตอร์กริลล์ เป็นผู้คิดค้นร้านอาหารประเภทไก่ย่าง และสูตรอาหาร มีรูปแบบการจัดการร้าน การจัดการเฉพาะตัว จนกระทั่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแล้วขายระบบทั้งหมดให้แก่ผู้อื่น บริษัทของเซสเตอร์กริลล์อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของแฟรนไชส์

อาหารบริการด่วน หรือ ฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) หมายถึง อาหารที่สามารถเตรียมและปรุงสุกได้อย่างรวดเร็ว อันมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากมากนัก เนื่องมาจากมีอาหารที่ผ่านกระบวนการปรุงหรือแปรรูปอาหารแล้วแช่แข็งไว้ เพียงแค่ให้ความร้อนนำมา เช่น การทอด การนึ่ง ในระยะเวลาที่สั้นก็พร้อมรับประทานได้ ในขณะที่อาหารมือใดๆ ก็ตามที่ใช้เวลาในการเตรียมอาหาร และปรุงอาหารที่สั้นก็อาจจัดว่าเป็นอาหารจานด่วนได้ โดยมีวัฒนธรรมมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา

ร้านอาหารบริการด่วน หมายถึง ธุรกิจที่มีการขายอาหารจานด่วน ที่สามารถรับประทานได้ในร้านหรือทานเองที่ใดก็ได้ มีราคาไม่สูง และมีความนิยมสูง เพราะความสะดวกสบาย มีหลายสาขาและมีเกือบทั่วโลก เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี พิซซาชัท เบอร์เกอร์คิง เอ แอนด์ดับบลิว และดังกิ้น โดนัท เป็นต้น

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 คำจำกัดความของความผูกพันในองค์กร

Steers (1977, อ้างถึงใน สันต์ฤทัย ลิ้มวีรพันธ์, 2550) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีจุดร่วมที่เหมือนกันของสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร และเต็มใจที่จะทุ่มเทกำลังกายกำลังใจ เพื่อปฏิบัติงานภารกิจขององค์กร ความรู้สึกนี้จะแตกต่างจากความผูกพันต่อองค์กร โดยปกติทั่วไป อันเนื่องมาจากการเป็นสมาชิกขององค์กร โดยปกติตรงที่ พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง จะมุ่งเน้นความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรด้วยตัวลักษณะสำคัญอย่างน้อย 3 ประการคือ

1. ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ต่อองค์กร
3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

Steers & Porter (1997, อ้างถึงใน รัชฎญลักษณ์ บรรจงแก้ว, 2548) ได้ศึกษาและวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มบุคคลหลายกลุ่ม และได้นิยามความหมายของความผูกพันต่อองค์กร ไว้ 2 แนวทางด้วยกัน คือ

แนวทางแรก ให้คำนิยามว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลที่เป็นผลจากการลงทุนลงแรงในองค์กร จนมีผลงานและไม่สามารถที่จะถอนทุนเหล่านั้นกลับคืนมาได้ การสร้างผลงานไว้ในองค์กรทำให้เกิดพันธะหรือความผูกพัน โดยใช้เหตุผลในเชิงเศรษฐศาสตร์เข้ามาอธิบายว่า บุคคลยังลงทุนลงแรงให้กับองค์กรก็ยังคงมีความผูกพันต่อองค์กร

แนวทางสอง ให้คำนิยามว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อองค์กร เป็นการหล่อหลอมความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กร เรียกว่า ความผูกพันเชิงความรู้สึก ซึ่งเป็นภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

2.1.2 ความสำคัญ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้น เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ระดับของปัจจัย ความผูกพันขององค์กร และนำผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สำหรับพนักงาน ผู้บริหาร และองค์กร มีส่วนสำคัญในการนำไปพัฒนา เป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2.1.3 ทฤษฎี

แนวคิดของ Aon Hewitt (2011, อ้างถึงใน ฌัฐ เลิศพงศพัศ, 2560) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาในงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้ให้ความหมายของความผูกพันของพนักงานไว้ว่า เป็นสิ่งที่แสดงออกได้ทางพฤติกรรมที่เห็นได้จาก

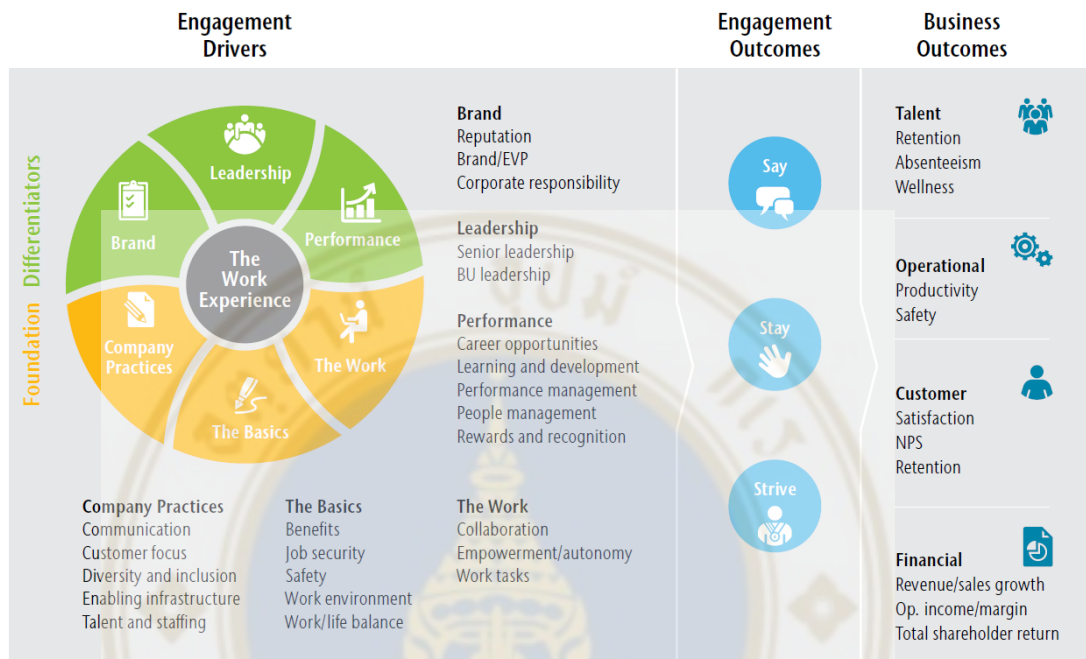
1. การพูด (Say) จะเป็นการพูดถึงองค์กรในด้านบวก
2. การดำรงอยู่ (Stay) จะเป็นการประสงค้ของพนักงานที่จะเป็นพนักงานต่อไป
3. ความพยายามเต็มความสามารถของพนักงาน (Strive) ที่จะช่วยเหลือสนับสนุน

ธุรกิจขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

โดยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานมี 6 ประการ ดังนี้

1. แบรินด์ (Brand) ได้แก่ ชื่อเสียงขององค์กร ผู้บริหาร บรรษัทภิบาลหรือความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ภาวะผู้นำ (Leadership) ได้แก่ ภาวะผู้นำระดับอาวุโส ภาวะผู้นำระดับหน่วยธุรกิจ
3. ผลการดำเนินงาน (Performance) ได้แก่ โอกาสในอาชีพ การเรียนรู้และพัฒนา การบริหารผลการดำเนินงาน การบริหารคน ผลตอบแทนและการให้ความสำคัญแก่พนักงาน
4. แนวปฏิบัติขององค์กร (Company Practices) ได้แก่ การสื่อสาร การให้ความสำคัญกับลูกค้า โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ในการทำงาน และการบริหารความสามารถและการคัดเลือกพนักงาน
5. ปัจจัยความต้องการพื้นฐาน (The basics) ได้แก่ ผลประโยชน์ ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน
6. ปัจจัยเกี่ยวกับงาน (The work) ได้แก่ ความร่วมมือ การมอบอำนาจหรืออำนาจการตัดสินใจ และลักษณะงาน

ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจะส่งผลให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรด้วยความทุ่มเทและเต็มใจ การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพประสิทธิผล ลูกค้าพึงพอใจและลดอัตราการเสียดูกค้า (Churn rate) อันจะนำมาสู่เป้าหมายทางการเงินคือ อัตราการเติบโตของยอดขาย รายได้ และกำไรทางธุรกิจ



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานตามแนวคิดของ Aon Hewitt (Aon Hewitt, 2015)

