

การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric
กรณีศึกษา: บริษัทระดับโลกในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric
กรณีศึกษา: บริษัทระดับโลกในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

11 กันยายน พ.ศ. 2564

.....
นายวัชรินทร์ นิตขจรวรรณ

ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภกริช สุริยันเกียรติแก้ว,

Ph.Ds.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
สาวตรี สันติพิริยพร,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จากความเมตตากรุณาและความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภรักษ์ สุริยันทเกียรติแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา องค์กรความรู้ คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยครั้งนี้ อีกทั้งยังช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างกราดำเนินงาน ตลอดจนตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ รวมถึงกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติอันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยอย่างยิ่ง และขอบคุณผู้ช่วยสาขาวิชาทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในทุกขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยมาโดยตลอด

วัชรินทร์ นิตยจรรวคุณ

การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของ
องค์กรตามแนวคิดของ Kincentric กรณีศึกษา: บริษัทระดับโลกในประเทศไทย

THE STUDY OF FACTORS OF EMPLOYEE ENGAGEMENT AFFECTING BUSINESS
SUCCESS OF ORGANIZATION BASED ON KINCENTRIC FRAMEWORK CASE STUDY:
GLOBAL COMPANY IN THAILAND

วัชรินทร์ นิตินจรรวคุณ 6250352

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภกรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว, Ph.Ds., ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., สาวิตรี สันติพิริยพร, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อ
องค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกใน
ประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบวัดผลครั้งเดียว โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานที่ทำงาน
บริษัทระดับโลกในประเทศไทย จำนวน 348 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรม
สำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science: SPSS)
จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) พบว่าการวิเคราะห์
ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ทั้ง 20 ปัจจัยตามแนวคิดความผูกพันของ
พนักงานต่อองค์กรของ Kincentric และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ความสำเร็จทางธุรกิจของ
องค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหาร
ระดับสูง (Senior Leadership) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่าง
งานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และปัจจัยด้านการติดตาม
ผลสำรวจ (Survey Follow-up) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลก
ในประเทศไทยรับรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์	4
1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา	5
1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา	5
1.5 สมมติฐาน	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความหมายของบริษัทระดับโลก	6
2.2 ความหมายและความสำคัญของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	14
2.3.1 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Steers (1977)	14
2.3.2 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Gallup (2002)	15
2.3.3 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Ed Gubman (2004)	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.4 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Burke (2007)	17
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric	18
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรของ Kincentric	22
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	60
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	60
3.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	61
3.3 สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย	63
3.4 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	66
3.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	66
3.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	66
3.5 ระยะเวลาในการทำวิจัย	66
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	66
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล	70
3.7.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	70
3.7.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	70
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล	70
3.8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)	71
3.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	72
4.1 ด้านประชากรศาสตร์	72
4.2 ด้านความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	76
4.3 ด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้	95
4.4 การทดสอบสมมติฐาน	97
4.4.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง (Reliability)	97
4.4.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation Coefficient)	102
4.4.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression)	105
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	112
5.1 สรุปผลการวิจัย	112
5.2 อภิปรายผล	113
5.2.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Coefficient of Reliability)	113
5.2.2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)	114
5.2.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression)	115
5.3 ข้อเสนอแนะ	116
5.4 ข้อจำกัดการวิจัย	117
5.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	117
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	127
ประวัติผู้วิจัย	138

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 Kincentric’s Employee Engagement Components and Dimensions	21
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 2	67
3.2 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3	68
3.3 เกณฑ์การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 2	69
3.4 เกณฑ์การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 3	69
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	72
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ	73
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	73
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	74
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน	74
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับตำแหน่งงานงานในปัจจุบัน	75
4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	75
4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)	77
4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration)	78
4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)	79
4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)	80
4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion)	80
4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure)	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้นำ หรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership)	82
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน โดยตรง (The Manager)	83
4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านชื่อเสียง และภาพลักษณ์ (Brand)	84
4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน โอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development)	85
4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management)	86
4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านค่าตอบแทน และการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition)	87
4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร (Talent and Staffing)	88
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน ความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy)	89
4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านลักษณะงาน และการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks)	90
4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความสมดุล ระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance)	91
4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความพึงพอใจ ในงาน (Job Satisfaction)	91
4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความมั่นคง ในงาน (Job Security)	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.26 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk)	92
4.27 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)	93
4.28 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up)	93
4.29 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	94
4.30 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (Business Success of Organization)	95
4.31 เกณฑ์การแปรผลค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของครอนบาช (Cronbach's Alpha)	97
4.32 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของครอนบาช (Cronbach's Alpha)	98
4.33 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าตัวแปร	102
4.34 ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้	104
4.35 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	105
4.36 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กร	106
4.37 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (BSO)	107
4.38 สรุปผลสมมติฐานปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้	110

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 Say, Stay & Strive in Kincentric's Operational Definition	19
2.2 Kincentric's Model of Employee Engagement (2019)	20
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย	62
4.1 กรอบแนวคิดวิจัยที่ใช้ศึกษาปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่มี ความน่าเชื่อถือ	100
4.2 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กร ที่พนักงานรับรู้ได้	110

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสภาวะการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆบนโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมากทั้งในทางที่ดีและในทางที่ไม่ดี ไม่ว่าจะเป็นการก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรม การถดถอยของภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก และสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและกระบวนการทำงานในทุกตำแหน่งงาน ไม่เว้นแม้แต่ส่วนงานการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้นองค์กรและพนักงานจึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการจัดการการทำงาน ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและพยายามเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายอันซับซ้อนในองค์กร

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยและกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรและดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงธุรกิจ หากองค์กรสามารถมีบุคลากรหรือพนักงานที่มีศักยภาพและพร้อมที่จะทำงานให้กับองค์กรได้อย่างเต็มที่ จะทำให้องค์กรมีผลงานที่มีคุณภาพและเกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลสูงสุด จึงทำให้หลายๆองค์กรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเป็นอย่างมาก ตั้งแต่การสรรหาคัดเลือกคนเข้ามาทำงานในองค์กร การจัดการเรียนรู้ฝึกอบรมและพัฒนาให้พนักงานในองค์กร การจัดการเงินเดือนสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของพนักงานในองค์กร เพื่อทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร มีความสุขในการทำงาน และอยู่กับองค์กรให้นานที่สุด อีกทั้งยังสร้างสรรค์ผลงานให้ออกมาอย่างมีคุณภาพและเกิดผลประโยชน์กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดเพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจต่อองค์กรจนเกิดเป็นความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรในระยะยาว นี่จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้หลายองค์กรทั่วโลกต่างศึกษาหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว และตัวแปรที่สำคัญก็คือความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)

ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรไม่สามารถทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีหรือความผูกพันต่อองค์กรได้เพียงพอจะส่งผลกระทบต่อการทำงานโดยรวมและส่งผลกระทบต่อองค์กรเป็นวงกว้าง ไม่

