

แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์

(Beauty & Sales)

กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์  
(Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2563



*ฐิตาภรณ์ ทูมมา*

นางสาวฐิตาภรณ์ ทูมมา

ผู้วิจัย

*Saha Sankh*

*สุวิทย์ วัฒน*

สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,

Ed.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

*ดอ- P*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

*Savitree Sij*

สาวตรี สันติพิริยพร,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ของหลายบุคคล ซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้ที่อยากจะขอขอบพระคุณเป็นท่านแรก คือ ดร.สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้ให้ความกรุณาให้ความรู้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอขอบคุณคณาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ทำให้ได้นำสิ่งที่เรียนมา นำมาปรับใช้กับงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนด้านข้อมูลและขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจรุ่น 21 C ที่คอยให้ความช่วยเหลือให้กำลังใจตลอดจนให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณแม่คุณแม่พ่อที่เป็นแรงบันดาลใจในการเรียนและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมาทำให้สามารถทำงานวิจัยฉบับนี้ออกมาได้สำเร็จ หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ทางผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย

ฐิตาภัทร์ ทุทุมมา

แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

MOTIVATION AFFECTING ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A CASE STUDY OF EMPLOYEES OF CENTRAL TRADING CO., LTD

ฐิตาภรณ์ ทุทุมมา 6150289

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตมระ, Ed.D., สุภรัักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds., สาวิตรี สันติพิริยพร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 222 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานคือ วิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน โดยมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และด้านความรับผิดชอบในงาน มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน/ ความผูกพันต่อองค์กร/ ปัจจัยจูงใจ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 คำถามงานวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	6
1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	6
1.5 คำนียามศัพท์	6
1.5.1 แรงจูงใจในการทำงาน	6
1.5.2 ความผูกพันต่อองค์กร	7
1.5.2 พนักงาน	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
<b>บทที่ 2</b> <b>แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>9</b>
2.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด	9
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน	10
2.2.1 ความหมายของแรงจูงใจ	10
2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ	11
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	16
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.4.1 งานวิจัยในประเทศ	20

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	2.5
	2.6
<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีการวิจัย</b>
	3.1
	3.1.1
	3.1.2
	3.2
	3.2.1
	3.3
	3.4
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิจัย</b>
	4.1
	4.1.1
	4.1.2
	4.1.3
	4.2
	4.2.1
	4.2.2
	4.2.3
	4.2.4



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	59
<b>บทที่ 5</b> <b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>62</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	62
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
5.1.2 ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท	62
5.1.3 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท	63
5.1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน กับความผูกพันต่อองค์กร	63
5.1.5 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจ ในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร	63
5.2 อภิปรายผล	64
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	66
5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย	67
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>68</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>71</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	72
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>77</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพัน ต่อองค์กร	20
3.1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น	37
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นเพศ	39
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นอายุ	40
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นระดับ การศึกษา	40
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นสถานภาพ	41
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็น ประสบการณ์ในการทำงาน (อายุงาน)	41
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในงาน	43
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะของงาน	43
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน	44
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน	45
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน	46
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	47



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความมั่นคงในงาน	47
4.14 แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อถือ การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร	48
4.15 แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะทุ่มเท ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร	49
4.16 แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร	50
4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร	51
4.18 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร	53
4.19 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร	55
4.20 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร	57
4.21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร	59
4.22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร	60
4.23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร	61

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งปี 2563	3
2.1	กรอบแนวคิดวิจัย	30



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจความงามและเครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งของโลกที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลา 20 ปี โดยสภาอุตสาหกรรมได้ระบุว่ามียอดขายโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 5-6 % ต่อปี ในขณะที่ในประเทศไทยมียอดขายรวมไม่ต่ำกว่า 3 แสนล้านบาทในปี 2561 เติบโตเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 10% โดยแบ่งออกเป็นมูลค่าของตลาดในประเทศ 1.8 แสนล้านบาทและอีก 1.2 แสนล้านบาทเป็นมูลค่าของการส่งออกซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงที่สุดในบรรดา 10 ประเทศของ AEC และมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องสวนกระแสเศรษฐกิจเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่รักตัวเองมากขึ้นต้องการให้ตัวเองดูดีในสายตาคนอื่นและการเติบโตของ Social Network ที่สามารถเข้าถึงกับคนทุกกลุ่มการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ Aging Society ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น (Orawan Marketeer, 2019)

ปี 2562 ธุรกิจความงามและเครื่องสำอางยังเป็นธุรกิจดาวรุ่งมาแรงเป็นอันดับ 3 นอกจากนั้นยังคาดการณ์ว่าตลาดเครื่องสำอางของไทยปี 2562-2566 จะเติบโตราว 7.14% จากอัตราการเติบโตปี 2560 ที่ 7.8% มีมูลค่ารวมสูงถึง 1.68 แสนล้านบาท แบ่งเป็นกลุ่มสกินแคร์สูงสุด มีสัดส่วน 47% ของทั้งหมดรองลงมาก็คือผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม 18% เครื่องสำอาง 14% ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย 16% และน้ำหอม 5% ขณะที่แนวโน้มในปี 2562-2566 คาดว่าพฤติกรรมผู้บริโภคและตลาดความงามจะเริ่มเปลี่ยนไปโดยเทรนด์ที่มาแรงได้คือ

1. เครื่องสำอางออร์แกนิก ซึ่งไม่เพียงแต่ใช้พืชพรรณสมุนไพรเท่านั้น แต่รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใส่ใจในการนำกลับมาใช้ใหม่ได้
2. นวัตกรรมเพื่อความงามซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจมุ่งเน้นการคิดค้นสูตร การวิจัย รวมไปถึงกระบวนการผลิต เช่น เครื่องจักรที่ทันสมัย การใช้วัตถุดิบที่แตกต่าง ระบบควบคุมคุณภาพ พร้อมตอบสนองต่อวิถีผู้บริโภคสมัยใหม่ และสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ
3. สมุนไพรไทย เนื่องจากสมุนไพรไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่ามีสรรพคุณมากมาย

4. การนำ IOT (Internet of Things) มาเชื่อมโยงกับความงาม เช่น การสร้างแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชันที่ให้ผู้ใช้งานรู้ถึงปริมาณมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อผิว

5. ตอบโจทย์ทุกสีกผิวเนื่องจากแบรนด์ใหญ่ๆหันมาให้ความสำคัญในเรื่องความหลากหลายทาพันธุกรรมมากขึ้น ทำให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มาเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม

6. ปกป้องผิวจากมลพิษเพราะฝุ่นควันในเมืองใหญ่เป็นเรื่องยากที่จะปฏิเสธได้ ดังนั้นการผลิตเครื่องสำอางเพื่อปกป้องผิวจากมลภาวะจึงเป็นอีกขั้นของการพัฒนาที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างดี

7. กลิ่นหอมชวนฝันจะเห็นได้ว่าหลายแบรนด์ได้นำกลิ่นต่าง ๆ มาสร้างแรงบันดาลใจในเพื่อต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพื่อเป็นการเข้าถึงความรู้สึกและมอบประโยชน์เพิ่มเติมให้กับลูกค้า เช่น การให้ความรู้สึกสดชื่น ไปจนถึงการให้ความรู้สึกผ่อนคลาย (Phawanthaksa, 2562)

ข้อมูลจากศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยได้ออกมาเปิดเผยถึง 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งในปี 2563 ถึงธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตดังนี้

1. อันดับที่ 1 ธุรกิจแพลตฟอร์มถือเป็นธุรกิจเด่นอันดับ 1 เนื่องจากมีหลายปัจจัยสนับสนุนทั้งความหลากหลายและรูปแบบการให้บริการรวมทั้งความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้นการใช้ชีวิตที่เร่งรีบในชีวิตประจำวันพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้นและคุ้นชินกับการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นกระแสการพัฒนาแพลตฟอร์มทั่วโลกทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดโดยธุรกิจนี้มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศขณะที่ภาครัฐมีการผลักดันผ่านนโยบายและมาตรการต่างๆ ในธุรกิจแพลตฟอร์ม

2. อันดับที่ 2 ธุรกิจ อี-คอมเมิร์ซ ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์รวมทั้งผู้ให้บริการเครือข่าย

3. อันดับที่ 3 ธุรกิจเกมส์ และธุรกิจพัฒนาแอปพลิเคชัน

4. อันดับที่ 4 ธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์

5. อันดับที่ 5 ธุรกิจประกันภัย ประกันชีวิต ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม

6. อันดับที่ 6 ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสตรีทฟู้ด

7. อันดับที่ 7 ธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

8. อันดับที่ 8 ธุรกิจด้านฟินเทคและการชำระเงินผ่านระบบเทคโนโลยีและธุรกิจพลังงาน

9. อันดับที่ 9 ธุรกิจก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน ธุรกิจที่ปรึกษาด้านกฎหมาย/บัญชี

10. อันดับที่ 10 ธุรกิจด้านท่องเที่ยว Hostel modern tourism และ Lifestyle tourism และ

ธุรกิจเครื่องสำอาง-ครีมบำรุงผิวธุรกิจความงาม



ภาพที่ 1.1 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่งปี 2563

ที่มา: Workpoint TODAY (2562)

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลักด้วยกัน

- ผู้ผลิตสินค้า ผู้ผลิตสินค้าคือ โรงงานผู้ทำการผลิตสินค้าเครื่องสำอางขึ้นมาเพื่อทำการจำหน่ายการผลิตสินค้ามีหลายลักษณะทั้งการรับจ้างผลิตหรือการผลิตแบรนด์ของตนเองซึ่งมีทั้งผู้ผลิตที่เป็นแบรนด์ระดับโลก รวมไปถึงผู้ผลิตที่เป็นแบรนด์ของไทยเอง
- ผู้นำเข้าสินค้า ผู้นำเข้าสินค้าคือบริษัทที่ได้สิทธิ์ในการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางที่ผลิตในต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศไทย โดยมีทั้งบริษัทที่เป็นบริษัทย่อยของแบรนด์หรือบริษัทที่เป็นบริษัทร่วมค้ากับบริษัทในประเทศไทย รวมไปถึงบริษัทไทยที่ได้รับสิทธิ์การจำหน่าย
- ผู้จัดจำหน่ายสินค้า ผู้จัดจำหน่ายสินค้าคือบริษัทที่ทำธุรกิจกระจายสินค้าให้ไปถึงจุดจำหน่ายสู่ผู้บริโภคซึ่งบริษัทอาจจะเป็นเจ้าของแบรนด์เองหรือจะเป็นเพียงผู้จัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว
- ร้านค้าปลีก ร้านค้าปลีกถือเป็นอีกสัดส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีความสามารถในการต่อรองสูงเนื่องจากเครื่องสำอางเป็นธุรกิจที่มีแบรนด์ในท้องตลาดจำนวนมากและเจ้าของแบรนด์มักมุ่งเน้นการทำการตลาดมากกว่าการสร้างช่องทางค้าปลีกของตนเองร้านค้าปลีกจึงเข้ามามีบทบาทในฐานะคนกลางระหว่างเจ้าของแบรนด์กับผู้บริโภคร้านค้าปลีกที่เป็นผู้จัดจำหน่ายหลักของเครื่องสำอางมี 5 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่



- ห้างสรรพสินค้า
- ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต
- ร้านค้าเฉพาะทาง/ร้านขายยา
- ร้านสะดวกซื้อ
- ร้านค้าออนไลน์

5. ผู้บริโภค ผู้บริโภคที่จับจ่ายซื้อเครื่องสำอางในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้บริโภคชายวัยผู้ใหญ่ (48% ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยซื้อเครื่องสำอาง) และร้านบิวตี้ซาลอน ซึ่งถือเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่อีกกลุ่มหนึ่งที่มีการซื้อเครื่องสำอางเข้าร้านเป็นประจำและต่อเนื่อง (ลงทุนศาสตร์, 2561)

จะเห็นได้ว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี ไม่ว่าจะเศรษฐกิจจะอยู่ในสถานะใดก็ตามทำให้ทุกองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันกับสถานการณ์แข่งขันและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของผู้บริโภคในยุคที่การสื่อสารเข้าถึงได้ง่ายกับคนทุกกลุ่มยิ่งทำให้การทำงานเต็มไปด้วยความเร่งรีบและอยู่ในภาวะที่ต้องแข่งขันอยู่ตลอดเวลาทำให้องค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรถ้าพนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรจะทำให้พนักงานในองค์กรนั้นมีแรงจูงใจในการทำงานทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันและเติบโตได้ในระยะยาว

ความผูกพันต่อองค์กรครอบคลุมมากกว่าความพึงพอใจในงานด้วยเหตุนี้เองจึงถือได้ว่าความผูกพันต่อองค์กร เป็นกุญแจสำคัญที่คอยผูกมัดพนักงานให้ปฏิบัติดีปฏิบัติงานและร่วมงานอยู่กับองค์กรไปนาน ๆ นอกจากนี้แล้วความผูกพันต่อองค์กรยังมีความมั่นคงมากกว่าความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กรจะค่อยพัฒนาไปอย่างช้า ๆ แต่จะคงอยู่อย่างมั่นคงโดยจะทำหน้าที่คอยเป็นแรงผลักดันและจูงใจให้พนักงานปฏิบัติดีปฏิบัติงานอย่างอุทิศตนเพื่อองค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามหากพนักงานเกิดความรู้สึกอึดอัดใจ ไม่สบายใจ หรือไม่พึงพอใจต่องานที่ตนเองทำแล้ว พนักงานเหล่านั้นก็จะไม่มีความจงรักภักดีและไม่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรส่งผลให้พนักงานเหล่านั้นลาออกจากองค์กร ผลกระทบที่ตามมาคือทำให้งานที่ทำงานเกิดความล่าช้า ขาดความต่อเนื่องและหากพิจารณาอีกมุมหนึ่งการที่องค์กรมีอัตราการลาออกของพนักงานที่สูงก็จะเป็นการสูญเสียภาพพจน์ที่ดีขององค์กร อันจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของพนักงานและผู้ที่ต้องการสมัครเข้ามาร่วมงานกับองค์กรถึงความมั่นคงที่จะร่วมงานอยู่กับองค์กร (ปาริชาติ บัวเป็ง, 2554)

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมานั้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales)



กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ซึ่งบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้งจำกัดเป็นบริษัทที่นำเข้าสินค้า และผลิตสินค้าจำหน่ายในประเทศไทย สำหรับฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ประกอบด้วย พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานที่สาขาทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้านความงาม (BA) ปฏิบัติงานในแบรนด์เครื่องสำอาง Clarins, TheBodyShop, Three, Banilaco, Inglot, 3INA, Personal Care ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สนใจศึกษาถึงแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้านความงาม (BA) เนื่องจากพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ถือเป็นด่านหน้าในการสร้างยอดขายและรองรับแรงกดดันต่าง ๆ จากลูกค้าและจากร้านค้าปลีกที่พนักงานไปปฏิบัติงานที่สาขานั้น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเสริมแรงจูงใจในการทำงานและก่อให้เกิดความผูกพันกับองค์กร และฝ่ายทรัพยากรบุคคลขององค์กรสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการบริหารพนักงานในองค์กร เพื่อนำไปสู่แนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาการลาออก เพื่อที่จะรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้คงอยู่กับองค์กรได้ยาวนาน และปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพนักงาน พัฒนาองค์กรและการบริหารงานขององค์กรต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด มีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

## 1.3 คำถามงานวิจัย

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด หรือไม่

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 498 คน (อ้างอิงข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ณ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2563) ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน

### 1.4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย 1) ด้านความสำเร็จในงาน 2) ด้านลักษณะของงาน 3) ด้านความรับผิดชอบในงาน 4) ด้านความก้าวหน้าในงาน 5) ด้านนโยบายและการบริหารงาน 6) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 7) ด้านความมั่นคงในงาน

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 1) ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

## 1.5 คำนิยามศัพท์

คำนิยามศัพท์สำหรับงานวิจัยนี้

### 1.5.1 แรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นสิ่งกระตุ้น หรือเป็นแรงผลักดันจากความต้องการทั้งภายในและภายนอกที่ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น โดยประกอบด้วยปัจจัยแต่ละด้าน ดังนี้

- **ความสำเร็จในงานงาน** หมายถึง การที่พนักงานสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดีตามที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน
- **ลักษณะของงาน** หมายถึง งานที่ทำน่าสนใจงานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ท้าทายให้ต้องลงมือทำปริมาณงานที่เหมาะสมงานที่ทำเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และลักษณะกระบวนการทำงานที่ชัดเจน
- **ความรับผิดชอบในงาน** หมายถึง การกำหนดขอบเขตการรับผิดชอบในงานที่ทำ มีหน้าที่ที่ชัดเจน มีการได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานใหม่ๆที่มีความสำคัญต่อองค์กรสามารถตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบอย่างเต็มที่ และงานที่รับผิดชอบเหมาะสมกับตัวพนักงาน
- **ความก้าวหน้าในงาน** หมายถึง การได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นของพนักงานในองค์กร การได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อมีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น และการได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา
- **นโยบายและการบริหารงาน** หมายถึง การที่พนักงานมีความรู้สึกว่ามีฝ่ายบริหารมีการสื่อสารกับพนักงานเป็นอย่างดีเสมอ ถูกต้อง ชัดเจน ทำให้พนักงานได้รับรู้ถึงนโยบายและเป้าหมายขององค์กรที่ทำงานอยู่อย่างถูกต้องมีทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน การจัดการต่าง ๆ ในองค์กร การติดต่อสื่อสารภายใน การจัดระบบงานที่มีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายเป้าหมายขององค์กร
- **ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** หมายถึง การติดต่อสื่อสารทั้งกิริยาหรือวาจาที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ีระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี มีความเคารพนับถือซึ่งกันและกัน การยอมรับฟังแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและความคิดเห็น ผู้บังคับบัญชาเข้าใจปัญหาของผู้ใต้บังคับบัญชา การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การสนับสนุน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความจริงใจต่อกัน
- **ความมั่นคงในงาน** หมายถึง ความมั่นคงของตำแหน่งงานที่ทำ การได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาความเป็นธรรมของการประเมินผลการปฏิบัติงานและการได้รับความเป็นธรรมเมื่อมีปัญหาในการทำงาน

### 1.5.2 ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานที่มีและแสดงออกต่อองค์กรที่ทำงานอยู่ และมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันกับบุคคลภายในองค์กรมีความเข้าใจวิสัยทัศน์และ

เป้าหมายขององค์กร มีความพยายามที่จะทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย และต้องการอยู่กับองค์กรอย่างยาวนาน ประกอบด้วย

- ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่มีความคิดเชิงบวกต่อองค์กรมีความรู้สึกผูกพันต่อแนวความคิดและเป้าหมายขององค์กรมีค่านิยมเดียวกันกับบุคลากรภายในองค์กร เชื่อว่าองค์กรที่ตนทำงานอยู่เป็นองค์กรที่ดีที่สุดในการทำงานด้วยความภาคภูมิใจ และพร้อมที่จะร่วมสร้างองค์กรให้ประสบผลสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
- ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่มีความเสียสละและทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายพยายามปฏิบัติงานอย่างจริงจังเพื่อผลประโยชน์สูงสุดขององค์กร
- ความปรารถนาที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่แสดงออกถึงความต้องการที่จะทำงานในองค์กรนี้อย่างยาวนานมีความภาคภูมิใจในการทำงานภายในองค์กร มีความคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่จะขับเคลื่อนองค์กร และ พร้อมที่จะสนับสนุนสร้างสรรค์องค์กรให้ดียิ่งขึ้นไป

### 1.5.2 พนักงาน

พนักงาน หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่และพนักงานที่ปรึกษาด้านความงาม (BA) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สาขา

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงระดับของแรงจูงใจในการทำงานในแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด
2. ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลหรือแนวทางในการพัฒนาแรงจูงใจในการทำงานเพื่อเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย เรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดวิจัย
- 2.6 สมมติฐานของงานวิจัย

#### 2.1 ประวัติและความเป็นมาของบริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง หรือชื่อการค้า ห้างเซ็นทรัล ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2490 โดย เตียง จิราธิวัฒน์ (นี้เตียง แซ่เจ็ง) และ สัมฤทธิ์ จิราธิวัฒน์ (ฮกเส่ง แซ่เจ็ง) บุตรชายคนโต เป็นร้านค้าตัดแกว ครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 ชั้นขนาด 1 คูหา ปากตรอกกัปตันบุช (ปัจจุบันคือซอยเจริญกรุง 30) ย่านสี่พระยา จำหน่ายหนังสือ รวมทั้ง เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า และ เครื่องสำอาง ทั้งสินค้าในประเทศและสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยเซ็นทรัล เป็นกิจการใหม่ ที่สานต่อจากกิจการร้านชำแข่งเซ่งหลี ย่านบางขุนเทียนของเตียง

5 กรกฎาคม พ.ศ. 2493 บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง ย้ายที่ตั้งไปยังตึกแถว 3 คูหา ย่านสุริวงษ์ ปากตรอกชาร์เตอร์แบงก์ ในปี พ.ศ. 2500 เตียง ได้ร่วมทุนกับบุตรชายทั้งสามคน อันได้แก่ สัมฤทธิ์, วันชัย และ สุทธิพร เปิดทำการห้างสรรพสินค้าเต็มรูปแบบที่ย่านวังบูรพา โดยใช้ชื่อว่า เซ็นทรัล วังบูรพา ต่อมาจึงขยายสาขาสู่อ่านเขาวราช แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ จึงเปิดสาขาใหม่ที่ย่านราชประสงค์ ในปีพ.ศ. 2507 สาขาสีลมในปี พ.ศ. 2511 และ พ.ศ. 2516 เปิดห้างสรรพสินค้าแบบจุดเดียวเสร็จสรรพ (one stop) ที่ชิดลม ต่อมา พ.ศ. 2524 จึงขยายกิจการตั้งสาขาลาดหญ้า ในฝั่งธนบุรี และเปิดสาขาลาดพร้าว ในปี พ.ศ. 2526 ซึ่งสมบูรณ์และใหญ่ที่สุดในบรรดาห้างสรรพสินค้าไทยในสมัยนั้น ในปี



พ.ศ. 2535 ได้ขยายสาขาไปต่างจังหวัด ที่อุทยานการค้ากาดสวนแก้ว เชียงใหม่ ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ ขยายสาขาไปสู่ต่างจังหวัด

บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด เป็นบริษัทในกลุ่มของบริษัท เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป เป็นกลุ่มบริษัทผู้ดำเนินธุรกิจด้านนำเข้าสินค้า การผลิต การตลาด และเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและเครื่องสำอางค์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือจากผู้บริโภคทั่วโลกกว่า 40 แแบรนด์ ทั้งสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นต่าง ๆ ยีนส์ ความงาม นาฬิกา รองเท้าอุปกรณ์เสริมและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบ้านและไลฟ์สไตล์ต่าง ๆ มีสาขาที่กระจายอยู่ทั่วประเทศไทยกว่า 1,600 สาขาและมีพนักงานขายประจำที่สาขาทั้งหมด 3,000 คน

แบรนด์สินค้าที่ เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป ได้รับลิขสิทธิ์เป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ได้แก่ Ralph Lauren, Calvin Klein Jeans, Mango, Topshop, Topman, Clarins, Three, Inglot, Casio, Guess Watches, 3INA, Banilaco, The Body Shop, G2000 และแบรนด์อื่น ๆ อีกมากมาย

## 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกันเพื่อให้งานที่ออกมาสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ พนักงานในองค์กรถือว่าเป็นส่วนสำคัญในองค์กรที่ช่วยขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย การที่พนักงานมีการทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจ มีการร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน มีเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งความร่วมมือร่วมใจกันของพนักงานนั้นล้วนเกิดจากแรงจูงใจของพนักงานในองค์กรทั้งสิ้น ถือว่ามีความสำคัญอย่างมากโดยเป็นสิ่งที่น่าพาให้พนักงานในองค์กรมีการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำงานตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้ ดังนั้นแต่ละองค์กรต้องมีพัฒนาและเสริมสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเพื่อนำผลที่ได้จากการทำวิจัยมาพัฒนาและปรับปรุงในองค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ให้สามารถทำงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่บริษัทได้ตั้งไว้ พร้อมทั้งเมื่อพนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในองค์กร ปัญหาเรื่องการลาออกของพนักงานก็จะลดน้อยลง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจดังนี้

### 2.2.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการมากระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมนั้นออกมาเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ต้องการ และแรงจูงใจนอกจากกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมออกมาแล้ว แรงจูงใจ



ยังเป็นตัวกำหนดทิศทางของพฤติกรรม รวมถึงการพยายามในการแสดงพฤติกรรมนั้นออกมา ซึ่งสิ่งที่มากระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมนั้นออกมาคือความต้องการ (Need) และแรงขับ (Drives)

### 2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg, et al. (1959) (Two-factor Theory)

แนวคิดของ Herzberg (1959 อ้างถึงใน ปุณณวิช แก้วล้อม, 2560, น. 27) คือ ทฤษฎีที่กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานการศึกษาของ Herzberg ได้ดำเนินการสัมภาษณ์นักวิศวกรและนักบัญชีวัตถุประสงค์ของการศึกษามุ่งเน้นเกี่ยวกับทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานเพื่อที่จะนำผลการศึกษามาพัฒนาองค์กร เพิ่มผลผลิตในการทำงาน ลดอัตราการลางาน และสร้างสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ดี เพราะถ้าหากเข้าใจถึงอิทธิพลต่าง ๆ ที่จะมีส่วนช่วยในการเพิ่มขวัญและกำลังใจให้พนักงานให้เกิดความรู้สึกที่ดีมีความสุขทั้งทางกายและทางใจเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานภายในองค์กรซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงานนั้นแตกต่างจากปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในงาน โดยสรุปแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivates Factors) และ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors)

ปัจจัยจูงใจ (Motivates Factors) เป็นปัจจัยภายในเป็นความต้องการภายในของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับงานที่พนักงานได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจในการทำงานทำให้เกิดทัศนคติทางบวกในการปฏิบัติงาน แบ่งได้ดังนี้

1. ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) คือ การที่พนักงานสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบได้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรหรือหน่วยงานตั้งไว้และอยู่ในเวลาที่กำหนด การมีส่วนร่วมในการทำงานกับทีมงานและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทีมงานปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย การใช้ความรู้ความสามารถทักษะต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน และเมื่อได้ปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายพนักงานก็จะเกิดความภาคภูมิใจ พอใจที่สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายได้ ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานขาย เช่นพนักงานขายสามารถทำยอดขายบรรลุเป้าหมายในแต่ละเดือน เป็นต้น

2. การได้รับการยอมรับ (Recognition) คือการที่พนักงานได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้างที่พนักงานได้ปฏิบัติงานด้วยเช่นจากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา หรือบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานการได้รับคำยกย่องชมเชย การได้รับคำแนะนำในการปฏิบัติงานต่าง ๆ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานสามารถให้คำปรึกษากับเพื่อนร่วมงานรวมถึงแนะแนวทางการปฏิบัติงานการให้กำลังใจซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ได้รับมอบหมายปฏิบัติงานที่มี

ความสำคัญหรือการแสดงออกอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถของพนักงาน การที่ได้รับการยอมรับในเรื่องต่าง ๆ จะทำให้พนักงานให้พนักงานเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ยอมรับนับถือตนเอง ทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้รับ มอบหมาย ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานขาย เช่น การได้รับรางวัลเกี่ยวกับยอดขาย เติบโต การปรับตำแหน่งให้เป็นผู้จัดการสาขา เป็นต้น

3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (Job Scop) คือ การที่พนักงานได้รับการมอบหมายงานหรือรับผิดชอบงาน งานนั้นเป็นงานที่มีความเหมาะสมกับทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน มีความท้าทาย มีความอิสระทางความคิด พนักงานสามารถเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจ รู้สึกมีคุณค่าในการปฏิบัติงาน รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงาน ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานขาย เช่น พนักงานขายนอกจากมีทักษะในการขายสินค้าแล้วถ้ามีความสามารถในการบริหารพนักงานที่อยู่ในสาขาเดียวกัน ก็ได้รับโอกาสในการปรับตำแหน่งเป็นหัวหน้าร้านซึ่งมีความท้าทายในการทำงาน เป็นต้น

4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) การได้รับมอบหมายงานหรือรับผิดชอบงานในปริมาณงานที่เหมาะสม การที่พนักงานได้รับความไว้วางใจให้ปฏิบัติงานที่มีความสำคัญมากขึ้น มีอำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน ผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการปฏิบัติงานไม่ควบคุมหรือก้าวก่ายในการทำงานของพนักงาน ทำให้พนักงานรู้สึกมีอำนาจในการทำงาน มีแรงจูงใจในการทำงาน ตั้งใจทำงานให้ผลออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานขาย เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือนพนักงาน เป็นต้น

5. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Career Path) การที่พนักงานมีโอกาสในการเติบโตในสายงานที่ได้รับการรับผิดชอบ ได้รับโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งงาน การเพิ่มอำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน ได้รับโอกาสในการฝึกทักษะความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงาน ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานขาย เช่น การส่งพนักงานขายที่เป็นผู้จัดการสาขาไปอบรมเกี่ยวกับการบริหารทีม เป็นต้น