แนวคิดของ The Gallup Organization (2006, อ้างถึงใน ณัฐ เลิศพงศพัศ, 2560) เกี่ยวกับปัจจัย 12 ประการ (Q12 ของ Gallup) ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดตามทัศนะของ The Gallup Organization ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาซึ่งมีชื่อเสียง และกล่าวได้ว่าเป็นผู้ริเริ่มของการศึกษาเรื่อง ความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) โดยบริษัทก่อตั้งเมื่อปี 1935 โดย Dr. George Gallup จากการศึกษาถึงพฤติกรรมและธรรมชาติของมนุษย์ โดยทำการสำรวจพนักงานจำนวน 1.98 ล้านคน จากองค์กรทั้งหมด 36 แห่ง จาก 21 อุตสาหกรรม ใน 28 ประเทศ โดยใช้ Meta-Analysis เพื่อค้นหาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน จากการสำรวจทำให้ Gallup ค้นพบคำถาม 12 ประการ (Q12) ที่สามารถวัดความผูกพันของพนักงานได้อย่างแท้จริง ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างคำถามที่ใช้วัดความผูกพันของพนักงานทั้ง 12 ประการ กับ อัตราการลาออก (Turnover) การรักษานักงาน (Retention) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า (Customer Metrics) ความปลอดภัย (Safety) ผลผลิต (Productivity) และการสร้างผลกำไร (Profitability) ซึ่งจะส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจขององค์กร คำถาม 12 ประการ (Q12) ได้กลายเป็นคำถามที่ใช้ในการวัดความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) โดยแบ่งข้อคำถามตามลำดับขั้นของความผูกพัน

(Hierarchy of Engagement) ประกอบไปด้วย 12 คำถาม ดังต่อไปนี้ (The Gallup Organization, 2003 อ้างใน จิรประภา อัครบวร, 2549)



ภาพที่ 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานตามแนวคิดของ Gallup (Gallup, 2012 อ้างใน จิรประภา อัครบวร, 2549)

ด้านความต้องการพื้นฐาน (Basic Need)

1. ฉันรู้ว่าฉันถูกคาดหวังอะไรบ้างในการทำงาน (I know what's expected of me at work)
2. ฉันมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม (I have materials and equipment to do work right)

ด้านการสนับสนุนการบริหาร (Management Support)

3. ณ ที่ทำงานฉันมีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ฉันทำได้ดีที่สุดทุกวัน (At work, I have opportunity to do what I do best every day)
4. ในช่วง 7 วันที่ผ่านมา ฉันได้รับการยกย่องหรือชมเชยในงานที่ออกมาดี (In the last seven days, I have received recognition or praise for doing good work)
5. ฉันมีหัวหน้าหรือคนที่ทำงานคอยดูแลเอาใจใส่ฉัน (My Supervisors, or someone at work, seem to care about me as a person)

6. มีบางคนในที่ทำงานคอยสนับสนุนฉันให้ได้รับการพัฒนา (There are someone at work who encourage development)

7. ในที่ทำงานความคิดเห็นของฉันได้รับการยอมรับ (At work my opinions seem to count) ด้านสัมพันธภาพ (Relatedness)

8. พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้ฉันรู้สึกว่าการงานของฉันนั้นสำคัญ (The mission or purposes of company make me feel my job is important)

9. เพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของฉันทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้งานมีคุณภาพ (My associates or follow employees are committed to doing quality work)

10. ฉันมีเพื่อนที่ดีที่สุดในที่ทำงาน (I have a best friend at work)

ด้านความก้าวหน้าในงาน (Growth)

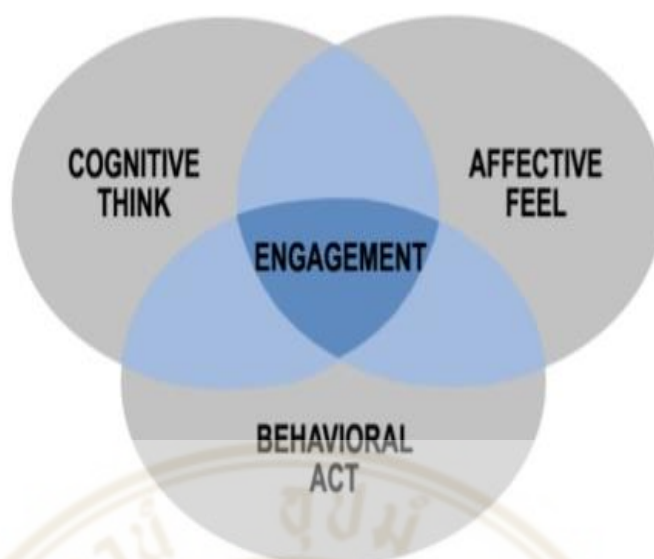
11. ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมามีคนในที่ทำงานพูดถึงความก้าวหน้าในงานของฉัน (In the last six months, someone at work has talked to me about my progress)

12. เมื่อปีที่ผ่านมาฉันได้มีโอกาสที่ได้เรียนรู้และเติบโตในที่ทำงาน (This last year, I have had opportunity to learn and grow at work)

แนวคิดของ ISR (2004, อ้างถึงใน ปาริชาติ บัวเป็ง, 2554) เป็นสถาบันวิจัยและเป็นที่ปรึกษาทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ก่อตั้งในปี 1974 ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงาน โดยทำการสำรวจพนักงานจำนวน 160,000 ล้านคน จาก 40 บริษัท ใน 10 ประเทศ และหลายอุตสาหกรรม ใช้ระยะเวลา 3 ปี ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่มีระดับความผูกพันของพนักงานอยู่ในระดับสูง จะมีแนวโน้มมีผลการปฏิบัติงาน และผลกำไรสูงด้วย ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มีการจัดทำ 3D Model of Engagement โดยเป็นการนิยามถึงความผูกพันของพนักงานที่มี 3 มิติ คือ

1. ด้านความคิด (Cognitive) หมายถึง สิ่งที่พนักงานคิดต่อองค์กร
2. ด้านความรู้สึก (Affective) หมายถึง สิ่งที่พนักงานรู้สึกต่อองค์กร
3. ด้านพฤติกรรม (Behavioral) หมายถึง พฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกมาใน

องค์กร



ภาพที่ 2.3 The ISR Model of Employee Engagement (ISR, 2008 อ้างใน ปารีชาติ บัวเป็ง, 2554)

ISR ได้อธิบายไว้ว่าในแต่ละองค์กรจะมีมิติของความผูกพันของพนักงานที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม กลยุทธ์ขององค์กร และ ISR ยังได้นำเสนอปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ประกอบด้วย 4 ตัวแปร คือ

1. การพัฒนาอาชีพ (Career Development) หมายถึง การให้โอกาสในการเติบโต และการพัฒนาตนเองของพนักงาน
2. ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง ค่านิยม จริยธรรม ของผู้ที่ เป็นผู้นำ และการปฏิบัติ ต่อพนักงาน
3. การมอบอำนาจ (Empowerment) หมายถึง การให้พนักงาน ได้มีส่วนร่วมในงานที่ เกี่ยวข้อง มีอำนาจในการตัดสินใจ
4. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) หมายถึง การได้รับการยอมรับจากสาธารณชน ภายนอกที่มององค์กร

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยในประเทศ

ผลงานวิจัยของ ปารีชาติ บัวเป็ง (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงาน บริษัท ไคกัน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความ

ผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยที่พนักงานรู้สึกว่าจะทำให้มีความผูกพันกันองค์กร คือ พนักงานมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท เพื่อนร่วมงานที่เปรียบเสมือนคนในครอบครัวของตัวเอง และองค์กรนี้เปรียบเสมือนบ้านของตัวเอง ส่วนในด้านบรรทัดฐานทางสังคมของพนักงาน บริษัท ไคกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) พนักงานมีความยินดีและพร้อมเสมอที่จะตอบแทนบุญคุณองค์กรนี้ ด้วยการทำทุกอย่างเพื่อให้องค์กรก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ พนักงานคิดว่าองค์กรนี้สมควรที่จะได้รับความจงรักภักดีจากพนักงาน และพนักงานไม่เคยมีความคิดที่จะย้ายไปร่วมงานกับองค์กรคู่แข่ง และด้านความต่อเนื่อง พนักงานยังคงอยากที่จะทำงานกับบริษัทต่อไป เนื่องจากได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เหมาะสม พนักงานคิดว่าองค์กรนี้ให้ในสิ่งที่ท่านต้องการมากกว่าองค์กรอื่น และองค์กรนี้สามารถตอบสนองในสิ่งที่ท่านต้องการได้อย่างเพียงพอ