ว่าจะเป็นผลงานมีคุณภาพต่ำลง เริ่มไม่ค่อยทำผลงาน ให้บริการลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ดีเหมือนเดิม มีส่วนร่วมกับองค์กรน้อยลง ขาดลามาสายบ่อยขึ้น ไปจนถึงการขอลาออกจากงาน (ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้เปิดเผยจำนวนพนักงานที่ลาออกจากงาน ประจำเดือนพฤศจิกายน 2563 มีจำนวน 1.18 แสนราย จากจำนวนผู้ออกจากงาน 5.04 แสนราย หรือคิดเป็นอัตราการลาออกร้อยละ 23.35) การที่พนักงานลาออกจากองค์กรมากขึ้น โดยมีนัยจากความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรลดลง จะส่งผลกระทบต่อการทำงานภายในองค์กรในทิศทางที่ไม่เป็นผลดี จึงทำให้ไม่ว่าจะเป็นองค์กรชั้นนำในประเทศไทยหรือองค์กรชั้นนำระดับโลกก็ให้ความสำคัญกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีการศึกษาและสำรวจเพื่อหาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงาน เพื่อที่องค์กรจะได้จัดหาปัจจัยเหล่านั้นให้กับพนักงานขององค์กรตัวเองให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดี มีความพึงพอใจต่อองค์กร และเกิดความผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง โดยมีข้อพิสูจน์ในทางทฤษฎีว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมี Productivity ที่สูงกว่าพนักงานที่ไม่ผูกพัน ซึ่งจุดนี้เองที่ทำให้องค์กรต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมสร้างองค์กรให้เกิดผลงานที่ดีขึ้นจนนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน (ประคัลภ์ ปัทมพิบูลย์, 2559)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เป็นพฤติกรรมหรือการกระทำที่พนักงานจะแสดงออกผ่านการมีส่วนร่วมขององค์กร โดยการมีส่วนร่วมกับองค์กรที่ดีนั้นย่อมเกิดจากความพึงพอใจเป็นพื้นฐานแรก เมื่อเกิดความพึงพอใจก็จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมตลอดจนเกิดความผูกพันกับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการดำเนินงานหรือทำประโยชน์ต่างๆ ให้องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกันและร่วมผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างเต็มที่ด้วยกัน (ธาดา ราชกิจ, 2562) ฉะนั้นยิ่งองค์กรขนาดใหญ่อย่างองค์กรชั้นนำระดับโลกที่มีสำนักงานและพนักงานอยู่ทั่วโลก ก็ยิ่งจะต้องพยายามสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรให้เกิดขึ้นให้ได้สูงสุด และจำเป็นต้องมีการสำรวจอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเนื่องจากปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หากองค์กรระดับโลกไม่สามารถทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรได้ จะส่งผลกระทบต่อเชิงลบเป็นวงกว้างมากกว่าองค์กรภายในประเทศใดประเทศหนึ่ง และที่สำคัญอาจจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีความเห็นว่าองค์กรระดับโลกในประเทศไทยมี

ความน่าสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric เนื่องจากการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรระดับโลกกับองค์กรไทยมีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ทำให้พนักงานที่ทำงานในองค์กรระดับโลกกับองค์กรไทยได้รับการปฏิบัติต่างกัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันจึงต่างกัน และจะได้ทราบว่าองค์กรระดับโลกมีการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยเน้นปัจจัยใดที่ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรในระยะยาวและสามารถดำเนินธุรกิจในหลายประเทศทั่วโลกได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric มีมุมมองว่าความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรแสดงออกได้โดยพฤติกรรมทั้งสาม กล่าวคือ พฤติกรรมแรกสามารถดูได้จากการพูด (Say) โดยจะพูดถึงองค์กรเฉพาะในแง่บวก พฤติกรรมที่สองพิจารณาจากการดำรงอยู่ (Stay) นั่นคือพนักงานปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ส่วนพฤติกรรมที่สามดูจากการใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ (Strive) เพื่อช่วยเหลือ ทีมงาน หรือสนับสนุนธุรกิจขององค์กร โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานตามแนวคิดของ Kincentric ที่ได้มีการพัฒนาแนวคิดมาเป็นแนวคิดล่าสุด จะมี 5 ส่วนประกอบหลัก คือ ด้านการปรับตัว ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมุ่งเน้นทางความสามารถ ด้านการทำงาน และด้านปัจจัยพื้นฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้กรอบแนวคิด Employee Engagement ของ Kincentric ในการทำวิจัย เนื่องจากกรอบแนวคิดดังกล่าวมีการพัฒนาปัจจัยส่วนประกอบที่ใช้ในการวัดให้มีความเหมาะสมกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรในปัจจุบัน บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลกอย่าง Kincentric ตัวแทนเจ้าของแนวคิดดังกล่าวได้มีการใช้แนวคิดที่กำหนดขึ้นวัดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรในองค์กรชั้นนำทั่วโลก และได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเพื่อมาประมวลผล วิเคราะห์ผล และพัฒนากรอบแนวคิดนี้ให้สามารถใช้ได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือสูงสุดสำหรับการดำเนินการธุรกิจขององค์กรในปัจจุบัน เพื่อให้องค์กรก้าวสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดของ Kincentric ที่มีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมและพัฒนา Model มาใช้ในการศึกษาโดยมี 5 ส่วนประกอบหลัก คือ ด้านการปรับตัว (Agility) ด้านภาวะผู้นำ (Engaging Leadership) ด้านการมุ่งเน้นทางความสามารถ (Talent Focus) ด้านการทำงาน (The Work) และด้านปัจจัยพื้นฐาน (The

Basic) ซึ่งจะประกอบไปด้วย 20 ปัจจัย ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นกับองค์กรในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย อีกทั้งการศึกษาในกรณีศึกษาของบริษัทระดับโลกในประเทศไทยยังไม่เคยปรากฏในประเทศไทย โดยการศึกษาจะวิเคราะห์จากความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เพื่อที่จะนำผลจากการวิจัยมาพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรระดับโลกและยังสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปบูรณาการปรับใช้ในองค์กรไทยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและก้าวหน้าเติบโตประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไปในระดับโลก

1.2 คำถามงานวิจัย

ปัจจัยใดที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย

1.3 วัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือจำนวนพนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่ทำงานอยู่ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอนของพนักงานที่อยู่ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย จึงใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบขนาดประชากรแน่นอน อย่างน้อย 323 คน (อ้างอิงจากการคำนวณในบทที่ 3)

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเชิงสำรวจโดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์การตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย ผ่านทัศนคติด้านความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2564 ถึง เดือนกรกฎาคม 2564

1.5 สมมติฐาน

20 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์การตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์การตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย
2. ทำให้ทราบถึงผลการศึกษาวิจัยและข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบเชิงธุรกิจและสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์การในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย
3. ทำให้ทราบถึงผลการศึกษาวิจัยและข้อมูลที่สามารถบูรณาการเป็นแนวทางไปปรับใช้ในองค์การไทยที่กำลังจะก้าวเข้าสู่องค์การระดับโลกในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรณีศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย โดยนักศึกษาปริญญาโท สาขาทุนมนุษย์และการจัดการองค์กร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