ปัจจัยค่าจูน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับตัวงาน โดยตรงเป็นเพียงปัจจัยที่ช่วยไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงานซึ่งจะเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่พนักงานสมควรได้รับการปฏิบัติงานไม่สามารถเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานได้แต่จะทำให้พนักงานเกิดความไม่พอใจหากได้รับการตอบแทนที่ไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสม แบ่งได้ดังนี้

1. โอกาสที่ได้รับความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานคือ การที่พนักงานจะได้รับโอกาสในการก้าวหน้าในตำแหน่งปฏิบัติงานนั้น ส่วนใหญ่ในองค์กรจะเป็นพนักงานที่อายุน้อยที่ต้องการ

ความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนพนักงานที่อายุอาวุโสจะมีความคาดหวังน้อยกว่าในการเติบโตในหน้าที่การงาน อาจเกิดจากการที่ได้รับโอกาสนั้นมาแล้ว

2. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาคือ การปฏิบัติงานร่วมกันผ่านการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดและทัศนคติในการปฏิบัติงานรวมถึงการหาแนวทางการแก้ไขร่วมกันในระหว่าง การปฏิบัติงานการมีความเข้าอกเข้าใจและความเอื้อเฟื้อต่อกันในการทำงานให้คำแนะนำเมื่อ ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดอุปสรรคในการทำงาน

3. ตำแหน่งหน้าที่การงานคือ ตำแหน่งงานที่พนักงานปฏิบัติงานนั้นมีความน่านับถือ เป็นที่ยกย่อง มีเกียรติ มีความภาคภูมิใจในสังคม เป็นตำแหน่งงานที่มีความสำคัญในองค์กร

4. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาคือ การที่พนักงานมีการติดต่อประสานงานกับ ผู้บังคับบัญชา เป็นการแสดงออกทั้งทางด้านกิริยาต่าง ๆ ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การช่วยเหลือ เกื้อกูลกัน การที่ผู้บังคับบัญชาช่วยแนะแนวและหาทางออกร่วมกันเมื่อการทำงานมีปัญหาหรืออุปสรรค แสดงออกถึงความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและสามารถทำงานร่วมกัน ได้ดี มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็น อย่างดีกับผู้บังคับบัญชา

5. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานคือ การที่พนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน สามารถทำงานร่วมกัน ได้อย่างมีความสุข ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ยอมรับและเข้าใจในการทำงานของ เพื่อนร่วมงาน มีความเคารพซึ่งกันและกัน รับฟังและพร้อมช่วยเหลือเมื่อเพื่อนร่วมงานต้องการช่วยเหลือ เพื่อให้งานนั้นออกมามีประสิทธิภาพ ซึ่งเพื่อนร่วมงานถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างบรรยากาศ ในการทำงานให้มีความสุข และช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการมาทำงาน

6. วิธีการบังคับบัญชาคือ การบริหารงานของผู้บังคับบัญชาที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็น ผู้นำที่ดีในการปฏิบัติงาน สามารถบริหารงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกพึงพอใจมีความยุติธรรมใน การกระจายปริมาณให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเหมาะสมตรงกับทักษะของพนักงาน รับฟังความคิดเห็น ของผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนมีความเป็นกลางในการตัดสินใจ และให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำ ในการทำงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการ

7. นโยบายและการบริหารงานขององค์กร คือ การดำเนินงานและการบริหารจัดการ ภายในองค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรทุกฝ่าย การกำหนดนโยบาย การวางระบบและระเบียบ รวมถึงขั้นตอนในการทำงานต่าง ๆ ของหน่วยงานแต่ละฝ่าย มีการกระจายงานให้กับทุกฝ่ายอย่างชัดเจน มีความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการกำหนดนโยบายในการบริหารงาน ต้องมีการมีการประกาศการใช้นโยบายในการบริหารงานอย่างชัดเจนและกระจายข่าวสารถึงพนักงาน ทุกคนในองค์กรหรือหน่วยงานให้รับทราบอย่างทั่วถึง

8. สภาพการทำงานคือ สภาพแวดล้อมภายนอกของสถานที่ทำงาน ที่มีความพร้อมในการทำงานและสามารถอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเพื่อช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งที้องค์กรต้องมีการเตรียมไว้สำหรับพนักงาน เช่น โต๊ะทำงานที่มีความเป็นส่วนตัว ขนาดของห้องทำงาน ไม่มีเสียงรบกวนในสถานที่ทำงาน มีเครื่องถ่ายเอกสารในแต่ละจุด มีแสงสว่างที่เพียงพอและมีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีห้องครัวเล็ก ๆ หรือตู้เย็นเพื่อให้พนักงานเช่าอาหาร เป็นต้น เป็นการสร้างความรู้สึกสะดวกสบายในการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจต่อการทำงาน

9. ความเป็นอยู่ส่วนตัว คือ ความรู้สึกของพนักงานแต่ละบุคคลที่มีทั้งดีและไม่ดี ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน เช่นความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าเดินทางที่เพิ่มขึ้น หรือสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบันไม่เอื้อต่อการเดินทางมาทำงาน หรือถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นงานขายเกี่ยวข้องกับเปลี่ยนสถานที่ทำงานอยู่บ่อยครั้งเช่น ในหนึ่งสัปดาห์ต้องเดินทางไปทำงานที่ห้างสรรพสินค้าหลายสาขาทำให้เกิดความลำบากในการเดินทางมาทำงาน เป็นต้น

10. ความมั่นคงในการทำงานคือ ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ความมั่นคงของสายงานที่ได้รับคัดเลือก ความมั่นคงของชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร ขนาดขององค์กร ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวกับงานขาย จะเป็นการมีจุดจำหน่ายสินค้าครอบคลุมทุกเครื่องของห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierachy of Needs)

แนวคิดของ Maslow (1970 อ้างถึงใน วิวัฒน์ แสงเพชร, 2558, น. 20) กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการและความต้องการนี้จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็จะมีความต้องการที่สูงขึ้นไปอีกไม่มีที่สิ้นสุด โดยแบ่งความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้นดังนี้

1. ความต้องการขั้นพื้นฐานของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานและเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนจะต้องได้รับการตอบสนอง หากมนุษย์ไม่ได้รับการตอบสนองสิ่งเหล่านี้อย่างเพียงพอก็จะส่งผลต่อคุณภาพของร่างกายและประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เป็นต้น ในความต้องการขั้นแรกนี้ถ้าเป็นองค์กรหรือหน่วยงานจะตอบสนองความต้องการ โดยการจ่ายค่าจ้างเงินเดือน ค่าล่วงเวลา หรือสวัสดิการที่เหมาะสมรวมถึงถ้าองค์กรหรือหน่วยงานต้องมียูนิฟอร์มหรือเครื่องแบบในการทำงานก็ต้องจัดหาให้พนักงาน รวมถึงสถานที่ในการทำงานที่เหมาะสมให้กับพนักงาน

2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs) ถ้าเป็นความต้องการทางด้านร่างกายคือความต้องการที่จะรอดจากภัยอันตรายทั้งปวงต่อชีวิต มีความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครอง



จากภัยอันตรายต่าง ๆ ที่จะมีต่อร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม และถ้าเป็นสายงานที่ต้องเดินทางยิ่งต้องมีสิ่ง que สร้างความมั่นใจให้กับพนักงานว่าถ้าเกิดอุบัติเหตุพนักงานจะได้รับการคุ้มครองและดูแล ในช่วงที่เจ็บป่วย องค์กรหรือหน่วยงานควรมีการให้สวัสดิการในเรื่องความต้องการด้านความปลอดภัย เช่น ค่ารักษาพยาบาลประจำปี que พนักงานสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ ประกันอุบัติเหตุสำหรับสายงานที่ต้องเดินทางติดต่อกู้ค่า การตรวจสอบสุขภาพประจำปี เป็นต้น ส่วนด้านความมั่นคง พนักงานมีความต้องการความมั่นคงในการทำงาน องค์กรหรือหน่วยงานต้องสร้างความมั่นคงให้กับพนักงานในการทำงาน เช่น การทำสัญญาจ้างงานที่แสดงรายละเอียดอย่างชัดเจน การการันตรีโบนัสประจำปี การมีสวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รวมถึงถ้าองค์กรหรือหน่วยงานมีการปรับโครงสร้างพนักงาน ต้องมีการดูแลพนักงานในเรื่องของรายได้หรือสวัสดิการอื่นที่ต่อชดเชยให้กับพนักงานกรณีเลิกจ้าง เป็นต้น

3. ความต้องการทางด้านสังคม ความรัก และความเป็นเจ้าของ (Belonging and Love Need) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายและความมั่นคงปลอดภัย แล้ว ความต้องการของมนุษย์ก็ยังมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง ในขั้นนี้คือความต้องการเป็นที่รัก เป็นที่ยอมรับจากกลุ่มสังคมที่อยู่ร่วมกัน ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรจะหมายถึง การเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงาน การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร การได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวแทนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสร้างความภูมิใจ สร้างความมั่นใจให้กับพนักงาน เมื่อพนักงานมีความภูมิใจและมั่นใจในตัวเองแล้วจะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจ และพนักงานพร้อมที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ การยอมรับจากสังคม (Self-Esteem Need) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองพื้นฐานทางด้านร่างกาย ความมั่นคง ความปลอดภัย และความรักและการยอมรับจากคนรอบข้างแล้ว ขึ้นต่อมาในความต้องการของมนุษย์คือความต้องการการมีชื่อเสียง การสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง และการยอมรับและชื่นชมจากสังคมที่อยู่ร่วมกัน ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรควรมีการตอบสนองพนักงานในเรื่องของโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง พนักงานเมื่อทำงานบรรลุเป้าหมายหรือมีโอกาที่สมควรในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน เมื่อมีการปรับตำแหน่งพนักงานก็จะได้รับสวัสดิการที่สูงขึ้นตามตำแหน่งงานเช่น ห้องทำงานที่มีความเป็นส่วนตัว รถประจำตำแหน่ง หรือการเป็นตัวแทนไปประชุมงานที่ต่างประเทศ เป็นต้นซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้พนักงานเกิดการยอมรับและนับถือตนเอง เห็นคุณค่าในตัวเอง ทำให้มีความจงรักภักดีผูกพันต่อองค์กร และอยากที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมายเพื่อนำมาซึ่งความภาคภูมิใจในการทำงานในองค์กร

5. ความต้องการขั้นสูงสุดและการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Need) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่มนุษย์ทุกคนต้องการ โดยที่มนุษย์จะได้รับการตอบสนองความต้องการจากขั้นพื้นฐานของร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ความต้องการเป็นที่รักและการยอมรับจากสังคมที่อยู่ร่วมกัน การได้รับการยกย่องมีชื่อเสียงและการนับถือและเคารพในตัวเอง เมื่อได้รับการตอบสนองจากสิ่งเหล่านี้แล้วจะมีความต้องการที่จะต้องเติบโตขึ้นไปอีกถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรสามารถตอบสนองในเรื่องการเจริญเติบโตในสายงานพนักงานทุกคนทุกตำแหน่งมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง เช่น ตำแหน่งพนักงานงานขาย ถึงแม้ส่วนใหญ่จะปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาถ้าสามารถแสดงศักยภาพของตนเองออกมาสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ก็มีโอกาสที่จะได้เลื่อนขั้นเป็นหัวหน้าสาขา ผู้จัดการทีมขาย และผู้จัดการทีมขาย ตามลำดับ ถือเป็นการประสบความสำเร็จขั้นสูงสุดของการเป็นพนักงานขาย เป็นต้น

### 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กร ถ้าพนักงาน มีความผูกพันกับองค์กรมากเท่าใดก็จะมี ความมุ่งมั่นทุ่มเทเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ และพนักงานมีแนวโน้มที่จะลาออกจากองค์กรน้อย ทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่ง ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้ในองค์กรเพื่อที่จะรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรให้ยาวนาน ยั่งยืน และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความผูกพันกับองค์กร ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่ธุรกิจต้องแข่งขันกันอย่างรุนแรง รูปแบบของการทำธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป มีการพัฒนาคนและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มีความกดดันในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้งานที่ได้ปฏิบัตินั้นบรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย และถึงแม้ในปัจจุบันเทคโนโลยีจะมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและบางองค์กรได้นำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กรแทนแต่ก็ยังคงต้องมีพนักงานที่ต้องทำงานควบคู่กันไป และถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกับงานขายหรืองานบริหาร พนักงานยังเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นการรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรนาน ๆ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) คือ การเสริมสร้างให้พนักงานภายในองค์กรให้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของหรือการมีส่วนร่วมในองค์กรให้สูงขึ้น มีความภูมิใจในองค์กร



มีความทุ่มเทและตั้งใจปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ในเรื่องของความผูกพันของพนักงานนั้น ประกอบด้วยหลาย ๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หลักๆ ประกอบด้วย

1. เป้าหมายขององค์กร พนักงานทุกคนต้องการที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น หากพนักงานรับรู้ว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ องค์กรมีการเติบโต เจริญรุ่งเรือง มีศักยภาพในการแข่งขัน ย่อมทำให้เขาเกิดความภาคภูมิใจในการทำงานและอยากจะทำให้องค์กร มีความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว

2. ผลตอบแทน พนักงานทุกคนย่อมทำงานเพื่อให้ได้รับผลตอบแทน เช่น เงินเดือน การปรับเงินเดือน โบนัส และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น การที่พนักงานรู้สึกว่าการตอบแทนที่ได้รับมีความเหมาะสม มีความคุ้มค่าต่อผลงานที่พนักงานได้ปฏิบัติ ย่อมทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกดีต่อองค์กรพร้อมที่จะอยู่กับองค์กรในระยะยาวต่อไป

3. หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ในแต่ละวันพนักงานใช้เวลาในการทำงานและอยู่ที่ทำงานมากที่สุดในวันหนึ่งวันและเวลาที่อยู่ในที่ทำงานหากบรรยากาศรอบข้าง หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ทำให้พนักงานรู้สึกมีความสุขในการทำงาน รู้สึกสบายใจ รู้สึกปลอดภัย ก็จะสามารสร้าง ความผูกพันให้กับพนักงาน ให้พนักงานมีความผูกพันทั้งต่อองค์กรและหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน

4. งานที่ปฏิบัติ งานถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานเพราะเป็นสิ่งที่พนักงานต้องลงมือทำ และงานที่พนักงานได้รับมอบหมายตรงกับทักษะความรู้ความสามารถของพนักงานก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานและสามารถทำงานนั้นออกมาได้ดี แต่ในบางครั้งที่พนักงานได้รับมอบหมายอาจจะไม่ตรงกับทักษะพนักงาน พนักงานเองก็ต้องพร้อมที่จะเปิดใจเรียนรู้และปรับตัว และฝึกฝนเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาทั้งตัวของพนักงานและองค์กร