ผลงานวิจัยของ ปัทมา เจริญพรพรหม (2558) ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันในงาน และความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานกลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าบริโภคข้ามชาติแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และความผูกพันในงานด้านความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน มีอำนาจในการทำนายความผูกพันต่อองค์กร อธิบายได้ว่านอกจากปัจจัยด้านการรับรู้ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจแล้ว สิ่งที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรยังมีส่วนที่เกี่ยวกับความผูกพันในงานด้านความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันด้วย กล่าวคือ การที่องค์กรเห็นถึงความสำคัญในเรื่องการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถรู้สึกว่าคุณได้มีส่วนร่วม และรับผิดชอบในเรื่องที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งก็จะสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเดวิส และ นิวสตรอม (Davis & Newstrom, 1985) การที่กล่าวได้ว่าพนักงานหนึ่งคนมีความผูกพันในงานนั้น ต้องแสดงให้เห็นถึงความผูกพันทางจิตใจต่องานที่ทำ ไม่ใช่แค่ทำงานตามหน้าที่ บุคคลต้องแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์เพื่อบรรลุเป้าหมายงาน แทนที่จะรอฟังคำสั่งเพียงอย่างเดียว

ผลงานวิจัยของ พิรินทร์ชา (2554, อ้างใน เจมินี่ เจนอาร์วรงค์, 2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความผูกพันของพนักงาน ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท เบสท์ เพอฟอร์แมนซ์ เอ็นจิเนียริง จำกัด เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เพื่อที่บริษัทจะได้นำไปพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคล และสามารถจูงใจให้พนักงานอุทิศกายและใจให้กับงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส หน่วยงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน รายได้ กลุ่มประชากร ปัจจัยด้านลักษณะงาน และ ปัจจัยด้านประสบการณ์

การทำงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 185 คน ผลจากการวิจัยพบว่า พนักงานมีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของเพศ ด้านหน่วยงาน ด้านตำแหน่งงาน และด้านรายได้ที่แตกต่างกันนั้น มีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน จะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ไม่แตกต่างกัน พนักงานมีปัจจัยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะงานอยู่ในระดับสูง ในเรื่องของความสำคัญของลักษณะงานที่รับผิดชอบการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นต่อผู้บังคับบัญชา งานที่มีโอกาสติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ความเข้าใจกระบวนการทำงาน ยกเว้นในด้าน โอกาสความก้าวหน้าในงาน ผลป้อนกลับของงาน และลักษณะงานที่ทำหาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสพการณ์การทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องของความรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อองค์กร และด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร จะมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ปัจจัยลักษณะงานและปัจจัยประสพการณ์การทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในเชิงบวกทั้งคู่

ผลงานวิจัยของ สุพัตรา ฉัตรชัยโสภณ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความผูกพันและค่าตอบแทนจากองค์กร กรณีศึกษาพนักงานบริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ พบว่ามีระดับความผูกพันต่อองค์กรเฉลี่ยในระดับมาก และปัจจัยที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความผูกพันกับองค์กรคือ พนักงานมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และพนักงานพร้อมที่จะอยู่กับองค์กรเนื่องจากมีความผูกพันกับบุคคลในองค์กร รวมถึงพนักงานพร้อมที่จะเสียสละและอุทิศตนอย่างสุดความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าตอบแทนจากองค์กรของพนักงานบริษัทดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ พบว่า พนักงานมีความเห็นว่าองค์กรควรมีการปรับอัตราเงินเดือนเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ การขึ้นเงินเดือนหรือเลื่อนตำแหน่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในองค์กร

ผลงานวิจัยของ ณิชู เลิศพงศพัศ (2560) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพธนาคม จำกัด พบว่าปัจจัย 5 อันดับแรกที่มีความสำคัญ อันได้แก่ รายได้/ผลตอบแทน ด้านลักษณะงาน หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และผู้บริหาร เป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานบริษัท กรุงเทพธนาคม จำกัด เกิดความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนัก และให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว เพื่อช่วยให้พนักงาน บริษัท กรุงเทพธนาคม จำกัด เกิดความผูกพันกับองค์กร

2.2.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Wilson and Laschinger (1994, อ้างใน ปาริชาติ บัวเป็ง, 2554) ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลที่ไม่ใช่ระดับหัวหน้าแผนก เป็นจำนวน 92 คนในโรงพยาบาลขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อองค์กรแล้วพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ทำงาน ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

Morrison et al (1997, อ้างใน วัชรภรณ์ มีสมบูรณ์, 2549) ศึกษาโดยทำการสำรวจพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นจำนวน 307 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาความผูกพันของพนักงานในโรงงานแล้วพบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งการทำงานที่สูงจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่สูง มีความตั้งใจจะลาออกน้อยกว่าพนักงานในระดับล่าง และตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลอื่น ได้แก่ อายุ เพศ หน่วยงานมีชื่อเสียง ความมีอิสระในการทำงาน มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงต่อความผูกพันในองค์กร

Buchanan (1974, อ้างใน ประดิษฐพงษ์ สร้อยเพชร, 2557) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของผู้บริหารในภาคเอกชนและภาครัฐบาล ได้พบว่าตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลที่เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดกับระดับความผูกพันต่อองค์กร คือ ระยะเวลาในการทำงานให้กับองค์กรนั่นเอง โดยหมายถึง พนักงานในองค์กรที่มีอายุงานนานก็ยิ่งมีความผูกพันต่อองค์กรมาก

Knoop (1995, อ้างใน ปัทมา เจริญพรพรหมม, 2558) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันในงาน ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาล โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นอาจารย์สอนพยาบาลจำนวน 171 คน จากโรงพยาบาลทั้งหมด 11 แห่ง และวิทยาลัยพยาบาลจำนวน 3 แห่ง ที่อยู่ทางตอนใต้ของรัฐออนตารีโอ พบว่า ความผูกพันในงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม แต่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 2 ด้าน คือ ความพึงพอใจในงานและการได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่ง และความผูกพันในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ผลการทบทวนวรรณกรรมที่มีต่องานวิจัยนี้

2.3.1 วิเคราะห์ทฤษฎีและงานวิจัย

ผลงานวิจัยของ ปาริชาติ บัวเป็ง (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไคกัน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยที่พนักงานรู้สึกว่าจะทำให้มีความผูกพัน

กับองค์กร คือ พนักงานมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท เพื่อนร่วมงานที่เปรียบเสมือนคนในครอบครัวของตัวเอง และองค์กรนี้เปรียบเสมือนบ้านของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aon Hewitt (2011, อ้างถึงใน ฌัฐ เลิศพงศพัศ, 2560) ที่ว่าความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่แสดงออกได้ทางพฤติกรรมที่เห็นได้จากการพูดถึง (Say) องค์กรในด้านบวก

ส่วนในด้านบรรทัดฐานทางสังคมของพนักงาน บริษัท ใดกิน อินคัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) พนักงานมีความยินดีและพร้อมเสมอที่จะตอบแทนบุญคุณองค์กรนี้ ด้วยการทำทุกอย่างเพื่อให้องค์กรก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aon Hewitt (2011, อ้างถึงใน ฌัฐ เลิศพงศพัศ, 2560) ที่ว่าความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่แสดงออกได้ทางพฤติกรรมที่เห็นได้จากการความพยายามเต็มความสามารถ (Strive) ที่จะช่วยเหลือสนับสนุนธุรกิจขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ส่วนความคิดพนักงานที่คิดว่าองค์กรนี้สมควรที่จะได้รับความจงรักภักดีจากพนักงาน และพนักงานไม่เคยมีความคิดที่จะย้ายไปร่วมงานกับองค์กรคู่แข่ง และด้านความต่อเนื่อง พนักงานยังคงอยากที่จะทำงานกับบริษัทต่อไป เนื่องจากได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เหมาะสม พนักงานคิดว่าองค์กรนี้ให้ในสิ่งที่ท่านต้องการมากกว่าองค์กรอื่น และองค์กรนี้สามารถตอบสนองในสิ่งที่ท่านต้องการได้อย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aon Hewitt (2011, อ้างถึงใน ฌัฐ เลิศพงศพัศ, 2560) ที่ว่าความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่แสดงออกได้ทางพฤติกรรมที่เห็นได้จากการดำรงอยู่ (Stay) เป็นความประสงค์ของพนักงานที่จะเป็นพนักงานต่อไป