- 2.1 ความหมายของบริษัทระดับโลก
- 2.2 ความหมายและความสำคัญของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรของ Kincentric
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของบริษัทระดับโลก

บริษัทระดับโลก (Global Company) หมายถึง บริษัทที่มีวิวัฒนาการพัฒนามาจากบริษัทนานาชาติ บริษัทระดับโลกจะเป็นบริษัทที่สามารถสร้างข้อได้เปรียบจากต้นทุนในการแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ บริษัทระดับโลกจะมีรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์กลางหรือจากบริษัทแม่ ตั้งแต่การวางกลยุทธ์การบริหารทรัพยากร ตลอดจนการตัดสินใจเชิงนโยบายต่างๆ จะถูกกำหนดมาโดยบริษัทแม่ ซึ่งเรียกว่า การบริหารแบบการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลาง (Head Quarter) โดยบริษัทระดับโลกจะเลือกทำเลการผลิตสินค้าในประเทศที่มีความเหมาะสม โดยทำเลที่ตั้งของบริษัทระดับโลกนั้นต้องสามารถสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับบริษัทในด้านต่างๆ ได้ เช่น ประโยชน์ด้านต้นทุน ประโยชน์ด้านการขนส่ง

ประโยชน์ด้านทรัพยากรและวัตถุดิบ ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลาง (Hub) หรือประโยชน์จากการเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีศักยภาพ เป็นต้น ข้อได้เปรียบของตลาดระดับโลกคือ บริษัทระดับโลกจะเป็นธุรกิจระหว่างประเทศที่สังเกตเห็นและมีความเข้าใจถึงความสำคัญของลักษณะความเหมือน (Similarities) และลักษณะความแตกต่าง (Differences) ของตลาดระหว่างประเทศแต่ละแห่ง ซึ่งเป็นหัวใจของการสร้างคุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดโลก (EvVefy, 2553)

บริษัทระดับโลก (Global Company) หมายถึง บริษัทที่กำหนดกลยุทธ์โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ประสานกันทั่วโลก และมุ่งเน้นการบริหารในทุกด้านบนพื้นฐานของความเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายก็เน้นการมุ่งสร้างความเป็นสากลให้กับผลิตภัณฑ์ (Global Product) (สุดาพร กุณฑบุตร, 2558) นอกจากนี้การประสานงาน การประชุมประสาน การควบคุมกิจกรรมการตลาดที่มีความแน่นอน โดยมีเป้าหมายของกิจการเพื่อให้ได้รับพร้อมกันทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศมีการบูรณาการการตลาดที่แตกต่างกันให้เป็นหนึ่งเดียวโดยมองโลกเป็นตลาดเดียวกัน ตัวอย่าง เช่น การพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ที่มี Brand ระดับโลก เช่น Coca Cola, Gillette, 3M เป็นต้น กิจกรรมและความรับผิดชอบ พยายามประสานความพยายามทางการตลาดทั้งการตลาดระหว่างประเทศและการตลาดต่างประเทศ โดยการรักษายอดขายและตำแหน่งทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างสอดคล้อง¹

บริษัทระดับโลก (Global Company) หมายถึง บริษัทที่ดำเนินงานในสองประเทศหรือมากกว่า โดยใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมทั่วโลกเพื่อเข้าหาตลาดที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้มาซึ่งการสร้างรายได้ การดำเนินงานระหว่างประเทศเหล่านี้เป็นผลมาจากศักยภาพเชิงกลยุทธ์ที่ได้รับจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีทำให้ตลาดใหม่มีความสะดวกและแสวงหาผลกำไรมากขึ้นทั้งในการจัดหาการผลิตและการแสวงหาการเติบโต²

¹ ที่มา: The Subject of Global Logistics Management of PSRU <http://elearning.psu.ac.th/courses>

² ที่มา: <https://courses.lumenlearning.com/boundless-management/chapter/the-global-corporation/>

ข้อดีของการขยายธุรกิจและจัดตั้งบริษัทในประเทศต่างๆทั่วโลก³

1. สามารถเพิ่มฐานลูกค้าได้ เมื่อองค์กรขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่น ฐานลูกค้าขององค์กรก็จะขยายตามไปด้วย ตลาดในประเทศเดิมที่ก่อตั้งอาจเต็มไปด้วยผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคขององค์กรคุ้นเคยในประเทศนั้นๆ อาจจะเป็นเรื่องใหม่สำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภคในประเทศอื่น

2. สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร หากต้นทุนการผลิตหรือแรงงานในประเทศอื่นต่ำกว่า การขยายไปยังประเทศนั้นจะช่วยให้องค์กรประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ทำให้สร้างกำไรให้กับองค์กรเพิ่มขึ้น ดังนั้นการลดต้นทุนการดำเนินงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทระดับโลกจำนวนมากตัดสินใจขยายตัว

3. สามารถทำยอดขายได้ทุกฤดูกาลทั้งปี หากองค์กรขายผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาลซึ่งประสบกับยอดขายที่ผันผวนในช่วงเวลาต่างๆของปี องค์กรสามารถขยายไปยังประเทศที่มีฤดูกาลตรงข้ามกับประเทศเดิมที่ก่อตั้งขององค์กรได้ซึ่งจะทำให้มียอดขายที่สูงอยู่ตลอดทั้งปี

4. สามารถเพิ่มอัตราการเติบโตขององค์กร หากองค์กรเติบโตอย่างรวดเร็วในพื้นที่หนึ่งๆ โอกาสที่การเติบโตนี้อาจหยุดชะงักลงในที่สุดเนื่องจากความอิ่มตัวของตลาด ในกรณีนี้้องค์กรสามารถขยายไปยังประเทศอื่นเพื่อรักษาอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

5. สามารถสร้างธุรกิจหรืองานใหม่ๆได้ การขยายธุรกิจไปยังประเทศอื่นเกี่ยวข้องกับหลายๆอย่าง เช่น การจ้างตัวแทนและพนักงานขององค์กรในประเทศอื่น ตลอดจนตั้งสำนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีแนวโน้มที่จะจ้างงานคนท้องถิ่นและในกระบวนการนี้้องค์กรสามารถสร้างโอกาสในการทำงานใหม่ในประเทศนั้นๆ สิ่งนี้จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่นและยังทำให้องค์กรมีชื่อเสียงที่ดีอีกด้วย

³ ปรับปรุงมาจาก The Benefits of a Global Corporation By Nicky LaMarco (2018) ที่มา: <https://smallbusiness.chron.com/global-corporation-63267.html>

2.2 ความหมายและความสำคัญของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการและองค์กรธุรกิจจำนวนหนึ่งได้ให้ความหมายและคำจำกัดความเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรไว้ดังนี้