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรนั้นเป็นความรู้สึก ที่เกิดขึ้นกับตัวพนักงานในแต่ละบุคคล พนักงานแต่ละคนอาจจะมีความรู้สึกผูกพันหรือไม่ผูกพัน ในบางวันและรู้สึกผูกพันหรือไม่ผูกพัน ได้สลับกันไปมา ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย (พิสิทธิ์ พิพัฒน์ โภคากกุล, 2554)

Steers (1977) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร คือ การที่พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมีความกลมเกลียวเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กรมีความคิดเห็นและความชอบหรือพฤติกรรมเหมือนกับคนอื่น ๆ ภายในองค์กร มีความเสียสละ ความทุ่มเททั้งกำลังกายกำลังใจเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร คือการที่พนักงานยอมรับในนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติงานขององค์กรเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ พนักงานยอมรับและเชื่อมั่นในค่านิยมขององค์กร มีความภาคภูมิใจในผลงานของพนักงานและองค์กร

2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กรคือการแสดงออกถึงความตั้งใจความพยายามของพนักงานอย่างเต็มความสามารถ ความเต็มใจ ความทุ่มเท ทั้งร่างกาย แรงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้รับมอบหมายภายในระยะเวลาที่กำหนด และนำพามาซึ่งความสำเร็จขององค์กร

3. ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร คือการที่พนักงานมีความต้องการถึงการคงสถานะของการเป็นพนักงานขององค์กร มีการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ เพื่อแสดงออกถึงความเต็มใจ และความภูมิใจที่ได้อยู่ในองค์กร

แนวคิดของ Allen & Meyer (1990 อ้างถึงใน ปุณณวิช แก้วล้อม, 2560, น. 32) ได้ให้ความหมายในรูปแบบของแนวความคิดในเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ด้านดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก คือ เป็นความผูกพันที่เกิดจากความรู้สึกภายในของพนักงานที่มีต่อองค์กร มีการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความคิดเห็นสอดคล้องเกี่ยวกับนโยบายในการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ต่าง ๆ ขององค์กร เมื่อพนักงานยอมรับได้ก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร มีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรนี้ และพนักงานจะมีความตั้งใจและทุ่มเททั้งกำลังกายและกำลังใจในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย มีความมั่นใจว่าองค์กรจะนำพาส่งดี ๆ มาให้ มีโอกาสเจริญก้าวหน้าในสายงาน รู้สึกถึงความมั่นคงในการทำงาน ทำให้พนักงานไม่คิดที่จะลาออกจากงาน ทำให้องค์กรลดปัญหาเรื่องการลาออกของพนักงาน

2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง คือ เป็นความต่อเนื่องของการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอของพนักงานเกิดจากเมื่อพนักงานได้รับผลตอบแทนหรือสวัสดิการจากองค์กรที่เหมาะสมและพึงพอใจ พนักงาน จะแสดงออกด้วยการปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจเพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมาย และมีความต้องการที่จะคงสถานการณืเป็นพนักงานขององค์กรทุกครั้งถ้าคิดจะมีการย้ายงานพนักงานจะคำนึงถึงผลได้และผลเสีย ถ้าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรและได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับงาน ก็จะทำให้ลดปัญหาการลาออกของพนักงาน และลดปัญหาความไม่ต่อเนื่องของการปฏิบัติงาน

3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานของสังคม คือ เป็นความผูกพันของพนักงานเมื่อเข้ามาทำงานในองค์กร ก็ต้องมีความผูกพันในองค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ มีความซื่อสัตย์ มีความเชื่อมั่นในองค์กร ซึ่งเกิดมาจากบรรทัดฐานขององค์กรและสังคม ความผูกพันที่เกิดขึ้นอาจจะเกิดจากความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานในองค์กร ทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรและตอบแทนด้วยการตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ

Kahn (1990) ได้ให้ความหมายของความผูกพันไว้ว่า ความผูกพันของพนักงานคือการแสดงออกทางกาย ทางอารมณ์ ทางความคิด ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในการทำงาน ความทุ่มเทใน

การทำงาน ความกระตือรือร้นในการทำงาน การตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้งานที่ออกมาบรรลุเป้าหมายการทำงาน โดยรู้หน้าที่ของตนเองว่าต้องทำงานอะไรขั้นตอนนี้ โดยที่ไม่ต้องมีใครมาควบคุม เช่น พนักงานขายเมื่อได้รับเป้าหมายที่ต้องทำต่อเดือนก็มีการวางแผนการทำงานในแต่ละวันเพื่อให้รู้ว่าในแต่ละวันต้องทำยอดขายเท่าไร เพื่อให้เป้าหมายที่ได้รับประสบความสำเร็จนำมาซึ่งความภาคภูมิใจในการทำงาน เป็นต้น (ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร, 2560)

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีผู้วิจัยได้ค้นคว้าศึกษาประเด็นเรื่องแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรไว้เป็นจำนวนมาก ดังที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมาดังนี้



## 2.4.1 งานวิจัยในประเทศ

ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
1	บุญณวิษ แก้วล้อม (2560)	การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาพนักงาน สถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง	พนักงานระดับปฏิบัติการของสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่งจำนวน 400 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ ในการทำงาน และรายได้ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในส่วนของ การศึกษาพบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพล ร้อยละ 12.3 ในด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน มีอิทธิพล ร้อยละ 54.3 ในด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้าน ความมั่นคงในงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความตั้งใจของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2	วิวัฒน์ แสงเพชร (2558)	ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจ โรงแรม ระดับ 5 ดาวแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	พนักงานระดับปฏิบัติการธุรกิจ โรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	เพศ สถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันต่อความผูกพันขององค์กร ยกเว้นอายุงาน และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ส่วนแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
3	พรทิพย์ ทิพมาสน์ (2558)	การศึกษาปัจจัยด้านความเครียดตามตำแหน่งงาน แรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจจะลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติงาน กรุงเทพมหานคร ย่านอโศก	พนักงานระดับปฏิบัติการ กรุงเทพมหานครย่านอโศกจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ความเครียดตามตำแหน่งงาน แรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กรส่งผลต่อการตั้งใจจะลาออกจากงานของพนักงานระดับปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 "ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.790 เพราะเป็นปัจจัยที่เกิดสัมพันธ์กับพนักงานและมีผลต่อกับสิ่งแวดล้อมของงานและเป็นตัวป้องกันความไม่พอใจในงาน เมื่อพนักงานได้รับการตอบสนองปัจจัยเหล่านี้เป็นอย่างดีเพียงพอแล้วจะมีการลาออกลดลง
4	ปกกณ จันทาศาสตร์ (2557)	ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะของงาน และแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กรของพนักงานเอกชน ในเขตลาดพร้าว-จตุจักร	พนักงานเอกชนระดับปฏิบัติการ ในเขตลาดพร้าว -จตุจักร จำนวน 400 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ปัจจัยด้านรายได้ไม่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านลักษณะของงานในด้านความอิสระในการทำงาน และความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีผลต่อความผูกพันกับองค์กร ปัจจัยในด้านความเข้าใจในการทำงานความหลากหลายในการทำงาน ความท้าทายในการทำงานและงานที่ทำให้ต้องปฏิบัติสัมพันธ์กับผู้อื่นนั้น ไม่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยแรงจูงใจ ในด้านความก้าวหน้าความมั่นคงในด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ด้านผลตอบแทน และสวัสดิการมีผลต่อความผูกพันกับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05
5	สมเกียรติ รักรีดง (2554)	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ แรงจูงใจร่วมสมัยกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ : กรณีศึกษา บริษัท ผลิตภัณฑ์	พนักงานในระดับปฏิบัติการในแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรงจำนวน 340 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล	ระดับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมด้านเสริมแรงอยู่ในระดับมาก ด้านความเท่าเทียมอยู่ในระดับปานกลางและด้านความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลทั่วไปที่มีผลต่อความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการทำงานคือ สถานภาพอายุงาน โรงเรียน และแผนกที่ปฏิบัติงาน ในส่วนของระดับความผูกพันต่อองค์กรพบว่าโดยรวมพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมาก โดยปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล



ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
				ทั่วไปที่มีผลต่อความแตกต่างของระดับความผูกพันต่อองค์กรคือ ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน และโรงเรียนที่ปฏิบัติงานพบว่าแรงจูงใจในการทำงานตามทฤษฎีร่วมสมัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร
6	เกศริน ปังกาน (2558)	คุณภาพชีวิตการทำงาน แนวทางการปฏิบัติงานที่ดี และแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทย แห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร	พนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	คุณภาพชีวิตการทำงานแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากการได้รับเงินเดือนที่เหมาะสม งานเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ สถานที่ทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานเหมาะสม แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากผลการได้รับมอบหมายงานตามความรู้ความสามารถ การได้รับความไว้วางใจ จากหัวหน้า สวัสดิการที่ดี ส่วนมีผลต่อความผูกพันกับองค์กร ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
7	ณรงค์ ศรีกรียงทองและประสพชัย พศุนนท์ (2558)	ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิภาพดีในงานขายของพนักงานที่ปฏิบัติงานที่ปรึกษา (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของบริษัท โนมิเดิร์นคาอสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด	พนักงานPCและBAของบริษัท โนมิเดิร์นคาอสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด จำนวน 263 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ตัวแปรอิสระที่เป็นแรงจูงใจ 6 แรงจูงใจ ทั้งแรงจูงใจภายใน และ ภายนอก ได้แก่ 1) การจ่ายผลตอบแทน 2) ส่งเสริมการทำงานและนโยบายบริษัทของผู้บริหาร 3) ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล 4) การได้รับการยอมรับ 5) ความรู้สึกประสบความสำเร็จ 6) นโยบายของบริษัทและพบตัวแปรเพิ่มขึ้น 3 ปัจจัย คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2) ความรู้สึกประสบความสำเร็จ และ 3) นโยบายบริษัท ซึ่งเป็น แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพทางด้านงานขายอย่างเพิ่มขึ้น
8	ศุภัญญา จันทรมณี (2557)	แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน	พนักงานบริษัทบริษัท ธนาคาร เซมิคอนดักเตอร์ (อุษะยา) จำกัด จำนวน 400 คน โดยผู้ใช้	กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอยู่ต่ำกว่า 30ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี มีความเห็นต่อแรงจูงใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.13 สภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.14 ผลการศึกษา



ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
		บริษัท ฮานา เซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด	แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ความผูกพันต่อ องค์กรของกลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์กรรวม มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.17 และ พบว่า บุคลากรที่มี ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อ องค์กรแตกต่างกัน บัณฑิตปริญญาตรีในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร
9	ศุภิสรา ศรีอุทัย (2561)	การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อม กระบวนการทำงาน และ แรงจูงใจในการทำงานที่มีผล ต่อความผูกพันของพนักงานใน บริษัท ศาลบีธนาวัฒน์ จำกัด	พนักงานบริษัท ศาลบีธนาวัฒน์ จำกัดจำนวน200 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ความแตกต่างของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล คือ เพศอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการทำงานของพนักงานบริษัท ศาลบีธนาวัฒน์ จำกัด ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรของพนักงาน บัณฑิตสภาพแวดล้อมปัจจัยกระบวนการทำงาน บัณฑิตแรงจูงใจในด้านปัจจัยจูงใจในการทำงานมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน บริษัท ศาลบีธนาวัฒน์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ในด้านปัจจัยค่าจูงใจไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในบริษัท ศาลบีธนาวัฒน์ จำกัด
10	กฤษฎดา เชียรวัฒน์ (2561)	แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการ การปฏิบัติงานของพนักงาน วิชาชีพ อาชีวศึกษา บริษัท อาซิโนะโมะ โตะ เบทาโกรสเปเชียลตี้ฟู๊ดส์ จำกัด	พนักงานบริษัท อาซิโนะโมะ โตะ เบทาโกรสเปเชียลตี้ฟู๊ดส์ จำกัด จำนวน 255คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ผลการวิจัยพบว่า บัณฑิตส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือนและ ประสบการณ์ใน การทำงานที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในด้านความพึงพอใจของงาน ด้านการยอมรับ และด้านความรับผิดชอบแตกต่างกัน บัณฑิตส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและ ประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย รักรักษาในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านเงินเดือนและสวัสดิการและด้านสภาพแวดล้อมในการ ทำงานแตกต่างกัน นอกจากนี้พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุและประสบการณ์ที่แตกต่างกันจะมี ผลการปฏิบัติงานในด้านระยะเวลาด้าน

ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
11	เทพศิรินทร์ คำไทยกลาง และ บุษยา วงษ์ชวลิตกุล (2556)	ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กร พนักงานธนาคารออมสินภาค 13	พนักงานธนาคาร ออมสินภาค 13 จำนวน 255 คน โดยการใช้แบบ สอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	คุณภาพและด้านปริมาณงานต่างกัน ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จ ในงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ และปัจจัยสร้างรักษาด้านเงินเดือนและสวัสดิการมี อิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านระยะเวลา สำหรับปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จใน การทำงาน และปัจจัยสร้างรักษา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสัมพันธ์ กับผู้บังคับบัญชา ด้านเงินเดือนและสวัสดิการและ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในด้านคุณภาพและยังพบอีกว่า ปัจจัยสร้างรักษา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านนโยบาย การบริหารและ ด้านเงินเดือนและสวัสดิการมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในด้าน ปริมาณงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05
				พนักงานธนาคารออมสินภาค 13 มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานทั้งจากปัจจัยค่าจ้างและ ปัจจัยจูงใจแต่แรงจูงใจจากปัจจัยค่าจ้างมีมากกว่าปัจจัยจูงใจและพนักงานออมสินภาค 13 มีความผูกพันต่อองค์กรใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายของ องค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างแรง กล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพ ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจ กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินภาค 13 พบว่า ปัจจัยค่าจ้าง ของแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าปัจจัยแรงจูงใจอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
12	จินตนา เสียงเจริญ (2554)	ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ทำอาภาศึกษาไทย จำกัด (มหาชน)	พนักงานบริษัท ทำอาภาศึกษาไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 382 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับสูง พบที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน อัตราเงินเดือนของ พนักงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านประสิทธิภาพจากการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรพบว่าพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนพนักงานที่ปฏิบัติงานที่ทำอาภาศึกษาสุวรรณภูมิ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง
13	ปรีชชาติ บัวเม็ง (2554)	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท โดกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย จำกัด	พนักงาน บริษัท โดกินอินดัสทรีส์ ประเทศไทย(จำกัด) จำนวน 336 คน โดยใช้แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท โดกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับมากที่สุดคือ ด้านความรู้สึกรองลงมากคือด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านความต่อเนื่อง
14	ศราวุธ โภษณะสมบัติ (2559)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์	บุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 118 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านลักษณะขององค์กร ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงาน มีผลต่อความผูกพัน ในองค์กร โดยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับมากที่สุดคือ ด้านบรรทัดฐาน รองลงมาด้านความรู้สึกรองลงมาคือด้านการคงอยู่กับองค์กร
15	ลลิตา จันทร์งาม (2559)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล	พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่กลุ่มลูกค้าบุคคล จำนวน 287 คน โดยการใช้แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การพัฒนาการทำงาน ที่คนคิดที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ภาวะผู้นำและค่าตอบแทน ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยที่ปัจจัยด้านภาวะผู้นำด้านที่คนคิดที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ด้านการพัฒนาการทำงาน และด้านค่าตอบแทน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปาน กลาง ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ

ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
16	รัญปภัค บุญเที่ยง (2561)	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษา บุคลากรสำนักงานกีฬาแห่งประเทศไทย	บุคลากรอัตราจ้างในสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 200 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน บรรยากาศองค์กร ความพอใจในการทำงาน ความผูกพันในองค์กรของบุคลากรด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ความผูกพันในองค์กรของบุคลากรด้านการทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อประโยชน์ ขององค์กร และความผูกพันในองค์กรของบุคลากรด้านความต้องการดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กรของตนต่อบุคลากรสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
17	ปฐมพล อ้นขวัญเมือง (2562)	แนวทางการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายที่มีผลต่อยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มลูกค้า Wealth ขององค์กร	พนักงานขายแต่ละพื้นที่ โดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจำนวน 100 คน และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ทำผลงานได้ตามเป้าหมาย 5 คน และพนักงานที่ไม่ทำผลงานได้ไม่ถึงเป้าหมาย 5 คน	ผู้วิจัยได้กำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหาของพนักงานในกลุ่มลูกค้า Wealth ทำผลงานจากการขายไม่ดีขึ้นไปตามเป้าหมายของธนาคาร 3 ทางเลือกคือ แนวทางเลือกที่ 1 พัฒนาศักยภาพของพนักงานขายโดยการจัดฝึกอบรม แนวทางเลือกที่ 2 ทำการฝึกสอนพนักงานและเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แนวทางที่ 3 เพิ่มช่องทางการจัดการความรู้ จากการศึกษาทางเลือกในการแก้ปัญหา พบว่าวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหาดังกล่าวคือ ทางเลือกที่ 2 ทำการฝึกสอนพนักงานและเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
18	ภูรินทร์ กล่ำสุข (2556)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อการจัดการของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท เอ็นเอ็มบี-มินิแบ (บางปะอิน)	พนักงานบริษัท เอ็นเอ็มบี-มินิแบ ไทย จำกัด(บางปะอิน) จำนวน 410 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ปัจจัยด้านบุคคล ด้านลักษณะงาน ด้านการทำงานและด้านภาวะผู้นำ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึกมีค่าความสัมพันธ์มากที่สุด ในด้านความต่อเนื่องและด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีค่าความสัมพันธ์ที่ใกล้เคียงกัน



ตารางที่ 2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (ต่อ)

ลำดับ	ผู้แต่ง /ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
19	ศราวฐ เวฬุรีย์พัฒนกุล และวราภรณ แสงมณี (2559)	ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท นามันอพอลโด (ไทย) จำกัด	พนักงานบริษัท นามันอพอลโด (ไทย) จำกัด จำนวน 186 คน โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับมาก พนักงานที่มีอายุสถานภาพสมรสต่ำ ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน การยอมรับนับถือจากผู้อื่นและโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าก็มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าตอบแทนการทำงานและความมั่นคงมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
20	นันทนา จงดี (2560)	แรงจูงใจตามทฤษฎี ERG และความผูกพันของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัทผลิตรถเด็กเล่นแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี	บุคลากรบริษัทผลิตรถเด็กเล่นแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล	แรงจูงใจตามทฤษฎี ERG และความผูกพันขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ทำงานที่ต่างกันของพนักงานส่งผลต่อแรงจูงใจตามทฤษฎี ERG และความผูกพันองค์กรและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน งาน แรงจูงใจตามทฤษฎี ERG ด้านความต้องการด้านการดำรงชีวิตความต้องการด้านความสัมพันธ์ และความต้องการด้านการเจริญเติบโต เป็นปัจจัยที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยด้านความต้องการความสัมพันธ์มากที่สุด สำหรับความผูกพันของพนักงานพบว่าด้านทัศนคติ ผลตอบแทน และด้านความภักดีเป็นปัจจัยที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยด้านความภักดีมากที่สุด



ประเด็นที่เกี่ยวกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันคือปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่น ปุณณวิช แก้วล้อม และ สราวุธ เวฬุรีย์พัฒนกุล และ วรนาถ แสงมณี และ วิวัฒน์ แสงเพชร และ ปกภณ จันทศาสตร์ และ เกศริน ปิงกวาน และ สุกัญญา จันทรมณีและ สมเกียรติ รักคง และ เทพศิริรินทร์ คำไทยกลาง และ ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล บอกว่า แรงจูงใจในการทำงานทั้งด้านแรงจูงใจและแรงจูงใจ คำจุน ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โอกาสที่ได้รับความก้าวหน้าในอนาคต ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา การติดต่อสื่อสาร ตำแหน่งหน้าที่การงานมีความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การบริหารงานของผู้บังคับบัญชา นโยบายและการบริหารงานขององค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในการทำงาน ล้วนมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร แต่ไม่สอดคล้องกับ สุนิศา ศรีอุทัย ที่ได้บอกว่า ปัจจัยคำจุนไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในบริษัท ศาลบีชนาวรัตน์ จำกัด

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเกิดความสนใจในประเด็นดังกล่าวโดยได้กำหนดกรอบความคิดในงานวิจัย โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของ Herzberg, et al. (1959) (Two-factor Theory) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานที่ทางผู้วิจัยเลือกมาประกอบด้วยตัวชี้วัด 7 ประการ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาตัวชี้วัดทั้ง 7 ตัวนี้ ได้นำมาใช้ในการวิจัยในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะนำตัวชี้วัดทั้ง 7 ตัวนี้มาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. ด้านความสำเร็จในงาน
2. ด้านลักษณะของงาน
3. ด้านความรับผิดชอบในงาน
4. ด้านความก้าวหน้าในงาน
5. ด้านนโยบายและการบริหารงาน
6. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
7. ด้านความมั่นคงในงาน

และปัจจัยเหล่านี้มีผลอย่างไรต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด โดยผู้วิจัยนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ Steers (1977) ที่ได้เสนอองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ

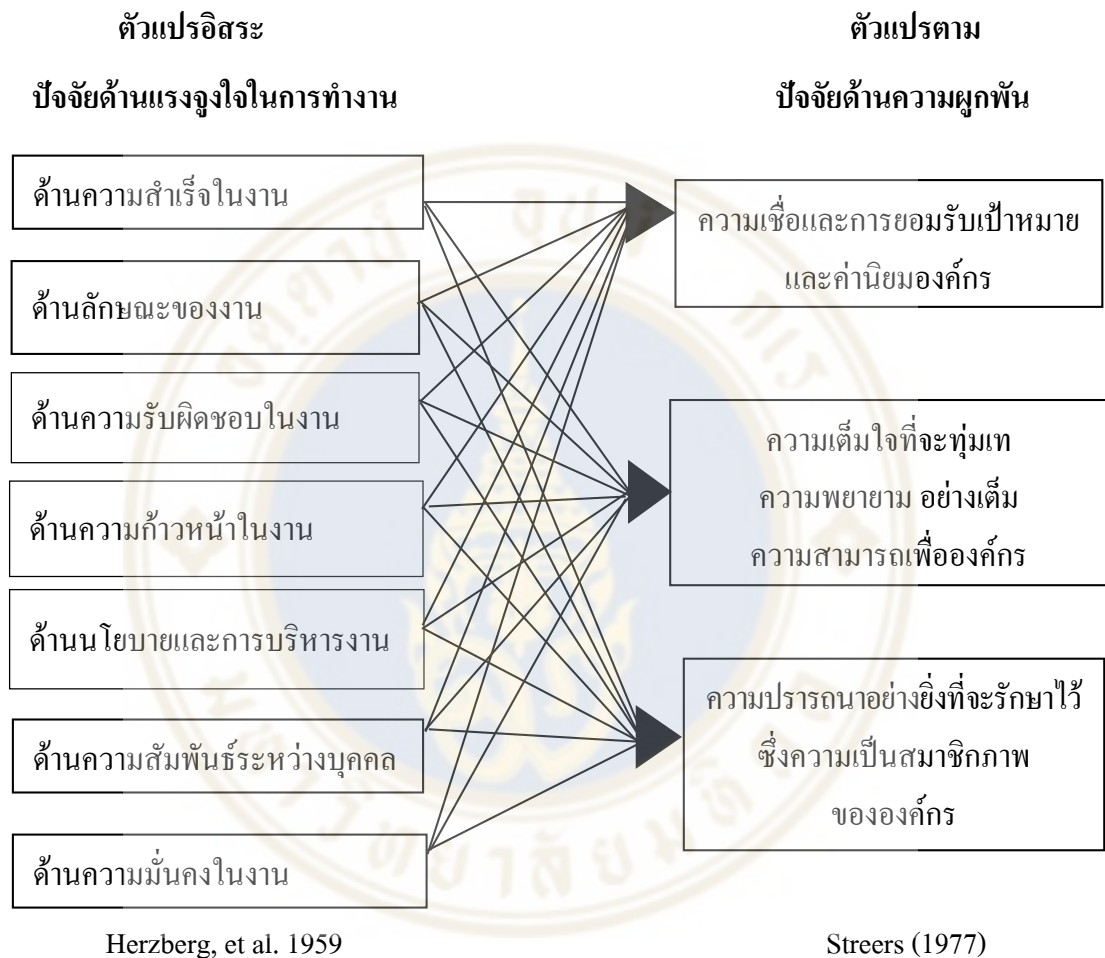
1. ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร
2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร
3. ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

เพื่อมาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ภาควิชา การศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามสำหรับงานวิจัยนี้ โดยตัวแปรอิสระคือแรงจูงใจในการทำงานผู้วิจัยได้อ้างอิงจากทฤษฎีของ Herzberg, et al. 1959 (Two-factor Theory) ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านความสำเร็จในงาน 2) ด้านลักษณะของงาน 3) ด้านความรับผิดชอบในงาน 4) ด้านความก้าวหน้าในงาน 5) ด้านนโยบายและการบริหารงาน 6) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 7) ด้านความมั่นคงในงาน และตัวแปรตามคือ ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ผู้วิจัยได้อ้างอิงจากทฤษฎีของ Streers R. M. (1977) ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

## 2.5 กรอบแนวคิดวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดวิจัย

## 2.6 สมมติฐานของงานวิจัย

1. องค์กรประกอบด้วยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร

- สมมติฐานที่ 1 ความสำเร็จในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร



3. องค์ประกอบด้านแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 15 ความสำเร็จในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 16 ลักษณะของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 17 ความรับผิดชอบในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 18 ความก้าวหน้าในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 19 นโยบายและการบริหารงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

- สมมติฐานที่ 21 ความมั่นคงในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัย เรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นวิธีค้นหาความรู้และความจริงจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งคือ

##### 3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

รวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างเองจากกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 498 คน โดยเก็บรวบรวมตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2563 ถึง สิงหาคม 2563 โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (Statistical Package for Social Science: SPSS) สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

- ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด
- ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้พนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง มีความเข้าใจในข้อคำถาม และความต้องการของผู้วิจัย

- ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ให้กับพนักงานฝ่าย บิวตี้เอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ทำการกรอกแบบสอบถามจนกว่าจะครบตามจำนวน
- นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

### 3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

## 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

### 3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานฝ่าย บิวตี้เอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 498 คน (อ้างอิงข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ณ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2563) ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  จากสูตรดังนี้

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

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (ขนาดของความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5 %)

เมื่อแทนค่า จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{เมื่อ } n = \frac{498}{1 + (498)(0.05)^2}$$

$$n = 221.83$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรมีจำนวน 222 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 498 คน และการเลือกสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น(Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยทุก ๆ คน มีโอกาสถูกเลือกเท่ากัน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื่องจากการเก็บข้อมูลจำนวนมาก และกลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติงานอยู่ทั้งในส่วน of สำนักงานใหญ่และพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สาขา เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จึงเป็นเครื่องมือที่เหมาะสม โดยแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการทำงาน ข้อมูลด้านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยได้มีการดัดแปลงมาจากแบบสอบถามเกี่ยวกับ การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษาพนักงานสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง (ปทุมวิเศษ บุญล้อม, 2560) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีระดับการวัดดังนี้

- เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- ระดับการศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- สถานภาพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- รายได้เฉลี่ย ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

2. ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการทำงานพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ประกอบด้วย 1) ความสำเร็จในงาน 2) ลักษณะของงาน 3) ความรับผิดชอบในงาน 4) ความก้าวหน้าในงาน 5) นโยบายและการบริหารงาน 6) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 7) ความมั่นคงในงาน โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบสอบถามทั้งหมด 21 ข้อ

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	1
เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น	2
เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น	3
เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น	4
เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	5

สำหรับการวัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงคะแนน มีการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3. ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความผูกพันต่อองค์กรพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) ของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ประกอบด้วย 1) ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบสอบถามทั้งหมด 9 ข้อ

สำหรับการวัดระดับความผูกพันต่อองค์กรจะมีระดับการวัดดังนี้

ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	1
ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อย	มีค่าคะแนนเป็น	2
ระดับความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น	3
ระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก	มีค่าคะแนนเป็น	4
ระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น	5

สำหรับการวัดระดับความผูกพันต่อองค์กรเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

4. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม (Questionnaire)

- การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่พัฒนาจากแบบสอบถามที่มีผู้ทำไว้แล้วนำเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย
- การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) เมื่อผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามของ (ปยุตน์วิษ บุญล้อม, 2560) มาใช้เป็นแบบสอบถามโดยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกจ่ายกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาซึ่งเป็น พนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สถิติและพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามในแต่ละด้านของแบบสอบถาม ได้รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น

ปัจจัย	จำนวน ข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค
ความสำเร็จในงาน	3	0.877
ลักษณะของงาน	3	0.842
ความรับผิดชอบในงาน	3	0.916
ความก้าวหน้าในงาน	3	0.960
นโยบายและการบริหารงาน	3	0.935
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3	0.851
ความมั่นคงในงาน	3	0.813
ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร	3	0.916
ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร	3	0.921
ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร	3	0.853

ซึ่งทุกด้านพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงสามารถนำคำถามในแบบสอบถามไปใช้ได้



### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลได้ครบและมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science: SPSS) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลมาตรวจทานแล้วลงรหัสในแบบสอบถามจากนั้นนำมาดำเนินการแปลงข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistics Package for the Social Sciences: SPSS โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติดังนี้