2.3.2 ผลการทบทวนวรรณกรรมที่มีต่องานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยงานวิจัยดังกล่าวศึกษาธุรกิจเฉพาะด้าน เช่น ธุรกิจการธนาคาร ธุรกิจร้านอาหาร หรือมีกลุ่มตัวอย่างเป็นหน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัท ดิเคเอสเอช (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจ FMCG แต่ยังไม่พบการวิจัยความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย อย่างไรก็ตามผลจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีองค์กรประกอบด้วยหลายตัวแปร ได้แก่ ด้านแบรนด์ แนวคิดของ ISR (2004, อ้างถึงใน ปารีชาต บัวเป็ง, 2554) ภาวะผู้นำ ผลการดำเนินงาน แนวปฏิบัติขององค์กร ปัจจัยพื้นฐาน ปัจจัยเกี่ยวกับงาน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ล้วนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

จากปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานจากทฤษฎี Aon Hewitt (2015) และ The Gallup (2012 อ้างใน จิรประภา อัครบวร, 2549) ที่มีองค์ประกอบหลายตัวแปรดังกล่าว ผู้วิจัยนำมา

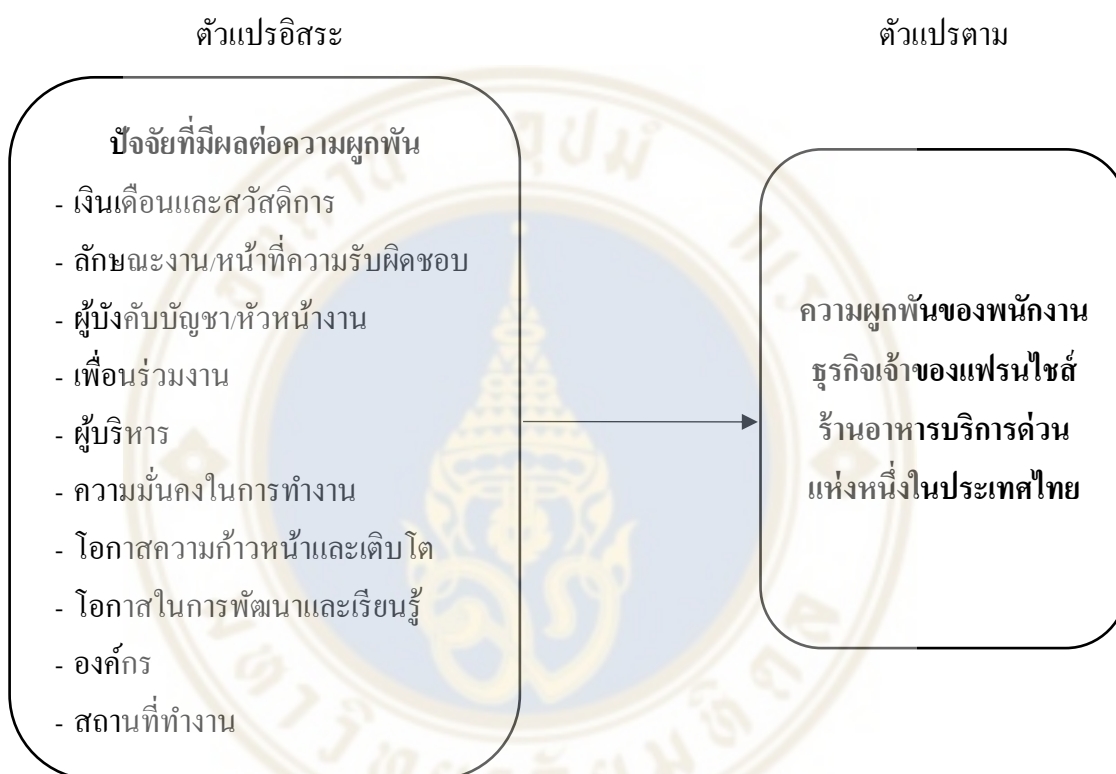
ปรับและประยุกต์ใช้ในการออกแบบรูปแบบของแบบสอบถาม โดยทำการเลือกปัจจัยมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน อันได้แก่ รายได้ค่าตอบแทน ลักษณะของงาน ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในการทำงาน โอกาสความก้าวหน้า การได้ความรู้ องค์กร และสถานที่ทำงาน และปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ แผนก เงินเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

กรอบแนวคิดงานวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ Aon Hewitt (2015) และ The Gallup (2011 อ้างถึงใน ณัฐ เลิศพงศพัศ, 2560) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาในงานด้านทรัพยากรมนุษย์ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานมี 6 ประการ (แบรนด์, ภาวะผู้นำ, ผลการดำเนินงาน, แนวปฏิบัติขององค์กร, ปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยเกี่ยวกับงาน) และผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ให้มี 10 ปัจจัย

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลด้วยวิธีเชิงปริมาณ โดยการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม และเวลาที่จำกัด
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยศึกษาจากรายละเอียดข้อมูลบริษัท อันได้แก่ โครงสร้างองค์กร จำนวนพนักงาน และอัตราการลาออกของพนักงานจากฝ่ายบุคคลของบริษัท

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์คือ พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวน 40 คน จากพนักงานทั้งหมด 80 คน เนื่องจากเป็นองค์กรขนาดกลาง และพนักงานสามารถปฏิบัติงานนอกสถานที่ได้

การสุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ทั้ง 9 แผนก โดยแจกแบบสอบถามให้กับพนักงาน และได้รับแบบสอบถามกลับจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 45

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นภาษาไทย และเป็นคำถามปลายปิด (Closed – Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่วัดตัวแปรต่างๆ ดังต่อไปนี้ (รายละเอียดคุณภาพผนวก)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- สถานภาพสมรส
- แผนก/หน่วยงานที่สังกัด
- ระยะเวลาการปฏิบัติงาน
- เงินเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่วัดระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน ที่ว่าแต่ละปัจจัยที่มีให้อยู่ในระดับใด จำนวน 30 ข้อ (10 ปัจจัย ปัจจัยละ 3 ข้อ) และมีการกำหนดค่า การประเมิน 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
มาก	เท่ากับ	4 คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
น้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน เป็น แบบสอบถามแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลโดยการเลือก 5 ปัจจัย จาก 10 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรมากที่สุด และมีค่าการประเมินดังนี้

ลำดับที่ 1	เท่ากับ	5 คะแนน
ลำดับที่ 2	เท่ากับ	4 คะแนน
ลำดับที่ 3	เท่ากับ	3 คะแนน
ลำดับที่ 4	เท่ากับ	2 คะแนน
ลำดับที่ 5	เท่ากับ	1 คะแนน

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มานั้น จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 36 ชุด และตรวจแบบสอบถามที่ได้มาทุกฉบับเพื่อดูความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์

2. ทำการบันทึกข้อมูล โดยการให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น

3. ทำการประมวลผลลักษณะทั่วไปของประชากร จะใช้การวิเคราะห์สถิติแบบร้อยละ (Percentage) และ ค่าความถี่ (Frequency)

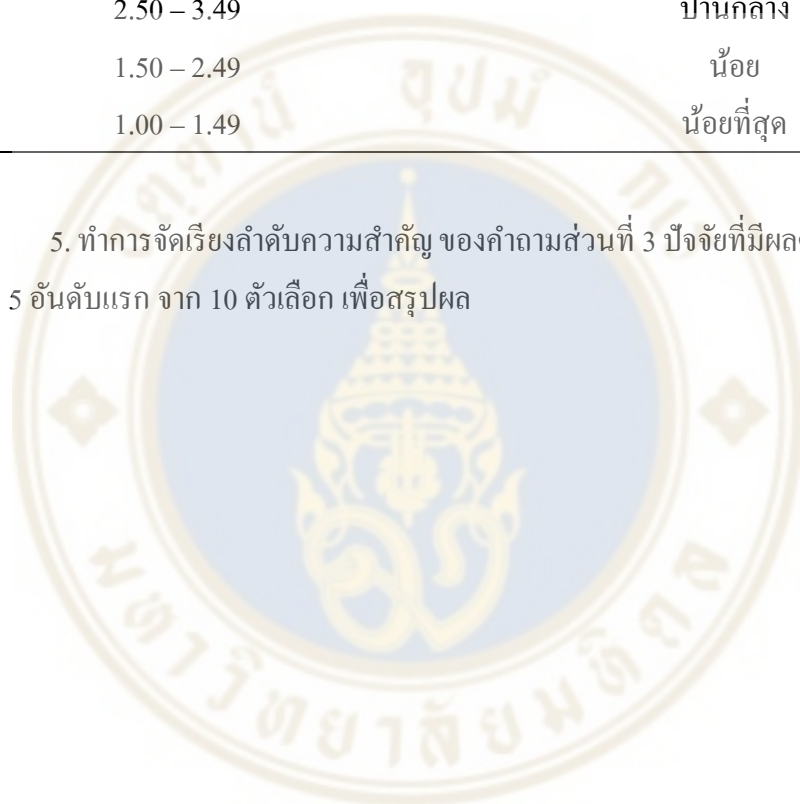
4. ทำการแปรผลจากคะแนนของแบบสอบถามเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรทำการรวมคะแนนจากแบบสอบถามในทุกๆข้อ ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนที่ 2 ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน ที่ว่าแต่ละปัจจัยที่มีให้อยู่ในระดับใด โดยการวัดความคิดเห็นของพนักงานแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การ