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่ให้ร่างกายพลั้งใจอย่างเต็มที่และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆต่องานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งจะแสดงออกมาในหลายรูปแบบ เช่น การทำงานสร้างสรรค์ และมีคุณภาพเกินความคาดหมายของลูกค้าและองค์กร (Ed Gubman, 2003 อ้างถึงใน รักษ์รัศมี วุฒิमानพ, 2555)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง การที่พนักงาน ได้รวบรวมทั้งปัจจัยในด้านเวลา ทักษะ ความสามารถ และปัจจัยด้านทรัพยากรต่างๆของตนเพื่อมาสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดเป็นความผูกพันที่ยั่งยืน (IBLF Organization, 2003 อ้างถึงใน รักษ์รัศมี วุฒิमानพ, 2555)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ระดับของความผูกพันและระดับการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับพนักงานที่ทำประโยชน์ให้แก่องค์กรและเป็นสิ่งที่มีคุณค่า โดยกระบวนการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานนั้นต้องเป็นการกระทำ 2 ทาง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง (Greenberg, 2004 อ้างถึงใน รักษ์รัศมี วุฒิमानพ, 2555)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง สภาพหรือลักษณะแต่ละบุคคลที่อุทิศเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกและสติปัญญาแก่องค์กรหรือกลุ่มงาน พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นความต้องการส่วนบุคคลและทำอย่างจริงจังอันนำไปสู่การเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางธุรกิจขององค์กร (Hewitt Associates, 2004 อ้างถึงใน รักษ์รัศมี วุฒิमानพ, 2555)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง เจตคติหรือความรู้สึกของบุคลากรต่อองค์กรในลักษณะที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และค่านิยมขององค์กรเป็นความเต็มใจที่บุคคลจะทุ่มเทกำลังกายและความจงรักภักดีต่อสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ (บุษยาณี จันทร์เจริญสุข, 2548)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคลากรในองค์กรต่อองค์กร ยินดีจะปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนและส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้องค์กรได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรประกอบไปด้วย ความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและนโยบายการบริหารขององค์กร การทุ่มเทความพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อองค์กร ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความห่วงใยในอนาคตขององค์กร และความต้องการที่จะดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กรตลอดไป (ชาญวุดิ บุญชม, 2553)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง สภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก และการแสดงออกถึงความเชื่อมั่นในนโยบายของบริษัท มีความสัมพันธ์อันแนบแน่น มีความภาคภูมิใจในการที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ตลอดจนมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กรไว้ (ณิชาพัชญ์ จินตนา, 2553)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลและองค์กร เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กร รู้สึกว่าตนได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการยอมรับในองค์กร จึงมีความศรัทธารวมถึงความจงรักภักดีและตั้งใจที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่ทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย และต้องการที่จะดำรงไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป ตลอดจนมีการแสดงพฤติกรรมที่บ่งชี้ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรพร้อมที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (สมจิตร จันทร์เพ็ญ, 2557)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความซื่อสัตย์ จงรักภักดี มีทัศนคติทางบวกต่อองค์กร และมีการแสดงออกทางพฤติกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในการทำงาน เป็นความรู้สึกที่เชื่อมั่นและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจทุ่มเทความพยายามอย่างมาก เพื่อประโยชน์ขององค์กร และเพื่อจะปฏิบัติงานให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การมีส่วนร่วมในองค์กร และการมีความสุขในการได้เป็นสมาชิกขององค์กร แม้ว่าองค์กรจะอยู่ในภาวะปกติหรือประสบกับภาวะวิกฤติ (นิตยา บ้านโก๋, 2559)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ทักษะด้านบวกของบุคลากรที่มีต่อองค์กรมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เห็นได้จากความพยายาม ความเสียสละ ความภักดี ตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร และอยากเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป (ศุภชัย รุ่งเจริญสุขศรี, 2559)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานต่อองค์กรที่แสดงออกมาโดยมีการเชื่อมั่นในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความภาคภูมิใจในงานที่ตนรับผิดชอบ มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทในการปฏิบัติงานและพร้อมที่จะปฏิบัติงานนั้นๆอย่างเต็มความสามารถของตนเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร และมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป (ณัฐพงษ์ สุวรรณรัตน์, 2559)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกและพฤติกรรมของบุคลากรที่มีต่อองค์กรที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ โดยมีความเชื่อมั่นอย่างสูงที่จะยอมรับเป้าหมายขององค์กร มีความเต็มใจและความทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร และความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร (ลลิตา จันทร์งาม, 2560)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีความสำคัญคือเป็นสิ่งที่ควรเกิดขึ้นในองค์กรและยังเป็นสิ่งสนับสนุนให้เกิดสินค้าและบริการ ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จโดยมีสิ่งสำคัญอยู่ที่ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ความจงรักภักดีของลูกค้า และการสร้างกำไรสูงสุด องค์ประกอบที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน มี 6 องค์ประกอบ คือ บริษัท ผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน ลักษณะงาน ความก้าวหน้าในสายงานหรือสายอาชีพ และลูกค้า (สวินัย แก้วมณี, 2549)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีความสำคัญต่อการดำเนินงานในองค์กรหลายประการ ดังนี้ (Buchanan, 1974 อ้างถึงใน นิชาพัชญ์ จินตนา, 2553)

1. ความผูกพันต่อองค์กรสามารถใช้นโยบายอัตราค่าเข้า-ออกจากงานของสมาชิกองค์กรได้ดีกว่าตัวแปร “ความพึงพอใจในงาน” เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติของสมาชิกองค์กรโดยส่วนรวม ขณะที่ความพึงพอใจในงานสะท้อนถึงทัศนคติของบุคคลต่องานหรือเฉพาะแง่ใดแง่หนึ่ง

ของงานที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของพนักงานเท่านั้น และความผูกพันต่อองค์กรค่อนข้างมีความมั่นคงมากกว่าความพึงพอใจในงานแม้ว่าเหตุการณ์ประจำวันในสถานที่ทำงานอาจจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานแต่เหตุการณ์นั้นอาจไม่กระทบต่อความผูกพันของบุคคลที่มีต่อองค์กรโดยรวมก็ได้ จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจในงานมีเสถียรภาพน้อยกว่าความผูกพันต่อองค์กร

2. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นแรงผลักดันให้พนักงานในองค์กรมีการปฏิบัติงาน ได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากเกิดความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมเป็นเจ้าขององค์กรนั่นเอง

3. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างความต้องการของบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรซึ่งบุคคลที่มีความรู้สึกผูกพันดังกล่าวมักมีความผูกพันอย่างมากต่องาน เพราะเห็นว่างานคือหนทางที่ตนสามารถทำประโยชน์ให้แก่องค์กรและงานบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ

4. บุคคลที่มีความผูกพันกับองค์กรสูงจะเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างมากในการทำงานให้กับองค์กร ซึ่งในหลายกรณีความพยายามดังกล่าวจะมีผลให้การปฏิบัติอยู่ในระดับดีเหนือคนอื่น