1. ความถี่ (Frequency) เป็นการแสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่เก็บได้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน(อายุงาน) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้เปรียบเทียบข้อมูลเชิงพรรณนาที่มีความแตกต่างกัน โดยเทียบส่วนจากค่าร้อยละ ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในการทำงาน (อายุงาน) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic mean) หรือค่าเฉลี่ย ใช้หาค่าเฉลี่ยของข้อมูลแต่ละกลุ่ม ได้แก่ 1) ความสำเร็จในงาน 2) ลักษณะของงาน 3) ความรับผิดชอบในงาน 4) ความก้าวหน้าในงาน 5) นโยบายและการบริหารงาน 6) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 7) ความมั่นคงในงาน และระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ได้แก่ 1) ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร 2)ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้วัดการกระจายของข้อมูลที่มีการหาค่าเฉลี่ยโดยวิธีมัชฌิมเลขคณิต
5. ค่าเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูล 2 ชุด อันได้แก่ 1) ความสำเร็จในงาน 2) ลักษณะของงาน 3) ความรับผิดชอบในงาน 4) ความก้าวหน้าในงาน 5) นโยบายและการบริหารงาน 6) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 7) ความมั่นคงในงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
6. Regression Analysis วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และนำผลของความสัมพันธ์ ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูลที่ได้

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ภาควิชา การศึกษา บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวนทั้งหมด 222 คน ซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานที่สาขา ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลของการวิจัยดังนี้

- 4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
- 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### 4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสพการณ์ในการทำงาน (อายุงาน) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 222 คน โดยนำเสนอจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1-4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	32	14.4
หญิง	190	85.6
รวม	222	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 85.60 และเพศชายจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ระหว่าง 20 - 30 ปี	56	25.20
ระหว่าง 31 - 40 ปี	119	53.60
ระหว่าง 41 - 50 ปี	42	18.90
ตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป	5	2.30
<b>รวม</b>	<b>222</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาคืออายุ 20-30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	144	64.90
ปริญญาตรี	69	31.10
ปริญญาโท	9	4.10
<b>รวม</b>	<b>222</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 64.90 รองลงมาคือระดับปริญญาตรีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 ระดับปริญญาโทจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	138	62.20
สมรส	68	30.60
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	16	7.20
<b>รวม</b>	<b>222</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 รองลงมาสถานภาพสมรสจำนวน 68.60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นประสบการณ์ในการทำงาน (อายุงาน)

ประสบการณ์ในการทำงาน (อายุงาน)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	11	5.00
ระหว่าง 1 - 3 ปี	77	34.70
ระหว่าง 4 - 6 ปี	45	20.30
ระหว่าง 7 - 9 ปี	37	16.70
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	52	23.40
<b>รวม</b>	<b>222</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน (อายุงาน) ช่วง 1-3 ปีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 34.570 รองลงมา 10 ปีขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 ช่วง 4 - 6 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 ช่วง 7 - 9 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

**ตารางที่ 4.6** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์โดยจำแนกเป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	73	32.70
ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท	99	44.40
ระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท	31	13.90
ระหว่าง 35,001 - 45,000 บาท	13	5.90
ระหว่าง 45,001 - 55,000 บาท	5	2.30
มากกว่า 55,000 บาท	2	0.90
<b>รวม</b>	<b>222</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,500 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 รายได้เฉลี่ย 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รายได้เฉลี่ย 35,001 - 45,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 รายได้เฉลี่ย 45,001 - 55,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 รายได้เฉลี่ยมากกว่า 55,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90 ตามลำดับ

#### 4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ 1) ความสำเร็จในงาน 2) ลักษณะของงาน 3) ความรับผิดชอบในงาน 4) ความก้าวหน้าในงาน 5) นโยบายและการบริหารงาน 6) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 7) ความมั่นคงในงาน จำนวน 222 คน โดยแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้



ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านความสำเร็จในงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความสำเร็จในงาน</b>				
มักได้รับคำชมเชย จากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเสมอ	3.18	0.82	ปานกลาง	3
สามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้องและทันเวลา	3.69	0.75	มาก	2
มีความภาคภูมิใจกับผลการปฏิบัติงานทุกครั้ง	3.83	0.86	มาก	1
<b>ผลรวม</b>	<b>3.57</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.7 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสำเร็จในงาน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุดคือ มีความภาคภูมิใจกับผลการปฏิบัติงานทุกครั้ง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86) รองลงมาคือ สามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้องและทันเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75) และมักได้รับคำชมเชย จากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82)

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะของงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านลักษณะของงาน</b>				
การปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และ ประสบการณ์ ประกอบกันอย่างมาก	3.91	0.81	มาก	2
งานที่ทำเป็นงานที่สำคัญและมีคุณค่าต่อ บริษัท	4.01	0.89	มาก	1
ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมไม่มากหรือน้อยจนเกินไป	3.60	0.84	มาก	3
<b>ผลรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.8 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะของงาน โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามากที่สุดคือ งานที่ทำเป็นงานที่สำคัญและมีคุณค่าต่อบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) รองลงมาคือ การปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และประสบการณ์ ประกอบกันอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81) ปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมไม่มาก หรือน้อยจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84)

**ตารางที่ 4.9** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความรับผิดชอบในงาน</b>				
มีความรับผิดชอบในการทำงานโดยผู้บังคับบัญชาไม่ต้องควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด	3.94	0.78	มาก	3
ยอมรับในความผิดพลาดของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นโดยนำมาปรับปรุงและพัฒนาการทำงานในครั้งต่อไป	4.15	0.81	มาก	1
สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้องและทันเวลาเสมอ	4.03	0.77	มาก	2
<b>ผลรวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.9 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน โดยภาพรวมอยู่ในมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามากที่สุดคือ ยอมรับในความผิดพลาดของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นโดยนำมาปรับปรุงและพัฒนาการทำงานในครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81) รองลงมาคือ สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้องและทันเวลาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77) มีความรับผิดชอบในการทำงานโดยผู้บังคับบัญชาไม่ต้องควบคุมดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด (ค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78)

**ตารางที่ 4.10** แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย  
แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความก้าวหน้าในงาน</b>				
ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมการจัดฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ที่ทางบริษัท จัดขึ้นแก่พนักงานอยู่เสมอ	3.48	0.97	มาก	1
ได้รับโอกาสที่ทางบริษัทสนับสนุนให้ไปศึกษาต่อเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติเพื่อปรับวุฒิให้สูงขึ้น หรือรายได้พิเศษอื่น ๆ เช่น โบนัส	3.02	1.12	ปานกลาง	3
หากย้ายไปทำงานในหน่วยงานอื่นอาจไม่ได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเท่าที่ได้รับจากบริษัท	3.17	0.98	ปานกลาง	2
<b>ผลรวม</b>	<b>3.23</b>	<b>0.85</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตาราง 4.10 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในงานมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุดคือ ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมการจัดฝึกอบรมเพื่อเสริม ทักษะด้านต่าง ๆ ที่ทางบริษัท จัดขึ้นแก่พนักงานอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97) รองลงมาคือ หากย้ายไปทำงานในหน่วยงานอื่นอาจไม่ได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเท่าที่ได้รับจากบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98) และ ได้รับโอกาสที่ทางบริษัทสนับสนุนให้ไปศึกษาต่อเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติเพื่อปรับวุฒิให้สูงขึ้น หรือรายได้พิเศษอื่น ๆ เช่น โบนัส (ค่าเฉลี่ย 3.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12)

**ตารางที่ 4.11** แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย  
แรงจูงใจในการทำงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านนโยบายและการบริหารงาน</b>				
ผู้บังคับบัญชาในบริษัทบริหารงานด้วยความถูกต้อง โปร่งใสและยุติธรรม	3.33	1.05	ปานกลาง	1
ผู้บังคับบัญชาจะกำหนด นโยบายในการบริหาร โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับเป็นส่วนใหญ่	3.11	1.12	ปานกลาง	3
ความเห็นว่านโยบายในการบริหารงานของบริษัทมีความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการสามารถปฏิบัติตามได้	3.33	1.03	ปานกลาง	2
<b>ผลรวม</b>	<b>3.26</b>	<b>1.00</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตาราง 4.11 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านนโยบายและการบริหารงานโดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุดคือ ผู้บังคับบัญชาในบริษัทบริหารงานด้วยความถูกต้อง โปร่งใสและยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุดคือ ผู้บังคับบัญชาในบริษัทบริหารงานด้วยความถูกต้อง โปร่งใสและยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05) รองลงมาคือ ความเห็นว่านโยบายในการบริหารงานของบริษัทมีความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการสามารถปฏิบัติตามได้ (ค่าเฉลี่ย 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03) และผู้บังคับบัญชาจะกำหนด นโยบายในการบริหาร โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับเป็นส่วนใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12)

**ตารางที่ 4.12** แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย  
แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล</b>				
สามารถติดต่อประสานงานกับพนักงานและ บุคคลต่าง ๆ ภายในบริษัทโดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี	3.75	0.78	มาก	2
สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ได้อย่างดี	3.95	0.79	มาก	1
สามารถติดต่อและประสานงานกับบุคคลภายนอกที่มาติดต่อ ในองค์กรได้อย่างดี	3.77	0.76	มาก	3
<b>ผลรวม</b>	<b>3.82</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.12 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุดคือ สามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79) รองลงมาคือ สามารถติดต่อประสานงานกับพนักงานและบุคคลต่าง ๆ ภายในบริษัทโดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78) และสามารถติดต่อและประสานงานกับบุคคลภายนอกที่มาติดต่อในองค์กร ได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76)

**ตารางที่ 4.13** แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย  
แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความมั่นคงในงาน

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความมั่นคงในงาน</b>				
สามารถปฏิบัติงานโดยไม่ต้องกังวลต่อการโยกย้ายสับเปลี่ยน หน้าที่หรือให้ลาออกจากงานโดยไม่เป็นธรรม	3.07	1.09	ปานกลาง	3
คิดว่าสามารถอยู่ปฏิบัติงานในหน่วยงานจนเกษียณอายุ	3.39	1.10	ปานกลาง	2
มีความเห็นว่าบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งต่อบุคคลภายในและภายนอก	3.40	1.06	ปานกลาง	1
<b>ผลรวม</b>	<b>3.29</b>	<b>0.91</b>	<b>ปานกลาง</b>	



จากตาราง 4.13 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความมั่นคงในงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุดคือ มีความเห็นว่าบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งต่อบุคคลภายในและภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06) รองลงมาคือ คิดว่าสามารถอยู่ปฏิบัติงานในหน่วยงานจนเกษียณอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.10) และสามารถปฏิบัติงานโดยไม่ต้องกังวลต่อการโยกย้าย สับเปลี่ยนหน้าที่หรือให้ลาออกจากงาน โดยไม่เป็นธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.09)

#### 4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความผูกพันต่อองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1) ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 222 คน มีรายละเอียดดังนี้

**ตารางที่ 4.14** แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อถือ การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร</b>				
ระดับความผูกพันที่ยอมรับและพร้อมที่จะยึดถือ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท	3.63	0.94	มาก	2
ระดับความผูกพันที่มักจะพูดถึงบริษัทในทางบวกต่อเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นเสมอ	3.59	0.96	มาก	3
ระดับความผูกพันที่ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท	3.82	0.90	มาก	1
<b>ผลรวม</b>	<b>3.68</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุดคือ ระดับความผูกพันที่ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90) รองลงมาคือ ระดับ

ความผูกพันที่ยอมรับและพร้อมที่จะยึดถือ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94) และระดับความผูกพันที่มักจะพูดถึงบริษัทในทางบวกต่อเพื่อน ร่วมงานหรือบุคคลอื่นเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96)

**ตารางที่ 4.15** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเต็มใจที่จะทุ่มเท ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร				
ระดับความผูกพันที่เต็มใจที่จะปฏิบัติงานล่วงเวลาให้กับบริษัท แม้ว่าค่าตอบแทนที่ได้จะไม่คุ้มค่าหรือไม่ได้รับค่าตอบแทน	3.32	1.02	ปานกลาง	3
ระดับความผูกพันที่จะคำนึงถึงผลประโยชน์และความก้าวหน้า ของบริษัทมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว	3.39	0.96	ปานกลาง	2
ระดับความผูกพันที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท	3.78	0.93	มาก	1
<b>ผลรวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.15 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุดคือ ระดับความผูกพันที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93) รองลงมาคือ ระดับความผูกพันที่จะคำนึงถึงผลประโยชน์และความก้าวหน้าของบริษัทมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96) และระดับความผูกพันที่เต็มใจที่จะปฏิบัติงานล่วงเวลาให้กับบริษัทแม้ว่าค่าตอบแทนที่ได้จะไม่คุ้มค่าหรือไม่ได้รับค่าตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02)

**ตารางที่ 4.16** แสดงแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
<b>ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร</b>				
ระดับความผูกพันที่คิดว่าภาพรวมบริษัทเป็นหน่วยงานที่ดีกว่าหน่วยงานอื่น	3.35	0.96	ปานกลาง	3
ระดับความผูกพันที่ตั้งใจจะทำงานกับบริษัท จนกว่าจะเกษียณอายุ	3.47	1.00	มาก	2
ระดับความผูกพันที่มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับผู้อื่นว่าเป็นพนักงานของบริษัท	3.61	0.98	มาก	1
<b>ผลรวม</b>	<b>3.48</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>	

จากตาราง 4.16 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุดคือ ระดับความผูกพันที่มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับผู้อื่นว่าเป็นพนักงานของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุดคือ ระดับความผูกพันที่มีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับผู้อื่นว่าเป็นพนักงานของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98) รองลงมาคือ ระดับความผูกพันที่ตั้งใจจะทำงานกับบริษัท จนกว่าจะเกษียณอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00) และระดับความผูกพันที่คิดว่าภาพรวมบริษัทเป็นหน่วยงานที่ดีกว่าหน่วยงานอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96)

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

### 4.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร โดยทำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ แปลความหมายดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.71 – 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.31 – 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01 – 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน  
ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 18 ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปร	ความเชื่อและการยอมรับ	ความเต็มใจที่จะทุ่มเท	ความปรารถนาที่จะรักษา	ความสำเร็จในงาน	ลักษณะของงาน	ความรับผิดชอบในงาน	ความก้าวหน้าในงาน	นโยบายและการบริหาร	ความสัมพันธ์บุคคล	ความมั่นคงในงาน
ความเชื่อและการยอมรับ	1									
ความเต็มใจที่จะทุ่มเท	.720**	1								
ความปรารถนาที่จะรักษา	.805**	.747**	1							
ความสำเร็จในงาน	.536**	.554**	.536**	1						
ลักษณะของงาน	.490**	.565**	.454**	.590**	1					
ความรับผิดชอบในงาน	.487**	.445**	.355**	.557**	.659**	1				
ความก้าวหน้าในงาน	.582**	.575**	.597**	.550**	.399**	.384**	1			
นโยบายและการบริหาร	.688**	.602**	.732**	.492**	.348**	.259**	.646**	1		
ความสัมพันธ์บุคคล	.668**	.609**	.555**	.599**	.580**	.616**	.535**	.492**	1	
ความมั่นคงในงาน	.728**	.639**	.790**	.505**	.433**	.343**	.663**	.736**	.587**	1