วิเคราะห์สถิติแบบค่าเฉลี่ย (Average) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ จัดอันดับจากค่าเฉลี่ย โดยใช้การกำหนดระดับค่าเฉลี่ยต่อการแปลความหมายดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 การกำหนดระดับค่าเฉลี่ยต่อการแปลความหมายของระดับความคิดเห็น

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

5. ทำการจัดเรียงลำดับความสำคัญ ของคำถามส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน 5 อันดับแรก จาก 10 ตัวเลือก เพื่อสรุปผล



บทที่ 4 ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทต่างชาติ สัญชาติอเมริกัน และก่อตั้งในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 35 ปี ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 ชุด และนำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสามารถนำเสนอแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ระดับของแต่ละปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน
- 4.3 อันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทั่วไปของพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ แผนกหรือหน่วยงานที่สังกัด ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และเงินเดือน โดยนำมาวิเคราะห์โดยวิธีแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และนำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียงตามตาราง 4.1 – 4.7 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	26	72.20
ชาย	10	27.80
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 26 คน คิดเป็น ร้อยละ 72.20 และเป็นเพศชาย มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80

ตาราง 4.2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	6	16.70
31 – 40 ปี	25	69.40
41 – 50 ปี	4	11.10
50 ปีขึ้นไป	1	2.80
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 69.40 รองลงมาอายุต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ถัดมา อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยที่สุด

ตาราง 4.3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	2.80
ปริญญาตรี	18	50.00
ปริญญาโท	17	47.20
ปริญญาเอก	0	00.00
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา ระดับปริญญาโท มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตาราง 4.4 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	20	55.56
สมรส	16	44.44
หม้าย/หย่า	0	00.00
แยกกันอยู่	0	00.00
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่สถานภาพโสด มีจำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.56 และสถานภาพสมรส มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44

ตาราง 4.5 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแผนก

แผนก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Managing Director	2	5.60
Human Resources	12	33.30
Operations	4	11.10
Marketing	4	11.10
Digital	5	13.90
Delivery	1	2.80
Finance	3	8.30
Business Development	4	11.10
Legal	1	2.80
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานฝ่าย Human Resources มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมา ฝ่าย Digital มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 ถัดมา ฝ่าย Operations ฝ่าย Marketing และฝ่าย Business Development มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 เท่ากัน ถัดมา ฝ่าย Finance มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ถัดมา ฝ่าย Managing Director

มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.60 และฝ่าย Delivery กับฝ่าย Legal มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 เท่ากัน

ตาราง 4.6 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ระยะเวลาปฏิบัติงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	10	27.80
1 - 5 ปี	17	47.20
6 - 10 ปี	3	8.30
11 - 15 ปี	4	11.10
16 - 20 ปี	2	5.60
20 ปีขึ้นไป	0	00.00
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.6 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานระหว่าง 1-5 ปี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 รองลงมา ปฏิบัติต่ำกว่า 1 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 ถัดมา ปฏิบัติงานระหว่าง 11-15 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 ถัดมา ปฏิบัติงานระหว่าง 6-10 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.60

ตาราง 4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับเงินเดือน

ระดับเงินเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000	3	8.30
20,001 - 40,000	3	8.30
40,000 - 60,000	6	16.70
60,001 - 80,000	8	22.20
80,001 - 100,000	3	8.30
100,001 - 300,000	13	36.10
300,001 - 600,000	0	00.00
600,000 - 900,000	0	00.00

ตาราง 4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับเงินเดือน (ต่อ)

ระดับเงินเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
900,000 บาทขึ้นไป	0	00.00
รวม	36	100.00

จากตาราง 4.7 พบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่มีเงินเดือนระหว่าง 100,001 – 300,000 บาท มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 รองลงมา มีเงินเดือนระหว่าง 60,000 – 80,000 บาท มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 22.20 ถัดมา มีเงินเดือนระหว่าง 40,000 – 60,000 บาท มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ถัดมา มีเงินเดือนไม่เกิน 20,000 บาท เงินเดือน 20,001 – 40,000 บาท และเงินเดือนระหว่าง 80,000 – 100,000 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 เท่ากัน

4.2 ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน

การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับของแต่ละปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ว่าแต่ละปัจจัยที่มีให้อยู่ในระดับใด จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน ได้แก่ เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะของงาน ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้บริหาร ความมั่นคงในการทำงาน โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต โอกาสการพัฒนาและเรียนรู้ องค์กร และสถานที่ทำงาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการอธิบายผลของข้อมูลได้ ตามตาราง 4.8 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.8 ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	แปลความ	ลำดับ
องค์กร	3.84	0.97	มาก	1
สถานที่ทำงาน	3.81	0.73	มาก	2
เพื่อนร่วมงาน	3.74	0.88	มาก	3
ลักษณะของงาน/หน้าที่ความรับผิดชอบ	3.72	0.79	มาก	4
เงินเดือนค่าตอบแทน และสวัสดิการ	3.68	0.92	มาก	5
ผู้บังคับบัญชา	3.64	0.78	มาก	6
ผู้บริหาร	3.56	0.69	มาก	7

ตาราง 4.8 ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน (ต่อ)

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	แปลความ	ลำดับ
ความมั่นคงในการทำงาน	3.48	0.67	ปานกลาง	8
โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้	3.28	0.67	ปานกลาง	9
โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต	3.00	0.75	ปานกลาง	10
รวม	3.58	0.26	มาก	-

จากตาราง 4.8 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับมากที่สุดคือ องค์กร ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.97) ถัดไป คือ สถานที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.73) และเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ ส่วนลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับน้อยที่สุด คือ โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.75) ถัดไป คือ โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.67) และ ความมั่นคงในการทำงาน ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

4.3 อันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

การวิเคราะห์เกี่ยวกับอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน และปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน 10 ปัจจัย ได้แก่ เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะของงาน ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้บริหาร ความมั่นคงในการทำงาน โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต โอกาสการพัฒนาและเรียนรู้ องค์กร และสถานที่ทำงาน โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานกับองค์กร 5 ปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าคะแนน และจัดเรียงตามอันดับที่มีความสำคัญมากที่สุด ไปยังอันดับที่มีความสำคัญน้อยที่สุด ตามตาราง 4.9 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.9 อันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

ปัจจัย	คะแนนรวม	ค่าร้อยละ	ลำดับคะแนน
เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ	130	20.63	1
ลักษณะงาน	105	16.67	2
ผู้บังคับบัญชา	99	15.71	3
องค์กร	70	11.11	4
โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต	61	9.68	5
ความมั่นคงในการทำงาน	51	8.10	6
โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้	34	5.40	7
เพื่อนร่วมงาน	29	4.60	8
ผู้บริหาร	27	4.29	9
สถานที่ทำงาน	24	3.81	10
รวม	630	100.00	-

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร ธุรกิจร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 36 คน ลำดับที่ 1 คือ เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ 130 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 20.63 ลำดับที่ 2 คือ ลักษณะงาน 105 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ลำดับที่ 3 คือ ผู้บังคับบัญชา 99 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 15.71 ลำดับที่ 4 คือ องค์กร 70 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 11.11% และลำดับที่ 5 คือ โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต 61 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 9.68