5. ความผูกพันต่อองค์กรช่วยจัดการควบคุมจากภายนอกซึ่งเป็นผลมาจากที่สมาชิกในองค์กรมีความรักและความผูกพันต่อองค์กรของตนเองมากนั่นเอง

6. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีความสำคัญคือก่อให้เกิดการยึดเหนี่ยวในคุณค่าของคุณงามความดีซึ่งกันและกัน การดำเนินกิจกรรมใดๆ ถ้าสามารถจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ห่วงใยต่อความสำเร็จและความก้าวหน้าขององค์กรนั้นหมายถึงองค์กรได้สร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นในตัวบุคลากรแล้ว ซึ่งจะส่งผลต่อภาพรวมของการปฏิบัติงานดังนี้ (วิลาวรรณ ทรัพย์พิศาล, 2549 อ้างถึงใน สรวาฐ โภชนะสมบัติ, 2559)

1. เป็นการเสริมสร้างกำลังใจให้บุคลากรร่วมมือปฏิบัติงานเพื่อองค์กร

2. เป็นการสร้างแรงศรัทธา และความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากร ทำให้บุคลากรมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร
3. เป็นการสร้างความสามัคคีและการปฏิบัติงานเป็นทีม คือทุกคนต่างให้ความร่วมมือ ร่วมใจอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จขององค์กร
4. เป็นการสร้างความจงรักภักดีและเสียสละเพื่อองค์กร
5. เป็นการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และทำให้งานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
6. เป็นการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงาน
7. เป็นการลดข้อขัดแย้งต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงาน

จากการให้คำจำกัดความหรือความหมายและความสำคัญของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรข้างต้น ผู้วิจัยกล่าวโดยสรุปว่า ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง พฤติกรรมอย่างหนึ่งของพนักงานที่ตอบสนองต่อองค์กร โดยมีการแสดงความรู้สึกและทัศนคติในเชิงบวกต่อทุกส่วนประกอบขององค์กรที่จะส่งผลต่อการดำเนินงาน การบริหารจัดการ การทำงานให้ตรงตามเป้าหมาย พันธกิจ และค่านิยมขององค์กรอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดจนนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ดังนั้นความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องทำให้เกิดขึ้นกับพนักงานในองค์กรเพื่อใช้เป็นกลไกขับเคลื่อนการดำเนินงาน โดยรวมของทั้งองค์กรไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน ผลงานสินค้าผลิตภัณฑ์การบริการที่มีคุณภาพ ความพึงพอใจจากลูกค้า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย รวมไปถึงการเจริญเติบโตของรายได้ผลกำไรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรในทุกมิติในระยะยาว จนทำให้พนักงานรู้สึกดีไปกับองค์กร และพร้อมที่จะทำงานกับองค์กรไปตลอด

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

2.3.1 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Steers (1977)

แนวคิดของ Steer กล่าวว่าความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรเป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของสมาชิกในองค์กรและเป็นพฤติกรรมที่สมาชิกในองค์กรมีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกคนอื่นๆ โดยแสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กรและเต็มใจที่จะอุทิศกำลังกายและกำลังใจเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมขององค์กร ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงประเด็นที่หนึ่ง ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร โดยแสดงออกเป็นทัศนคติหรือความเชื่อที่มีการยอมรับ เชื่อถือและคล้อยตามยินดีพร้อมที่จะปฏิบัติตามเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ เกิดความเลื่อมใสต่อเป้าหมายขององค์กร โดยมองว่าเป้าหมายและค่านิยมของตนเองและองค์กรไปในทิศทางเดียวกันและตนเองก็พร้อมที่จะทำประโยชน์ให้กับองค์กร รวมถึงเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งมีเกียรติและศักดิ์ศรีทัดเทียมกับองค์กรอื่นๆ และเชื่อว่าองค์กรจะสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและมีคุณค่าต่อตนเอง ต่อมาประเด็นที่สอง ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อองค์กร แสดงออกโดยการเสียสละความพยายามอย่างเต็มที่และเต็มใจพร้อมที่จะอุทิศแรงกายแรงใจ สติปัญญาและพลังความรู้ความสามารถทั้งหมดเพื่อการทำงานและแก้ไขปัญหา พัฒนางานเพื่อให้ประสบผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ยินดีที่จะช่วยเหลือและทำประโยชน์ให้กับองค์กรในทุกๆด้านแม้จะไม่ได้ผลตอบแทนก็ตาม และประเด็นที่สาม ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กร แสดงออกถึงความรู้สึกรักใคร่ มีความผูกพัน จงรักภักดีต่อองค์กร มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะอยู่กับองค์กร ไม่ปรารถนาจะไปจากองค์กร ถึงแม้ว่าองค์กรอื่นจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนมากกว่า มีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กร ยินดีและพร้อมที่จะปฏิบัติตามรวมถึงให้การสนับสนุนองค์กรในทุกๆด้านอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อย โดยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรเป็น 3 ปัจจัยหลักดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristics) หมายถึง ตัวแปรต่างๆที่ระบุคุณสมบัติของบุคคลนั้นๆ เช่น อายุ การศึกษา อายุงาน ความต้องการความสำเร็จ ความชอบความเป็นอิสระ

2. ลักษณะของงาน (Job Characteristics) หมายถึง ลักษณะสภาพของงานที่แต่ละบุคคล รับผิดชอบปฏิบัติอยู่ว่ามีลักษณะอย่างไร ซึ่งประกอบด้วย 5 ลักษณะ ได้แก่ ความเป็นอิสระในงาน (Autonomy) ความหลากหลายทักษะในงาน (Variety) ความเป็นเอกลักษณ์ของงาน (Job Identification) ผลสะท้อนกลับของงาน (Feedback) และ โอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการทำงานนั้น (Opportunity for Optional Interaction)

3. ประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างปฏิบัติงาน (Job Experience) หมายถึง ความรู้สึกของ ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนว่ารับรู้การทำงานในองค์กรอย่างไร โดยกำหนดไว้ 4 ลักษณะ ได้แก่ ทศนคติของ กลุ่มต่อองค์กร (Group Attitude) ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร (Met Expectation) ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร (Personal Importance) และความรู้สึกว่าองค์กร เป็นที่พึ่งได้ (Organization Dependability)

2.3.2 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Gallup (2002)

แนวคิดของ Gallup กล่าวว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะช่วยเพิ่มและรักษาลูกค้า สร้างกำไรให้องค์กรตลอดจนทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีมากขึ้น ส่งผลให้องค์กรเติบโตได้อย่าง ยั่งยืน นอกจากนี้ Gallup ได้ค้นหาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานจาก 5 มิติ ได้แก่ ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Metrics) ผลกำไร (Profitability) ผลผลิตของบริษัท (Productivity) อัตราการลาออกของพนักงาน (Turnover) และความปลอดภัยในการทำงาน (Safety) ทำให้ค้นพบปัจจัย ที่สามารถวัดความผูกพันของพนักงานอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ รวม 12 ปัจจัย ดังนี้