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อ  
องค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจ  
ในการทำงานแต่ละด้านกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยม  
องค์กร ดังนี้ ด้านความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ( $r = 0.728$ ) ด้านความสำเร็จ  
ในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.536$ ) ด้านลักษณะของงานมีความสัมพันธ์  
ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.490$ ) ด้านความรับผิดชอบในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับ  
ปานกลาง ( $r = 0.487$ ) ด้านความก้าวหน้าในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.582$ )  
ด้านนโยบายและการบริหารงานมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง ( $r = 0.688$ ) ด้านความสัมพันธ์  
ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.668$ ) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานแต่ละด้านกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ดังนี้ ด้านความสำเร็จในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.554$ ) ด้านลักษณะของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.565$ ) ด้านความรับผิดชอบในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.445$ ) ด้านความก้าวหน้าในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.575$ ) ด้านนโยบายและการบริหารงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.602$ ) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.609$ ) ด้านความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.639$ ) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานแต่ละด้านกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาความเป็นสมาชิกในองค์กร ดังนี้ ด้านความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง ( $r = 0.790$ ) ด้านนโยบายและการบริหารงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง ( $r = 0.732$ ) ด้านความก้าวหน้าในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.597$ ) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.555$ ) ด้านความสำเร็จในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.536$ ) ด้านลักษณะของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.454$ ) ด้านความรับผิดชอบในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง ( $r = 0.355$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4.2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีผลการวิเคราะห์โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
R	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) เป็นค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการกับตัวแปรตาม



$R^2$	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ (Coefficient of Multiple Determination) เป็นค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการที่มีผลต่อตัวแปรตาม หรือตัวแปรอิสระทั้งหมดที่อยู่ในสมการสามารถอธิบายการผันแปรตามได้มากน้อยเพียงใด
Adjusted $R^2$	หมายถึง	ค่า $R^2$ ที่ปรับแก้แล้ว
Std. Error of Estimate	หมายถึง	ค่าที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการในรูปคะแนนดิบ
Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
t	หมายถึง	ค่าสถิติในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ

**ตารางที่ 4.18** การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.016	0.222		-0.072	0.942
	ความสำเร็จในงาน	-0.002	0.073	-0.002	-0.031	0.976
	ลักษณะของงาน	0.022	0.068	0.018	0.322	0.748
	ความรับผิดชอบในงาน	0.175	0.070	0.146	2.504	0.013*
	ความก้าวหน้าในงาน	-0.015	0.058	-0.015	-0.258	0.797
	นโยบายและการบริหาร	0.259	0.053	0.303	4.896	0.000**
	ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.298	0.074	0.243	4.029	0.000**
	ความมั่นคงในงาน	0.298	0.062	0.315	4.815	0.000**
R = 0.819, $R^2 = 0.671$ , Adjusted $R^2 = 0.660$ , Std. Error of the Estimate = 0.499						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับ เป้าหมายและค่านิยมองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับ เป้าหมายและค่านิยมองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ( $p = 0.000$ ) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ( $p = 0.000$ ) และด้านความมั่นคงในงาน ( $p = 0.000$ ) โดยมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และด้านความรับผิดชอบในงาน ( $p = 0.13$ ) มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบจากแต่ละด้านของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กรพบว่า ความมั่นคงในงาน ( $Beta = 0.315$ ) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ นโยบายและการบริหารงาน ( $Beta = 0.303$ ) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ( $Beta = 0.243$ ) และความรับผิดชอบในงาน ( $Beta = 0.146$ ) ตามลำดับ

นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ประสิทธิภาพของการพยากรณ์ ( $R^2 = 0.671$ ) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร คิดเป็นร้อยละ 67.1 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std Error of the Estimate) เท่ากับ  $\pm 0.499$

ในการสร้างสมการพยากรณ์นั้น ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุดคือ ด้านความมั่นคงในงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.315 รองลงมาคือ นโยบายและการบริหาร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.303 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.243 และด้านความรับผิดชอบ (B) เท่ากับ 0.146 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ได้ร้อยละ 67.1 ( $R^2 = 0.671$ ) ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 Y_{\text{(ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายขององค์กร)}} &= 0.016 + 0.315 (\text{ความมั่นคงในงาน}) \\
 &+ 0.303 (\text{นโยบายและการบริหารงาน}) \\
 &+ 0.243 (\text{ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}) \\
 &+ 0.146 (\text{ความรับผิดชอบ})
 \end{aligned}$$

โดย Y หมายถึง แรงจูงใจในการทำงาน

จากสมการดังกล่าว หมายความว่าถ้า ความมั่นคงในงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วยและด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กรเพิ่มขึ้น 0.315 หรือถ้า นโยบายและการบริหารงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วยและด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กรเพิ่มขึ้น 0.303 หน่วย เป็นต้น

#### 4.2.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

**ตารางที่ 4.19** การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.142	0.254		-0.560	0.576
	ความสำเร็จในงาน	0.084	0.084	0.065	1.000	0.318
	ลักษณะของงาน	0.291	0.078	0.244	3.747	0.000**
	ความรับผิดชอบ	-0.019	0.080	-0.016	-0.237	0.813
	ความก้าวหน้าในงาน	0.101	0.067	0.100	1.509	0.133
	นโยบายและการบริหาร	0.169	0.061	0.197	2.792	0.006**
	ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.216	0.085	0.175	2.550	0.011*
	ความมั่นคงในงาน	0.183	0.071	0.192	2.575	0.011*
R = 0.757, R <sup>2</sup> = 0.572, Adjusted R <sup>2</sup> = 0.559, Std. Error of the Estimate = 0.572						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเท ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ( $p = 0.000$ ) ด้านนโยบาย และการบริหารงาน ( $p = 0.006$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ( $p = 0.011$ ) ด้านความมั่นคงในงาน ( $p = 0.011$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบจากแต่ละด้านของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กรพบว่า ด้านลักษณะของงาน ( $Beta = 0.244$ ) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ( $Beta = 0.197$ ) ด้านความมั่นคงในงาน ( $Beta = 0.192$ ) และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ( $Beta = 0.175$ ) ตามลำดับ

ในการสร้างสมการพยากรณ์นั้น ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ด้านลักษณะของงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.244 ด้านนโยบายและการบริหาร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.197 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.192 และด้านความมั่นคงในงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.175

โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้ร้อยละ 57.2 ( $R^2 = 0.572$ ) โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ  $\pm 0.572$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 Y_{\text{(ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร)}} &= -0.142 + 0.291 (\text{ลักษณะของงาน}) \\
 &+ 0.169 (\text{นโยบายและการบริหาร}) \\
 &+ 0.216 (\text{ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล}) \\
 &+ 0.183 (\text{มั่นคงในงาน})
 \end{aligned}$$

โดย Y หมายถึง แรงจูงใจในการทำงาน

จากสมการดังกล่าว หมายความว่าถ้า ลักษณะของงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.291 หน่วย หรือ ถ้านโยบายและการบริหารงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยด้านอื่นคงที่

จะทำให้เกิดแรงงูใจในการทำงาน ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถ เพื่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.169 หน่วย

#### 4.2.4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงงูใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยั้งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

**ตารางที่ 4.20** การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงงูใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยั้งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.123	0.226		0.545	0.587
	ความสำเร็จในงาน	0.118	0.074	0.087	1.588	0.114
	ลักษณะของงาน	0.097	0.069	0.078	1.406	0.161
	ความรับผิดชอบ	-0.009	0.071	-0.007	-0.132	0.895
	ความก้าวหน้าในงาน	-0.012	0.059	-0.011	-0.195	0.846
	นโยบายและการบริหาร	0.269	0.054	0.299	4.994	0.000**
	ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.051	0.075	0.039	0.678	0.499
	ความมั่นคงในงาน	0.477	0.063	0.480	7.575	0.000**
R = 0.832, R <sup>2</sup> = 0.693, Adjusted R <sup>2</sup> = 0.683, Std Error of the Estimate = 0.508						

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยั้งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรแรงงูใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าตัวแปรแรงงูใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยั้งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหาร ( $p = 0.000$ ) ด้านความมั่นคงในงาน ( $p = 0.000$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบจากแต่ละด้านของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรพบว่า ด้านความมั่นคงในงาน (Beta = 0.480) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน (Beta = 0.299)

ในการสร้างสมการพยากรณ์นั้น ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ด้านความมั่นคงในงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.477 และด้านนโยบายและการบริหาร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยการพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.269

โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้ร้อยละ 69.3 ( $R^2 = 0.693$ ) โดยมีความคาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Std. Error of the Estimate) เท่ากับ  $\pm 0.508$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y_{\text{(ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกองค์กร)}} = 0.123 + 0.269 (\text{นโยบายและการบริหาร}) + 0.477 (\text{ความมั่นคงในงาน})$$

โดย Y หมายถึง แรงจูงใจในการทำงาน

จากสมการดังกล่าว หมายความว่าถ้า นโยบายและการบริหารงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรเพิ่มขึ้น 0.269 หน่วย หรือความมั่นคงในงานเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยด้านอื่นคงที่ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรเพิ่มขึ้น 0.477 หน่วย

### 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร

**ตารางที่ 4.21** แสดงผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 1</b> ความสำเร็จของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.18 พบว่า ความสำเร็จในงานมีค่า $p = 0.976$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ	ปฏิเสธสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 2</b> ลักษณะของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.18 พบว่า ลักษณะของงาน มีค่า $p = 0.748$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ	ปฏิเสธสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 3</b> ความรับผิดชอบในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.18 พบว่า ความรับผิดชอบในงาน มีค่า $p = 0.013$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	ยอมรับสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 4</b> ความก้าวหน้าในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.18 พบว่า ความก้าวหน้าในงาน มีค่า $p = 0.797$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ	ปฏิเสธสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 6</b> ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.18 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่า $p = 0.000$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	ยอมรับสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 7</b> ความมั่นคงในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.18 พบว่า ความมั่นคงในงานมีค่า $p = 0.000$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	ยอมรับสมมติฐาน

2. แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

**ตารางที่ 4.22** แสดงผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 8</b> ความสำเร็จของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่าความสำเร็จในงาน มีค่า $p = 0.318$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ	ปฏิเสธสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 9</b> ลักษณะของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่า ลักษณะของงาน มีค่า $p = 0.000$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	ยอมรับสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 10</b> ความรับผิดชอบในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเชื่อ และการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่า ความรับผิดชอบในงาน มีค่า $p = 0.813$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ	ปฏิเสธสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 11</b> ความก้าวหน้าในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่า ความก้าวหน้าในงาน มีค่า $p = 0.133$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญ	ปฏิเสธสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 12</b> นโยบายและการบริหารงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่า นโยบายและการบริหารงาน มีค่า $p = 0.006$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	ยอมรับสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 13</b> ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่า $p = 0.011$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	ยอมรับสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 14</b> ความมั่นคงในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หัดถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.19 พบว่า ความมั่นคงในงาน มีค่า $p = 0.011$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	ยอมรับสมมติฐาน

3. แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ด้านความปรารถนา  
อย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

**ตารางที่ 4.23** แสดงผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน  
ด้านความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 15 ความสำเร็จของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า ความสำเร็จของงาน มีค่า $p = 0.114$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 16 ลักษณะของงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานด้านความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า ลักษณะของงาน มีค่า $p = 0.161$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 17 ความรับผิดชอบในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า ความรับผิดชอบในงาน มีค่า $p = 0.895$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ	ปฏิเสธ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 18 ความก้าวหน้าในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า ความก้าวหน้าในงาน มีค่า $p = 0.846$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 19 โยบายและการบริหารงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า นโยบายและการบริหาร มีค่า $p = 0.000$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่า $p = 0.499$ ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 21 ความมั่นคงในงานส่งผลบวกต่อความผูกพันของพนักงานความปรารถนาอย่างยั่งยืนที่จะรักษาไว้ ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงเส้นพหุคูณ ตามตาราง 4.20 พบว่า ความมั่นคงในงาน มีค่า $p = 0.000$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01	ยอมรับสมมติฐาน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็น จากกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ คือ พนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่และปฏิบัติงานอยู่ที่สาขาของบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด จำนวน 222 คน และนำเอาข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยได้สรุปผลการวิจัย การอภิปรายและข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน ดังนี้

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.60 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.60 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา คิดเป็นร้อยละ 64.90 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.20 มีประสบการณ์ทำงาน ระหว่าง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.70 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.40

##### 5.1.2 ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท

ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ในด้านที่มีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ด้านลักษณะของงาน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้านความสำเร็จในงาน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และด้านที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความมั่นคงในงาน (ค่าเฉลี่ย 3.29) ด้านนโยบายและการบริหารงาน (ค่าเฉลี่ย 3.26) และด้านความก้าวหน้าในงาน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ



### 5.1.3 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท

ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ มีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.50) และด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

### 5.1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

5.1.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ได้แก่ ด้านความมั่นคงในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ส่วนด้านความสำเร็จในงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง

5.1.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านความสำเร็จในงานด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง

5.1.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับสูง ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสำเร็จในงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง

### 5.1.5 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร

5.1.5.1 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ตัวแปรแรงงูใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน โดยมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และด้านความรับผิดชอบในงาน มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.1.5.2 ปัจจัยแรงงูใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ตัวแปรแรงงูใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน โดยมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.1.5.3 ปัจจัยแรงงูใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

เมื่อทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ตัวแปรแรงงูใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา แรงงูใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังนี้

1. แรงงูใจในการทำงานของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความมั่นคงในงาน และด้านความรับผิดชอบในงานและสอดคล้องกับ เทพศิริรินทร์ คำไทยกลางและ ดร.บุษยา วงษ์สวัสดิกุล ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจและความผูกพันต่อองค์กรพนักงาน

ธนาคารออมสินภาค 13 ซึ่งการศึกษาพบว่าปัจจัยค่าจ้างและปัจจัยจิตใจแต่แรงจูงใจจากปัจจัยค่าจ้างมีมากกว่าปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) วิทยาลัยศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงานและสอดคล้องกับ วิวัฒน์ แสงเพชร ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลแรงจูงใจในการทำงานและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาวแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของงานมีความคิดเห็นมากที่สุดต่อความผูกพันต่อองค์กร

3. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) วิทยาลัยศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความมั่นคงในงาน และสอดคล้องกับ ปุณณวิช แก้วล้อม ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร วิทยาลัยศึกษานักงานสถานีโทรทัศน์ แห่งหนึ่ง