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 ชุด มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีผลต่อพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพัน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย กพันของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของพนักงานกับปัจจัยความผูกพัน ในธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาดังนี้เป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 72.2 อายุของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.4 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50 สถานภาพส่วนใหญ่โสด คิดเป็นร้อยละ 54.3 พนักงานส่วนใหญ่ปฏิบัติงานฝ่าย Human Resources คิดเป็นร้อยละ 33.3 โดยมีระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.2 และรายได้ต่อเดือนของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 100,001 – 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.1

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีผลกับพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า พนักงานรู้สึกว่ ระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านองค์กร ที่มีชื่อเสียง มีพันธกิจหรือเป้าหมายขององค์กร มีความเชื่อมั่นและยอมรับแนวทางการปฏิบัติงาน

ค่านิยมขององค์กร และระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โอกาสความก้าวหน้าและเติบโตในที่ทำงาน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร 5 ลำดับแรก คือ เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน ผู้บังคับบัญชา โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต และเพื่อนร่วมงาน มีความสำคัญมาก ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย มีรายละเอียดการอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กร ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย พบว่า ระดับของปัจจัยความผูกพันขององค์กร โดยมากมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดลำดับแรก คือ องค์กร นั้นหมายถึง พนักงานมีความรู้สึกภูมิใจที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้พนักงานรู้สึกทำงานสำคัญ พนักงานรู้สึกเชื่อมั่นและยอมรับแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุพัตรา นัทรชัยโสภณ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความผูกพันและค่าตอบแทนจากองค์กร กรณีศึกษาพนักงานบริษัท ดีเคเอส เอช (ประเทศไทย) จำกัด หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยพบว่ามีระดับความผูกพันต่อองค์กรเฉลี่ยในระดับมาก และปัจจัยที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีความผูกพันกับองค์กรคือ พนักงานมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และพนักงานพร้อมที่จะอยู่กับองค์กร เนื่องจากมีความผูกพันกับบุคคลในองค์กร รวมถึงพนักงานพร้อมที่จะเสียสละและอุทิศตนอย่างสุดความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน 3 ลำดับแรก คือ เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน และผู้บังคับบัญชา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชู เลิศพงศพัศ (2560) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาบริษัท กรุงเทพธนาคม จำกัด ที่พบว่า เหตุผลที่ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ รายได้/ผลตอบแทน ต้องมีความเพียงพอกับค่าครองชีพของพนักงาน ปัจจัยรองลงมาคือลักษณะงาน

มีอิสระในการทำงาน และปัจจัยที่ 3 คือ หัวหน้างาน ที่คอยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน ไม่ถือตัวให้ความเป็นกันเองกับพนักงาน ให้อิสระในการทำงาน มีเหตุผล และเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยทำการเปรียบเทียบอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ทำการเรียงจากความสำคัญมากไปน้อย กับ ระดับของแต่ละปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน ทำการเรียงลำดับปัจจัยจากค่าเฉลี่ยจากน้อยไปมาก ตามตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 5.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร เทียบกับ ระดับของแต่ละปัจจัย ความผูกพันขององค์กรที่มีให้กับพนักงาน

อันดับ	ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร	คะแนน	ระดับของแต่ละปัจจัยความผูกพันขององค์กร	\bar{X}
1	เงินเดือน และสวัสดิการ	130	โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต	3.00
2	ลักษณะงาน	105	โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้	3.28
3	ผู้บังคับบัญชา	99	ความมั่นคงในการงาน	3.48
4	องค์กร	70	ผู้บริหาร	3.56
5	โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต	61	ผู้บังคับบัญชา	3.64
6	ความมั่นคงในการทำงาน	51	เงินเดือน และสวัสดิการ	3.68
7	โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้	34	ลักษณะงาน	3.72
8	เพื่อนร่วมงาน	29	เพื่อนร่วมงาน	3.74
9	ผู้บริหาร	27	สถานที่ทำงาน	3.81
10	สถานที่ทำงาน	24	องค์กร	3.84
	รวม	630	รวม	3.58

จากตาราง 5.1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่มีความสำคัญ 5 ลำดับแรก คือ เงินเดือน

ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน ผู้บังคับบัญชา องค์กร และความก้าวหน้าและเติบโตตามลำดับ ส่วนระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อย 5 ลำดับแรก คือ โอกาส ความก้าวหน้าและเติบโต โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้ ความมั่นคงในการทำงาน ผู้บริหาร และผู้บังคับบัญชา ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอสรุปข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.3.1 เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน และองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน และองค์กร เป็นปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ที่มีลำดับความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 และอันดับที่ 4 ตามลำดับ และพบว่าองค์กรมีระดับของปัจจัย เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน และองค์กร ในค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ที่สูงอยู่แล้ว แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีโครงสร้างเงินเดือนและสวัสดิการที่ดีอยู่แล้ว สามารถแข่งขันได้ มีลักษณะของงานที่พนักงานทราบว่าถูกคาดหวังอะไรในการทำงาน สามารถทำได้ และพนักงานรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงควรรักษาระดับปัจจัยทั้งสามนี้ให้อยู่ให้อยู่ในระดับปัจจัยที่ดีให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยปัจจัยเรื่องเงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ควรมีการปรับปรุงทบทวนทั้งในส่วน โครงสร้างเงินเดือนรวมทั้งสวัสดิการ ซึ่งพิจารณาควบคู่กับผลประกอบการขององค์กร อัตราเงินเฟ้อ มีการเปรียบเทียบกับโครงสร้างเงินเดือนรวมถึงสวัสดิการกับองค์กรอื่นๆที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ปัจจัยด้านลักษณะงาน มีการพิจารณาปรับปรุงการวัดค่างานในแต่ละหน้าที่ต่างๆ ให้สะท้อนขอบเขตความรับผิดชอบเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ และเหมาะสมกับค่าตอบแทนที่ได้รับ จะต้องสร้างความท้าทายในการทำงานอย่างเหมาะสม สำหรับปัจจัยด้านองค์กร แม้ว่าจะเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว แต่ยังคงต้องสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) เช่น การบริจาคสิ่งของ ช่วยเหลือสังคม เพื่อรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร

5.3.2 ผู้บังคับบัญชา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บังคับบัญชาเป็นปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร มีความสำคัญลำดับที่ 3 ที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงานในองค์กร แต่เป็นระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) น้อยเป็นลำดับที่ 5 และเมื่อดูข้อมูลย่อยของระดับปัจจัย ผู้บังคับบัญชาพบว่า การรับฟังความคิดเห็นของลูกน้องในที่นั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการอบรมพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพในการเป็นผู้บังคับบัญชาที่ดีตามที่องค์กรและพนักงานคาดหวัง เช่น ผู้บังคับบัญชาที่ดีต้อง

มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาในทีม มีความสามารถในการบริหารปกครองได้อย่างเป็นธรรม เพื่อให้มีบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน และลดปัญหาขัดแย้งกันในการทำงานระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา นอกจากนี้บริษัทควรจัดกิจกรรมภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในที่ทำงาน

5.3.3 โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต

ผลการวิจัยพบว่า โอกาสความก้าวหน้าและเติบโตเป็นปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร มีความสำคัญลำดับที่ 5 ที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในองค์กร แต่เป็นระดับปัจจัยความผูกพันขององค์กรที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) น้อยที่สุด ดังนั้นองค์กรจึงควรจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (Individual Development Plan – IDP) เพื่อแสดงถึงผลการทำงานของพนักงานในแต่ละปี จุดอ่อน จุดแข็งของพนักงาน รายละเอียดการอบรมต่างๆ ให้เป็นกรอบแนวทางของผู้บังคับบัญชา และเปิดโอกาสให้พนักงานได้วางแผนเป้าหมายในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวร่วมกับผู้บังคับบัญชา มีการจัดทำหลักการประเมินผล การปรับตำแหน่งที่ยุติธรรม โปร่งใส และเหมาะสม มีการสื่อสารกับพนักงานให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น มีการพิจารณาการเลื่อนตำแหน่งทุก 2-3 ปี โดยพิจารณาผลการดำเนินงาน ความสามารถ คุณสมบัตินี้ และความประพฤติของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีโอกาสได้เติบโตในที่ทำงาน และเพิ่มความภักดีของพนักงานที่มีต่อองค์กร