1. ด้านความต้องการพื้นฐาน (Basic Need) ประกอบด้วย ความคาดหวัง และเครื่องมืออุปกรณ์
2. ด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (Management Support) ประกอบด้วย โอกาสที่จะทำงาน ให้ได้ดีที่สุด การได้รับการยอมรับ การดูแลเอาใจใส่ และการพัฒนา

3. ด้านความสัมพันธ์ (Relatedness) ประกอบด้วย การยอมรับในความคิดเห็น ภารกิจ/ วัตถุประสงค์ เพื่อนร่วมงานมีคุณภาพ และเพื่อนที่ดีที่สุด

4. ด้านความก้าวหน้า (Overall Growth) ประกอบด้วย ความก้าวหน้า และการเรียนรู้พัฒนา

จากแนวคิดเรื่องการวัดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรดังกล่าวได้นำมาศึกษาวิจัยเรื่อง ความผูกพันของพนักงานในการทำงาน โดยได้แบ่งประเภทของพนักงานไว้ 3 ประเภท คือ พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร (Engaged) พนักงานที่ไม่ยึดติดกับผูกพันต่อองค์กร (Not-engaged) และพนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร (Actively disengaged)

2.3.3 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Ed Gubman (2004)

แนวคิดของ Ed Gubman กล่าวว่าความผูกพันว่าจะเกิดขึ้นได้จะต้องเชื่อมโยงกันทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ ค่านิยมและความรับผิดชอบ (Values and Responsibilities) โครงการ (Program) และความสัมพันธ์ (Relationships) ดังนี้

1. คุณค่าและความรับผิดชอบ (Value and Responsibilities) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร เนื่องจากถ้าองค์กรและพนักงานให้คุณค่าหรือค่านิยมที่สอดคล้องกันแล้ว จะทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันและเต็มใจที่จะทำงานให้กับองค์กร ตลอดจนองค์กรต้องมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนจากการออกแบบมาเป็นอย่างดี มีความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องมือในการทำงานอีกด้วย โดยมีปัจจัยได้แก่ ความยุติธรรม ความเคารพ ความเชื่อใจ การช่วยเหลือสังคม การออกแบบงานที่ดี ระบุความรับผิดชอบชัดเจน และความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์

2. โครงการ (Program) การที่องค์กรมีโครงการต่างๆที่จัดไว้ให้พนักงาน เช่น ค่าตอบแทนสวัสดิการต่างๆ คุณภาพชีวิตของพนักงาน การฝึกอบรมและพัฒนา ซึ่งหากองค์กรจัดหาปัจจัยเหล่านี้ได้ตรงกับความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริงแล้ว จะช่วยให้พนักงานอยากที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป อย่างไรก็ตามทรัพยากรขององค์กรที่มีจำกัดส่งผลให้ไม่อาจที่จะตอบสนองความต้องการของ

พนักงานได้ทั้งหมด ดังนั้นองค์การจึงควรคำนึงถึงความเหมาะสมด้วย โดยมีปัจจัยได้แก่ ค่าตอบแทน สวัสดิการ การรับรองหรือยอมรับ คุณภาพชีวิต และการฝึกอบรมพัฒนา

3. ความสัมพันธ์ (Relationships) ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงาน เพราะการจัดการกับ อารมณ์ ความรู้สึก (Management of Mood) ของมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการรับรู้และ ตัดสินใจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และลูกน้อง ดังนั้นไม่อาจจะ เป็นสัมพันธ์ภาพแบบบิดล้นแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานทั้งสิ้น โดยมีปัจจัยได้แก่ การ แสดงความขอบคุณ และการแสดงความยินดี

2.3.4 แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์การของ Burke (2007)

แนวคิดของ Burke กล่าวว่าพนักงานที่มีความผูกพันจะต้องการทำงานอยู่กับองค์การนั้นๆ และ เสียสละเพื่อองค์การสร้างผลผลิตและให้บริการแก่ลูกค้าและช่วยเหลือองค์การให้ประสบความสำเร็จ โดยความผูกพันของพนักงานนี้จะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer loyalty) และ ก่อให้เกิดผลประโยชน์ (Profitability) ต่อองค์การ เนื่องจากพนักงานจะทุ่มเทและเต็มใจที่จะผลิตสินค้า และให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ ซึ่งจะเชื่อมโยงให้เกิดการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานทาง ธุรกิจขององค์การ (Improve Business Performance)

นอกจากนี้ แนวคิดของ Burke ยังกล่าวถึงส่วนประกอบที่จะทำให้เกิดความผูกพันของพนักงาน โดยเรียกว่า Employee Engagement Index (EEI)TM ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความผูกพันของ พนักงาน โดยมีปัจจัยต่างๆ 6 ด้าน โดยแต่ละปัจจัยขององค์ประกอบทั้ง 6 นี้จะมีประเด็นต่างๆ ในการวัด ความผูกพันของพนักงานดังนี้

1. องค์การ (Company) ได้แก่ ความเป็นผู้นำ (Leadership) การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ ต่างๆ (Compensation/Benefit) และสินค้าและบริการ (Product & Service)
2. ทีมงาน (Work Group) ได้แก่ คุณภาพของการทำงาน (Quality of work life) ความร่วมมือ ร่วมใจ (Cooperation) และการจัดการผลการปฏิบัติงาน (Performance management)

3. สายงานหรืออาชีพ (Career/profession) ได้แก่ การมีส่วนร่วม (Involvement) การได้รับการพัฒนา (Development) และความก้าวหน้าในอาชีพ (Progression)

4. ลูกค้า (Customer) ได้แก่ แนวทางการให้บริการลูกค้า (Customer orientation service) การตอบสนองตรงความต้องการของลูกค้า (Meeting customer) และความสะดวกในการทำธุรกิจ (Easy to do business with)

5. งาน (The job) ได้แก่ ทรัพยากรหรือเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงาน (Staff resources) โอกาสที่ได้รับจากการทำงาน (Challenge) และความเครียดจากการทำงาน (Stress)

6. ผู้บริหาร (Manager) ได้แก่ ความยุติธรรม (Fairness) ความสม่ำเสมอในการสนับสนุนช่วยเหลือ (Support consistency) และการให้ผลตอบแทนกลับแก่พนักงาน (Feedback)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric

แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric (2019) เป็นแนวคิดที่มีการพัฒนาจากแนวคิดของ Aon Hewitt (2015) กล่าวว่าความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรเกี่ยวข้องกับสถานะของการมีส่วนร่วมหรือความตั้งใจและความรู้สึกที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรของพนักงาน เป็นสิ่งที่ก้าวข้ามความพึงพอใจและความทุ่มเทไปสู่ความรักและความผูกพันต่อองค์กร และยังพบว่าความตั้งใจร่วมงานกับองค์กรเป็นระยะเวลานานมิใช่ตัวชี้วัดที่ถูกต้องของ Employee Engagement เพราะในความเป็นจริงแล้วต้องสะท้อนออกจากพฤติกรรมหลายรูปแบบของพนักงาน ดังนั้น Engagement ตามแนวคิดของ Kincentric จึงหมายถึง การวัดพฤติกรรมสำคัญ 3 อย่างกล่าวคือ