ปัจจัยด้านเหล่านี้ ได้แก่ นโยบายและการบริหารงาน ความมั่นคงในงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความรับผิดชอบในงาน ด้านลักษณะงาน ถือว่าเป็นปัจจัยค่าจ้าง (Hygiene Factor) ตามทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor Theory) ของ Herzberg (1959) อันเป็นปัจจัยที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับตัวงานโดยตรง เป็นเพียงปัจจัยที่ช่วยไม่ให้นักงานเกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่พนักงานสมควรได้รับในการปฏิบัติงาน แม้ว่าจะไม่สามารถเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานได้แต่จะทำให้พนักงานเกิดความไม่พอใจหากได้รับการตอบแทนที่ไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสม และส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานกับองค์กร อีกทั้ง ปัจจัยที่กล่าวมายังสอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของบุคคล ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ความต้องการทางสังคม ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียงและความภาคภูมิใจตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierachy of Needs) ที่การตอบสนองความต้องการเหล่านี้สามารถเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความมั่นคงในงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านลักษณะของงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ดังนั้นบริษัทควรกำหนดนโยบายและการบริหารงานที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้เกิดความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจในการทำงาน การสร้างความมั่นคงในงานให้กับพนักงานสามารถอยู่และปฏิบัติงานในบริษัทได้อย่างยาวนาน มีความเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน กล่าวคือ ด้านการกำหนดนโยบายและการบริหารงาน เช่น สื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรให้พนักงานผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลของพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สาขาได้รับอย่างรวดเร็ว เช่น การส่งข้อความไปที่มีมือถือของพนักงานทุกคนในบริษัทเมื่อมีการประกาศนโยบายต่าง ๆ การกำหนดเป้าหมายร่วมกันระหว่างหัวหน้างานและพนักงานที่รับผิดชอบเป็นต้น ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทางบริษัทควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สาขาและพนักงานที่สำนักงานใหญ่ เช่น การทำ Team Building การจัดกิจกรรมกีฬา เป็นต้น ด้านความมั่นคงในงาน เสริมสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานว่าเมื่อเกิดปัญหาพนักงานจะได้รับ การสนับสนุนจากหัวหน้างานผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประชุมประจำเดือน การประชุมเพื่อกำหนดเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้รับรู้และหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน การมีสวัสดิการในเรื่องของ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานทุกตำแหน่ง และการให้ความมั่นคงในการทำงานเมื่อองค์กร เกิดการเปลี่ยนแปลงเช่นการระงับในสัญญาจ้างว่าถ้าเกิดต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือเลิกจ้าง พนักงาน จะได้รับเงินชดเชยการทำงานตามที่กฎหมายกำหนด ด้านลักษณะงานและความรับผิดชอบในงาน เช่น การกำหนดบทบาทให้กับพนักงานหน้าร้านที่เป็นหัวหน้าร้านมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องที่ ทางหัวหน้ากำหนดให้อย่างชัดเจน เพื่อให้การบริหารงานหน้าร้านไม่สะดุดและรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา การจัดเทรนนิ่งสำหรับพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะให้กับพนักงาน เช่น การจัดเทรนนิ่งการตอบ คำถามของพนักงานกรณีมีการขายออนไลน์ให้กับพนักงานเพื่อให้มีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน การเทรนนิ่งภาษาต่างประเทศสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่สาขาที่มีนักท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่ม ศักยภาพของพนักงานในการแข่งขัน

#### 5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานภายในบริษัทเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษาและข้อมูลที่ได้มีลักษณะเฉพาะดังนั้น เพื่อให้เกิดความครอบคลุมของการศึกษา จึงเสนอให้ทำการวิจัยกับพนักงานหลาย ๆ บริษัทที่มีลักษณะและองค์กรแตกต่างกัน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น
2. ด้วยสถานการณ์โควิด 19 ทำให้องค์กรได้รับผลกระทบเนื่องจากการสั่งปิดห้างสรรพสินค้าและองค์กรมีการปรับตัวเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์การทำให้มีอุปสรรคในการเก็บข้อมูล





## บรรณานุกรม

- กฤษดา เชียรวัฒนสุข, รัชณี แก้วมณี, นิรนุช สายสุยา, และสุภัทสร่า กิริกา. (2561). แรงงูใจที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ เบทาโกรสเปเชียลตีฟู้ดส์ จำกัด. วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 5(2), 55-69.
- เกศริน ป่งปาน. (2558). คุณภาพชีวิตการทำงาน แนวทางในการปฏิบัติงานที่ดี และแรงงูใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จันทนา เสียงเจริญ. (2554). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัททำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณรงค์ ศรีเกรียงทอง และประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยแรงงูใจที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิผลในการขายของพนักงานที่ปรึกษางานขาย (PC) และพนักงานที่ปรึกษาความงาม (BA) ของบริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชันแนลคอสเมติกส์ จำกัด. วารสารการศึกษาศาขามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 8(2), 1654-1671.
- เทพสิรินทร์ คำไทยกลาง และ ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจและความผูกพันต่อองค์กร พนักงานออมสินภาค 13, วารสารการศึกษา มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล, 9(3), 81-89
- นันทนา จงดี. (2560). แรงงูใจตามทฤษฎี ERG และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานกรณีศึกษาบริษัทผลิตรถเด็กเล่นแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปกภณ จันทศาสตร์. (2557). ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน และแรงงูใจที่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กรของพนักงานเอกชนระดับปฏิบัติการ ในเขตลาดพร้าว - จตุจักร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปฐมพล อ้นขวัญเมือง. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายที่มีผลต่อยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มลูกค้า Wealth ขององค์กร. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, หน้า 1253-1262.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ใดกิน อินค์สทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2560). ความรู้สึกผูกพันของพนักงานกับแนวความคิดการบริหารผลการปฏิบัติงานสมัยใหม่. สืบค้นจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/piyanan/2017/01/27/entry-1>.
- ปุลณวิช แก้วล้อม. (2560). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานบริษัทสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรทิพย์ ทิพมาสน์. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านความเครียดตามตำแหน่งงาน แรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กรที่อิทธิพลต่อการตั้งใจจะลาออกจากงานของพนักงานระดับปฏิบัติงาน กรุงเทพมหานคร ย่านอโศก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคาถกุล. (ม.ป.ป.). ความผูกพันของพนักงาน. สืบค้นจาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/226-employee-engagement.html>.
- ภูรินทร์ กล้าสุข. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัท เอ็นเอ็มบี-มินิแบไทย จำกัด (บางปะอิน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รัฐปลัด บุญเที่ยง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษา บุคลากรสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย, วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), 273-282.
- ลงทุนศาสตร์. (ม.ป.ป.). รู้จักอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย. สืบค้นจาก <http://www.investerest.co/economy/thai-cosmetic-industry/>.
- ลลิตา จันทร์งาม. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ แสงเพชร. (2558). ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศราวุธ โภชนะสมบัติ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์. นครสวรรค์: สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 กรมควบคุมโรค. กระทรวงสาธารณสุข.
- สมเกียรติ รักคง. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีแรงจูงใจร่วมสมัยกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษา บริษัท ผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศราวุธ เวฬุรีย์พัฒนกุล และวรรณารถ แสงมณี. (2559). ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัทน้ำมันอพลโล (ไทย) จำกัด, วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม, 15(3), 145-153.
- สุกัญญา จันทร์มณี. (2557). แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ฮานา เซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุนิศา ศรีอุทัย. (2561). การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อม กระบวนการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในบริษัท คาลบีธนาวัชรน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Synderman, B. (1959). The motivation to work. New York: Wiley.
- Mayer, J. P. & Allen, N. J. (1997). Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Orawan. (2561). ธุรกิจความงามยังคิดปีกแต่ต้องแกร่งพอที่จะบินฝ่า Digital disruption ให้ได้. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/118113>.
- Oxford University Press. (2006). Oxford wordpower dictionary (3rd ed). Shanghai, China: Oxford University Press.
- Phawanthaksa. (2562). ปี 62 โอกาสของธุรกิจเครื่องสำอางและสกินแคร์. สืบค้นจาก <https://www.smartsme.co.th/content/218721>.
- Work Point Today. (2562). เช็ก 10 อันดับธุรกิจดาวรุ่ง และเสี่ยงดาวร่วง ปี 2563 เทรนด์ออนไลน์มาแรง. สืบค้นจาก <https://workpointnews.com/2019/12/18/rising-star-business-2020/>.



ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์  
(Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโทวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล หลักสูตรการจัดการธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลล์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

เพื่อให้การศึกษาดังกล่าวสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยข้อมูลที่เป็นจริง เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป และทางผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือนที่ดีของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะงานวิจัยนี้โดยนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะรวมเท่านั้น ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน จำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำนวน 9 ข้อ

**ส่วนที่ 1** สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความจริงของท่านเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) 20 - 30 ปี

2) 31-40 ปี

3) 41- 50 ปี

4) 50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) ปริญญาโท



## 4. สถานภาพ

1) โสด  2) สมรส

3) หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

## 5. ประสบการณ์ในการทำงาน (อายุงาน)

1) น้อยกว่า 1 ปี  2) 1 – 3 ปี

3) 4 – 6 ปี  4) 7 – 9 ปี

5) 10 ปีขึ้นไป

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ต่ำกว่า 15,000 บาท  2) 15,001 - 25,000 บาท

3) 25,001 - 35,000 บาท  4) 35,001- 45,000 บาท

5) 45,001- 55,000 บาท  6) มากกว่า 55,000 บาท



## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

### คำชี้แจง โปรดระบุระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ข้อความ	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย มากที่สุด (5)
<b>ความสำเร็จในงาน</b>						
1	ท่านมักได้รับคำชมเชย จากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติงานเสมอ					
2	ท่านสามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ได้ อย่างถูกต้องและทันเวลา					
3	ท่านมีความภาคภูมิใจกับผล การปฏิบัติงานทุกครั้ง					
<b>ลักษณะของงาน</b>						
4	ท่านคิดว่ากรปฏิบัติงานใน ตำแหน่งหน้าที่ของท่าน จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและประสบการณ์ ประกอบกันอย่าง มาก					
5	ท่านคิดว่างานของท่านเป็น งานที่สำคัญและมีคุณค่าต่อบริษัท					
6	ท่านคิดว่าปริมาณงานที่ท่าน ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมไม่ มากหรือน้อยจนเกินไป					
<b>ความรับผิดชอบในงาน</b>						
7	ท่านมีความรับผิดชอบในการทำงาน โดยผู้บังคับบัญชาไม่ต้องควบคุมดูแลการทำงานของท่านอย่าง ใกล้ชิด					
8	ท่านยอมรับในความผิดพลาดของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้น โดยนำมาปรับปรุงและพัฒนาการทำงานในครั้งต่อไป					
9	ท่านสามารถปฏิบัติงานตามที่ ได้รับมอบหมายได้ อย่างถูกต้องและทันเวลาเสมอ					
<b>ความก้าวหน้าในงาน</b>						
10	ท่านได้รับโอกาสในการเข้า ร่วมการจัดฝึกอบรม เพื่อเสริม ทักษะด้านต่าง ๆ ที่ทางบริษัท จัดขึ้นแก่พนักงานอยู่เสมอ					
11	ท่านได้รับโอกาสที่ทาง บริษัทสนับสนุนให้ท่านไปศึกษาต่อเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ เพื่อปรับวุฒิให้สูงขึ้น หรือรายได้พิเศษอื่น ๆ เช่น โบนัส					

ข้อ	ข้อความ	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย มากที่สุด (5)
12	ท่านคิดว่าหากย้ายไปทำงาน ในหน่วยงานอื่นท่านอาจ ไม่ได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เท่าที่ได้รับ จากบริษัท					
<b>นโยบายและการบริหารงาน</b>						
13	ท่านมีความเห็นว่า ผู้บังคับบัญชาในบริษัท ของท่าน บริหารงานด้วยความถูกต้อง โปร่งใสและยุติธรรม					
14	ท่านมีความเห็นว่า ผู้บังคับบัญชาจะกำหนด นโยบาย ในการบริหาร โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่พนักงาน จะได้รับเป็นส่วนใหญ่					
15	ท่านมีความเห็นว่านโยบายในการบริหารงานของ บริษัทมีความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การจัดทำ แผนปฏิบัติการสามารถปฏิบัติตามได้					
<b>ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล</b>						
16	ท่านสามารถติดต่อประสานงานกับพนักงานและ บุคคลต่าง ๆ ภายในบริษัท โดยได้รับความร่วมมือ เป็นอย่างดี					
17	ท่านสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาและ เพื่อนร่วมงานของท่าน ได้อย่างดี					
18	ท่านสามารถติดต่อ และประสานงานกับบุคคลภาย นอกที่มาติดต่อในองค์กร ได้อย่างดี					
<b>ความมั่นคงในงาน</b>						
19	ท่านสามารถปฏิบัติงานโดยไม่ต้องกังวลต่อการ โยกย้ายสับเปลี่ยนหน้าที่หรือให้ลาออก จากงาน โดยไม่เป็นธรรม					
20	ท่านคิดว่าท่านสามารถอยู่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน จนเกษียณอายุ					
21	ท่านมีความเห็นว่าบริษัทของท่านมีภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งต่อบุคคลภายในและภายนอก					

### ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

คำชี้แจง โปรดระบุระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	ข้อความ	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย มาก (4)	เห็นด้วย มากที่สุด (5)
<b>ความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร</b>						
1	ระดับความผูกพันที่ท่าน ยอมรับและพร้อมที่จะยึดถือปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท					
2	ระดับความผูกพันที่ท่านมักจะพูดถึงบริษัทในทางบวกต่อเพื่อน ร่วมงานหรือบุคคลอื่นเสมอ					
3	ระดับความผูกพันที่ท่าน ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท					
<b>ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร</b>						
4	ระดับความผูกพันที่ท่านเต็มใจที่จะปฏิบัติงานล่วงเวลาให้กับบริษัทแม้ว่าค่าตอบแทนที่ได้จะไม่คุ้มค่าหรือไม่ได้รับค่าตอบแทน					
5	ระดับความผูกพันที่ท่านจะคำนึงถึงผลประโยชน์และความก้าวหน้าของบริษัทมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว					
6	ระดับความผูกพันที่ท่านปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท					
<b>ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร</b>						
7	ระดับความผูกพันที่ท่านคิดว่าภาพรวมบริษัทของท่านเป็น หน่วยงานที่ดีกว่าหน่วยงานอื่น					
8	ระดับความผูกพันที่ท่านตั้งใจจะทำงานกับบริษัทจนกว่าจะเกษียณอายุ					
9	ระดับความผูกพันที่ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะบอกกับผู้อื่นว่าท่านเป็นพนักงานของบริษัท					

\*\*\*โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง\*\*\*