5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ข้อจำกัดของการทำงานวิจัย คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมีเพียงจำนวน 36 คน จากพนักงานทั้งหมด 80 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 45 เท่านั้น ซึ่งน้อยกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ที่ 40 คน
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานแผนกบุคคลถึง 33.30% ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมความคิดเห็นของพนักงานในแผนกงานอื่นๆ
3. แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยของผู้วิจัยนั้น ยังไม่มีการเช็ค่าความเชื่อมั่น เนื่องจากผู้วิจัยทำการพัฒนาแบบสอบถามด้วยตนเอง
4. ผู้วิจัยวิเคราะห์ระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยใช้อัตราการลาออกของพนักงานที่มีค่ามากกว่าอัตราการลาออกที่ประเมินไว้ ดังนั้นแบบสอบถามของผู้วิจัยจึงไม่มีส่วนคำถามที่วัดระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

5. ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม เพื่อวัดค่าคะแนนความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรเท่านั้น

5.5 งานวิจัยที่ควรจะศึกษาในอนาคต

ในการศึกษางานวิจัยครั้งต่อไปในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1. ควรมีการเพิ่มจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยให้มีจำนวนที่มากกว่า 50% ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และครอบคลุมพนักงานทุกหน่วยงาน เพื่อให้สะท้อนความคิดเห็นของพนักงานมากที่สุด
2. ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ควรใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยให้มีผู้ตอบแบบสอบถามครบทุกแผนก และมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละแผนกในสัดส่วนที่เท่ากัน เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมความคิดเห็นของพนักงานมากที่สุด
3. ควรมีการตรวจเช็คค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามงานวิจัย เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความถูกต้องและแม่นยำมากที่สุด
4. ควรมีศึกษาการวัดระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยพัฒนาแบบสอบถามให้มีส่วนของการวัดระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
5. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ควบคู่กับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และเจาะลึกในตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน เพื่อให้สะท้อนความคิดเห็นของพนักงานมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- จิระประภา อัครบวร. (2549). **สร้างคนสร้างผลงาน**. กรุงเทพมหานคร : ก.พลพิมพ์.
- เจมินีน เจนอารีย์วงศ์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา : พนักงานบริษัทอายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่**. สารนิพนธ์ หลักสูตร ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขา การตลาด.
- ณัฐ เลิศพงศพัศ. (2560). **ความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท กรุงเทพธนาคม จำกัด**. สารนิพนธ์ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธัญญลักษณ์ บรรจงแก้ว. (2548). **ความผูกพันต่อองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานสรรพากร พื้นที่กรุงเทพมหานคร 7**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะรัฐศาสตร์ สาขาวิชารัฐศาสตร์.
- ประดิษฐพงษ์ สร้อยเพชร (2557). **ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและ เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งหนึ่ง ส่วนงานวิศวกรรมที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ปัทมา เจริญพรพรหม. (2558). **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันในงาน และความผูกพันต่อ องค์กร : กรณีศึกษาพนักงานกลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าบริโภคข้ามชาติแห่งหนึ่ง ในเขต กรุงเทพฯ**. งานวิจัยส่วนบุคคล หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาจิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์กร.
- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไดกิน อินดัสทรี ประเทศไทย (จำกัด)**. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะบริหารธุรกิจ วิชาเอกธุรกิจ ระหว่างประเทศ.
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วัชรภรณ์ มีสมบูรณ์. (2549). **ความผูกพันต่อองค์กรของลูกจ้างใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาบริหารธุรกิจ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศศิธร แสงส่อง. (2559). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ทีที แอนด์ เค ลอนดรี เซอร์วิส. จำกัด งานนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.
- สันต์ฤทัย ลีมีวีรพันธ์. (2550). ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) กรณีศึกษา บริษัท ระยองเพียวริไฟเออร์ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์และองค์กร) สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ คณะพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์.
- สุพัตรา ฉัตรชัยโสภณ. (2556). ปัจจัยด้านความผูกพันและค่าตอบแทนจากองค์กร กรณีศึกษา พนักงานบริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาวิชา การจัดการธุรกิจ.
- Aon Hewitt. (2015). **Aon Hewitt's Model of Employee Engagement**. n.p.: Aon.
- Harter, J.K., Schmidt, F.L., Hayes, T.L. (2002). **Business-unit-level Relationship between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes. A Meta-analysis.** Journal of Applied Psychology.
- Prakal's Blog. (2012). **Employee Engagement**. Retrieved February 2016, จาก <https://prakal.wordpress.com/2012/07/11/employee-engagement>
- Steers, R.M. and Porter, L.W. (1991). **Motivation and Work Behavior**. 5th ed. New York : McGraw-Hill.



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

แบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
กรณีศึกษา พนักงานธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการสอบถามในการเก็บข้อมูลของการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มาใช้ในการสร้างระบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และกำหนดนโยบาย ตลอดจนทิศทางการขององค์กรในด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กร

ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง คำตอบทุกคำตอบถือเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล และถือเป็นความลับ ไม่มีการสอบถามเกี่ยวกับชื่อของผู้ทำแบบสอบถาม ดังนั้นไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

แบบสอบถามชุดนี้มีคำถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานกับองค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

แบบสอบถามนี้ใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม กรุณาติดต่อ นางสาว ณัฐพร ฉันทะรัมย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

4. สถานภาพสมรส

- โสด สมรส
 หม้าย/หย่า แยกกันอยู่

5. แผนก/หน่วยที่สังกัด

- Managing Director Human Resources Operations
 Marketing Digital Delivery
 Finance Business Development Legal

6. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

- ต่ำกว่า 1 ปี 1 - 5 ปี 6 - 10 ปี
 11 - 15 ปี 16 - 20 ปี 20 ปีขึ้นไป

7. เงินเดือนและค่าตอบแทนรวมต่อเดือน

- ไม่เกิน 20,000 20,001 – 40,000 40,000 – 60,000
 60,001 – 80,000 80,001 – 100,000 100,001 – 300,000
 300,001 – 600,000 600,000 – 900,000 900,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานกับองค์กร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด

ที่ว่าองค์กรมีปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันในระดับใด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ						
1	ท่านคิดว่า ผลตอบแทนที่ท่านได้รับจากการทำงานคุ้มค่ากับความอดสาหัส					
2	ท่านมีความพึงพอใจกับสวัสดิการที่องค์กรมอบให้ท่าน					
3	ท่านมีความพึงพอใจกับเงินเดือนประจำที่ท่านได้รับ					
ลักษณะของงาน/หน้าที่ความรับผิดชอบ						
4	งานที่ท่านได้รับมอบหมายตรงกับความรู้ความสามารถของท่าน					
5	ท่านทราบว่า ท่านถูกคาดหวังอะไรบ้างในการทำงาน					
6	ท่านไม่มีปัญหาเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการกับงานที่ได้รับมอบหมาย					
ผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน						
7	ผู้บังคับบัญชาของท่านกับท่าน ทำงานไปด้วยกันได้ดี					
8	ผู้บังคับบัญชาของท่าน เปิดโอกาสให้ท่านเสนอแนวทางและการแก้ไข เพื่อปรับปรุงการทำงานของ ท่านได้					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9	ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา					
เพื่อนร่วมงาน						
10	ท่านได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อต้องการความช่วยเหลือ					
11	เพื่อนร่วมงานมีไมตรีจิตเอื้ออาทรต่อกัน ทำให้ท่านอยากอยู่ในองค์กรนี้					
12	การทำงานภายในหน่วยงานของท่าน มีการทำงานเป็นทีม					
ผู้บริหาร						
13	ท่านรู้สึกประทับใจในวิสัยทัศน์ การบริหารของผู้บริหาร ต่อความเจริญเติบโตขององค์กร					
14	ผู้บริหารองค์กรยอมรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน					
15	ผู้บริหารองค์กรมีการปกครองด้วยความยุติธรรม					
ความมั่นคงในการทำงาน						
16	การทำงานที่องค์กรนี้ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นคงในชีวิต					
17	ท่านสามารถพึ่งพาหน่วยงานภายในองค์กรได้ในกรณีที่ท่านมีความเดือนร้อนเรื่องการเงิน เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ , สหกรณ์ออมทรัพย์					
18	ท่านคิดว่า บริษัทสามารถจ้างท่านได้จนท่านเกษียณอายุ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต						
19	งานที่ท่านทำ มีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ					
20	ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา มีคนที่ทำงานพุดถึง ความก้าวหน้าในงานของท่าน					
21	เมื่อปีที่ผ่านมา ท่านได้มีโอกาสที่ได้เติบโตในที่ทำงาน					
โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้						
22	องค์กรสนับสนุนให้ท่าน ได้มีโอกาสพัฒนา ความรู้ ความสามารถ เช่น การฝึกอบรม, คูงาน					
23	ในที่ทำงานคอยสนับสนุนท่านให้ได้รับการพัฒนา					
24	องค์กรมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถของท่าน					
องค์กร						
25	ชื่อเสียงขององค์กร ทำให้ท่านภูมิใจที่จะบอกกับใครๆว่า ท่านเป็นสมาชิกขององค์กร					
26	พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้ท่านรู้สึกว่างานของท่านนั้นสำคัญ					
27	ท่านเชื่อมั่นและยอมรับแนวทางการปฏิบัติงาน เป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร					
สถานที่ทำงาน						
28	สภาพแวดล้อมภายในที่ทำงานของท่าน ทำให้ท่านทำงานได้อย่างสะดวกสบาย					
29	ที่ทำงานของท่าน ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เดินทางได้สะดวกสบาย					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
30	วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานของท่าน มีครบถ้วนกับลักษณะงานของท่าน					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยเลือกตัวเลข 5 ลำดับแรก จาก 10 ตัวเลือก ที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด (ลำดับที่ 1 สำคัญมากที่สุด และลำดับที่ 5 สำคัญน้อย)

ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร 5 อันดับแรก จาก 10 ตัวเลือก ดังนี้

_____ เงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ

_____ ลักษณะงาน/หน้าที่ความรับผิดชอบ

_____ ผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน

_____ เพื่อนร่วมงาน

_____ ผู้บริหาร (วิสัยทัศน์, การบริหารงาน, การรับฟังความคิดเห็น, ความยุติธรรม)

_____ ความมั่นคงในการทำงาน

_____ โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต

_____ โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้ เช่น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน

_____ องค์กร (พันธกิจ, เป้าหมาย, ค่านิยม, ชื่อเสียง)

_____ สถานที่ทำงาน (การเดินทาง, สภาพแวดล้อม, ความปลอดภัย, วัสดุและอุปกรณ์สำนักงาน)

ภาคผนวก ข
ผลคะแนนจากเครื่องมือสอบถาม

ค่าเฉลี่ยของปัจจัยความผูกพันขององค์กร ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่ง
ในประเทศไทย

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					ค่า \bar{X}
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต - อันดับ 1							3.00
1	เมื่อปีที่ผ่านมานี้ ท่าน ได้มีโอกาสที่ได้เติบโตในที่ทำงาน	10	36	30	22	4	2.83
2	ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา มีคนที่ทำงานพูดถึงความก้าวหน้าในงานของท่าน	5	48	30	24	1	3.00
3	งานที่ท่านทำ มีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ	0	56	45	12	1	3.17
โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้ - อันดับ 2							3.28
4	องค์กรมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถของท่าน	10	36	60	10	0	3.22
5	องค์กรสนับสนุนให้ท่าน ได้มีโอกาสพัฒนา ความรู้ ความสามารถ เช่น การฝึกอบรม, คูงาน	10	36	63	8	0	3.25
6	ในที่ทำงานคอยสนับสนุนท่านให้ได้รับการพัฒนา	5	60	48	8	0	3.36

ความมั่นคงในการทำงาน - อันดับ 3							3.54
7	การทำงานที่องค์กรนี้ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นคงในชีวิต	5	36	57	12	1	3.08
8	ท่านคิดว่า บริษัทสามารถจ้างท่านได้จนท่านเกษียณอายุ	20	80	24	8	0	3.67
9	ท่านสามารถพึ่งพาหน่วยงานภายในองค์กรได้ ในกรณีที่ท่านมีความเดือนร้อนเรื่องการเงิน เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ , สหกรณ์ออมทรัพย์	35	80	18	6	0	3.86
ผู้บริหาร - อันดับ 4							3.56
10	ผู้บริหารองค์กรมีการปกครองด้วยความยุติธรรม	15	48	57	2	1	3.42
11	ท่านรู้สึกประทับใจในวิสัยทัศน์ การบริหารของผู้บริหาร ต่อความเจริญเติบโตขององค์กร	25	56	42	6	0	3.58
12	ผู้บริหารองค์กรยอมรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน	20	68	42	2	0	3.67
ผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน - อันดับ 5							3.64
13	ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา	30	48	36	10	1	3.47
14	ผู้บังคับบัญชาของท่านกับท่าน ทำงานไปด้วยกันได้ดี	20	72	33	4	1	3.61
15	ผู้บังคับบัญชาของท่าน เปิดโอกาสให้ท่านเสนอแนวทางและการแก้ไข เพื่อปรับปรุงการทำงานของท่านได้	35	76	21	6	0	3.83

เงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ - อันดับ 6							3.68
16	ท่านมีความพึงพอใจกับเงินเดือนประจำที่ท่านได้รับ	20	64	39	6	0	3.58
17	ท่านคิดว่า ผลตอบแทนที่ท่านได้รับจากการทำงานคุ้มค่ากับความอดทน	30	52	48	2	0	3.67
18	ท่านมีความพึงพอใจกับสวัสดิการที่องค์กรมอบให้ท่าน	25	80	27	4	0	3.78
ลักษณะของงาน/หน้าที่ความรับผิดชอบ - อันดับ 7							3.72
19	ท่านไม่มีปัญหาเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการกับงานที่ได้รับมอบหมาย	5	56	60	0	1	3.39
20	งานที่ท่านได้รับมอบหมายตรงกับความรู้ความสามารถของท่าน	20	84	30	2	0	3.78
21	ท่านทราบว่า ท่านถูกคาดหวังอะไรบ้างในการทำงาน	30	96	18	0	0	4.00
เพื่อนร่วมงาน - อันดับ 8							3.74
22	เพื่อนร่วมงานมีไม่ตรีจิตเอื้ออาทรต่อกัน ทำให้ท่านอยากอยู่ในองค์กรนี้	15	80	33	4	0	3.67
23	การทำงานภายในหน่วยงานของท่าน มีการทำงานเป็นทีม	15	88	27	4	0	3.72
24	ท่านได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานเมื่อ ต้องการความช่วยเหลือ	15	100	21	2	0	3.83
สถานที่ทำงาน - อันดับ 9							3.81
25	วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานของท่าน มีครบถ้วนกับลักษณะงานของท่าน	15	52	51	6	0	3.67
26	สภาพแวดล้อมภายในที่ทำงานของท่าน ทำให้ท่านทำงานได้อย่างสะดวกสบาย	35	80	27	0	0	3.77
27	ที่ทำงานของท่าน ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เดินทางได้สะดวกสบาย	50	84	15	0	0	4.00

องค์กร - อันดับ 10							3.84
28	ท่านเชื่อมั่นและยอมรับแนวทางการปฏิบัติงาน เป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร	15	76	39	2	0	3.44
29	พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้ท่านรู้สึกว่างานของท่านนั้นสำคัญ	10	68	18	2	0	3.94
30	ชื่อเสียงขององค์กร ทำให้ท่านภูมิใจที่จะบอกกับใครๆว่า ท่านเป็นสมาชิกขององค์กร	40	84	18	2	0	4.14

คะแนนรวมปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ธุรกิจเจ้าของแฟรนไชส์ร้านอาหารบริการด่วนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ปัจจัย	ลำดับที่เลือก					คะแนนรวม	ลำดับ
	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3	ลำดับ 4	ลำดับ 5		
เงินเดือนค่าตอบแทนและสวัสดิการ	75	36	12	4	3	130	1
ลักษณะงาน/หน้าที่ความรับผิดชอบ	35	44	12	12	2	105	2
ผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน	40	24	24	10	1	99	3
โอกาสความก้าวหน้าและเติบโต	30	16	12	8	4	70	4
เพื่อนร่วมงาน	10	16	21	12	2	61	5
ความมั่นคงในการทำงาน	25	4	12	6	4	51	6
องค์กร	10	8	6	6	4	34	7
ผู้บริหาร	10	8	3	4	4	29	8
โอกาสในการพัฒนาและเรียนรู้	15	0	0	6	6	27	9
สถานที่ทำงาน	5	0	9	6	4	24	10