Say หมายถึง พนักงานจะต้องพูดถึงองค์กรในทางบวกในแง่ดี เมื่อมีคนมากล่าวถึงองค์กรในทางลบหรือไม่ดี พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะไม่สนับสนุนหรือพูดถึงองค์กรดังกล่าวกับคนเหล่านั้น แต่จะพยายามพูดถึงแต่สิ่งที่ดีขององค์กรให้คนอื่นเห็นองค์กรในมุมมองที่ดี อีกทั้งพนักงานจะพูดถึงองค์กรในทางที่ดีให้กับบุคคลอื่นภายนอกได้ทราบด้วย ไม่ว่าจะเป็นการชักชวนให้มาทำงานกับองค์กรหรือพูดถึงองค์กรให้ลูกค้าฟังอยู่เสมอในเรื่องราวที่ดี เป็นต้น

Stay หมายถึง พนักงานยังคงมีความต้องการทำงานอยู่กับองค์กรไปเรื่อยๆ ไม่มีความคิดที่จะลาออกหรือโยกย้ายเปลี่ยนงานไปทำงานกับองค์กรอื่น แม้ว่าจะถูกเสนอค่าตอบแทนให้สูงกว่าแต่ก็จะยังคงยืนหยัดที่จะทำงานที่เดิม รวมถึงมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรไปให้ได้นานที่สุด

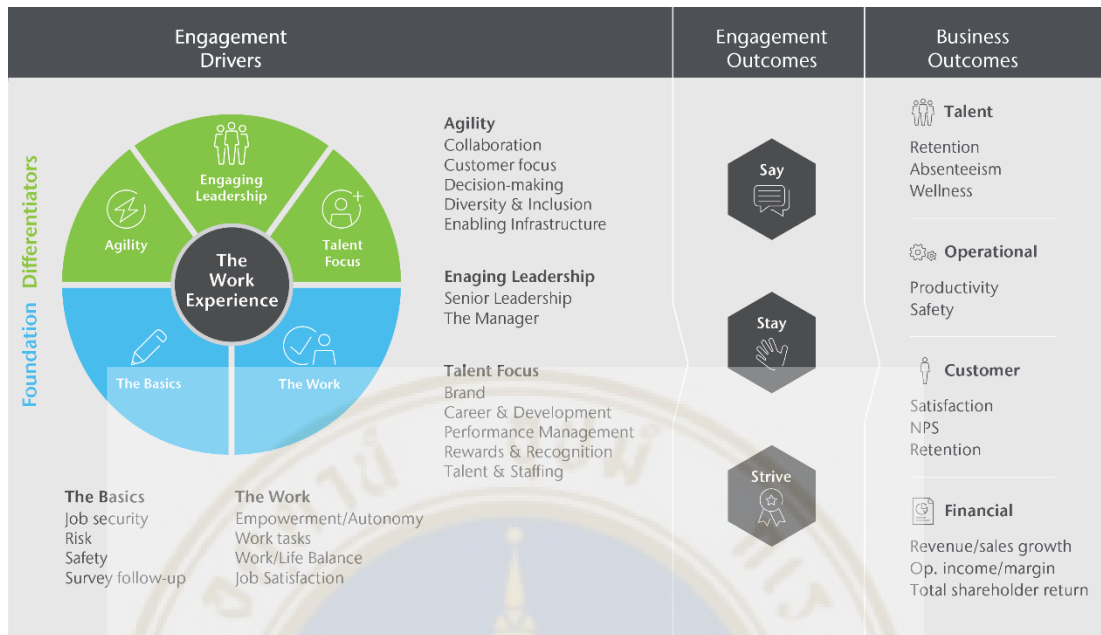
Strive หมายถึง พนักงานมีความทุ่มเทและอุทิศตนอย่างเต็มที่ในการพยายามสร้างสิ่งที่ดีที่สุด สร้างผลงานที่ดีที่สุดเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจสูงสุด ไม่ใช่เพียงแค่อยู่ทำงานไปเฉยๆ โดยที่ไม่เคยคิดที่จะทำอะไรดีๆ ใหม่ๆ ให้กับองค์กรเลย

	<p>Speak positively about the organization to coworkers, potential employees, and customers</p>	<ul style="list-style-type: none"> I would not hesitate to recommend this organization to a friend seeking employment Given the opportunity, I tell others great things about working here
	<p>Have an intense sense of belonging and desire to be part of the organization</p>	<ul style="list-style-type: none"> It would take a lot to get me to leave this organization I rarely think about leaving this organization to work somewhere else
	<p>Are motivated and exert effort toward success in their job and for the company</p>	<ul style="list-style-type: none"> This organization inspires me to do my best work every day This organization motivates me to contribute more than is normally required to complete my work

ภาพที่ 2.1 Say, Stay & Strive in Kincentric’s Operational Definition

ที่มา: Kincentric | A Spencer Stuart Company

Kincentric กล่าวว่าคำจำกัดความของ “Say, Stay & Strive” นี้ ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหลายพันคนและการสนทนากลุ่มที่ได้ดำเนินการกับองค์กรทั่วโลกเกี่ยวกับสิ่งที่ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรทั้งความคิดและการกระทำ นอกจากนี้ Kincentric เชื่อว่าพนักงานต้องแสดงทั้งสามแง่มุมดังกล่าวออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรมเพื่อเป็นข้อพิสูจน์ว่าพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง



ภาพที่ 2.2 Kincentric’s Model of Employee Engagement (2019)

ที่มา: Kincentric | A Spencer Stuart Company

แนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric ข้างต้นเป็น โครงสร้างที่อ้างอิงถึงสถานะทางจิตใจและผลลัพธ์ทางพฤติกรรมที่นำไปสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรถูกเข้าใจว่าเป็นการรวม โครงสร้างหลายอย่างที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในงานวรรณกรรม อาทิเช่น Affective and Continuance Commitment, Motivation และ Organizational Citizenship Behaviors

ในทางปฏิบัติความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรจะเกี่ยวข้องกับการผสมผสานระหว่างความคิดที่มีเหตุผล อารมณ์ ความตั้งใจ และพฤติกรรมที่จำเป็นเพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีที่สุด สำหรับแนวคิดนี้จะมีการดำเนินงานตามความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรผ่าน 5 ส่วนประกอบหลัก รวม 20 ปัจจัย ที่เชื่อมโยงกับหลัก “Say, Stay & Strive” ซึ่งจะแสดงให้เห็นดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 Kincentric's Employee Engagement Components and Dimensions

COMPONENTS	DIMENSION (FACTORS)
Agility	1. Collaboration
	2. Customer Focus
	3. Decision Making
	4. Diversity and Inclusion
	5. Enabling Infrastructure
Engaging Leadership	6. Senior Leadership
	7. The Manager
Talent Focus	8. Brand
	9. Career and Development
	10. Performance Management
	11. Rewards and Recognition
	12. Talent and Staffing
The Work	13. Empowerment/Autonomy
	14. Work Tasks
	15. Work/Life Balance
	16. Job Satisfaction
The Basics	17. Job Security
	18. Risk
	19. Safety
	20. Survey Follow-up

ที่มา: ปรับปรุงมาจาก Kincentric's Model of Employee Engagement (2019)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของ Kincentric

จาก 5 ส่วนประกอบ รวม 20 ปัจจัย ตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric ข้างต้นนี้ที่สามารถส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของพนักงานภายใต้หลักสามอย่าง “Say, Stay & Strive” ในเชิงบวกหรือในแง่ดีต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรในด้านต่างๆ ของ Kincentric อยู่ 4 ด้าน มีดังนี้

1. ด้านพนักงาน (Talent) หากพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรจะส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกและความต้องการที่จะอยู่ทำงานกับองค์กรไปเรื่อยๆ เป็นเวลานาน (Retention) และมุ่งมั่นที่จะทำงานโดยไม่ขาดลามาสายหรือทำสิ่งที่ไม่เกิดผลดีต่อทั้งตนเองและองค์กร (Absenteeism) รวมไปถึงทำให้เกิดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม และทัศนคติเชิงบวกในการทำงานในแต่ละวัน และพร้อมที่จะส่งพลังบวกเหล่านี้ไปถึงบุคคลรอบข้างเช่นกัน (Wellness)

2. ด้านการดำเนินงาน (Operational) หากพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรจะส่งผลให้การดำเนินงานและการบริหารจัดการในองค์กรอย่างมีคุณภาพ การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (Productivity) และจะทำให้พนักงานมีแต่ความรู้สึกที่ดี ไม่กระทำการที่จะเกิดผลเสียต่อองค์กรเพื่อต้องการให้องค์กรเกิดความมั่นคงปลอดภัยสูงสุด (Safety)

3. ด้านลูกค้า (Customers) หากพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรจะส่งผลให้พนักงานทำงานอย่างเต็มที่และเต็มใจทุ่มเทเพื่อองค์กร เมื่อพนักงานที่มีความรู้สึกดีจงรักภักดีต่อองค์กรและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอย่างดี ส่งผลให้ลูกค้าหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความพึงพอใจสูงสุด (Satisfaction) และอยากจะทำธุรกิจร่วมกับองค์กร ไปเรื่อยๆ เสมือนการผูกมิตรทางธุรกิจกันไปตลอด (Net Promoter Score: NPS) ทำให้องค์กรสามารถรักษาลูกค้าที่ผูกพันกับองค์กรไว้ได้ในระยะยาว (Retention)

4. ด้านการเงิน (Financial) หากพนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจทุกภาคส่วนเป็นไปในทางที่ดีขึ้น มีรายได้ ผลกำไร และการเติบโตทางธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น (Revenue/Sales Growth & Operating Income/Margin) ทำให้เกิดผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินของธุรกิจสูงขึ้นตามไปด้วยและสามารถหมุนเวียนกลับมาเป็นต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้อีกด้วย (Total Shareholder Return)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรหลายงานวิจัยด้วยกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมไว้โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
1	ปิยฉัตร สีเหลือง และ เลิศชัย สุธรรมานนท์ (2563)	การศึกษาระดับความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ABC	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 4 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้าน บุคคลและสังคม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร ตามลำดับ ปัจจัยที่ ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านระบบ องค์กร โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทาง ระดับบุคคลสูงสุด รองลงมาคือระดับทีม และระดับ องค์กร ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
2	มนต์ชัย หาเรือนกิจ (2563)	การศึกษาแรงจูงใจและความทุ่มเท ของพนักงานต่อความผูกพันของ องค์กร กรณีศึกษา: บริษัท รีอควูล (ประเทศไทย) จำกัด	Quantitative Research	<p>ปัจจัยทั้ง 14 ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านปัจจัยจูงใจ ด้านปัจจัยค้ำ จุน และด้านความทุ่มเทของพนักงานส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงาน</p> <p>ในด้านปัจจัยจูงใจ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรสูงสุด คือ ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน รองลงมาคือ ปัจจัยความ รับผิดชอบ ปัจจัยลักษณะของงาน ปัจจัยการได้รับการยอมรับนับ ถือ และปัจจัยความก้าวหน้าตามลำดับ</p> <p>ในด้านปัจจัยค้ำจุน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรสูงสุด คือ ปัจจัยความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา รองลงมาคือ ปัจจัย นโยบายและการบริหาร ปัจจัยสภาพการทำงาน ปัจจัย ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยความมั่นคงในงาน และ ปัจจัยเงินเดือน ตามลำดับ</p> <p>ในด้านความทุ่มเทของพนักงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรคือ ปัจจัยความกระตือรือร้น ปัจจัยความเต็มใจอุทิศตน ให้กับงาน และปัจจัยการรู้สึกว่างานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต</p> <p>โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านจิตใจ สูงสุด รองลงมาคือด้านการคงอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัด ฐาน ตามลำดับ</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
3	ฐิติมา ไชยะกุล และ แหวนเพชร ไชยะวง (2563)	การศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและ ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน กรณีศึกษากลุ่มธนาคาร พาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว	Quantitative Research	มีเพียง 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัย ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน รองลงมาคือ ปัจจัยด้าน ความสนใจและความขบขันซึ่งใจ ปัจจัยด้านการหลีกเลี่ยง ความไม่แน่นอน ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็น กลุ่มนิยม
4	ณัฐชวัล โกศลกานนท์ และ ศรีรัฐ โกวงศ์ (2563)	การศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรกรมวิทยาศาสตร์ บริการ	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 6 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านการบริหาร องค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัย ด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ปัจจัยด้าน ค่าตอบแทนและความมั่นคงในการทำงาน ตามลำดับ ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางความ ผูกพันด้านความต่อเนื่องสูงสุด รองลงมาคือความผูกพัน ด้านบรรทัดฐาน และความผูกพันด้านความรู้สึก ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
5	พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล ธัญวฤณ วัฑโฒ และ วิลาลิณี สูดประเสริฐ (2563)	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด	Quantitative Research	<p>ปัจจัยทั้ง 12 ใน 2 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านปัจจัยเชิงใจ และ ด้านปัจจัยค้ำจุนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน</p> <p>ในด้านปัจจัยเชิงใจ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยความรับผิดชอบ รองลงมาคือ ปัจจัยลักษณะงาน ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน ปัจจัย การได้รับการยอมรับ และปัจจัยความก้าวหน้าในหน้าที่ การงาน ตามลำดับ</p> <p>ในด้านปัจจัยค้ำจุน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยความมั่นคงในการทำงาน รองลงมาคือ ปัจจัยชีวิตส่วนตัว ปัจจัยความสัมพันธ์ ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยการบังคับบัญชาและการ ควบคุมดูแล ปัจจัยนโยบายและการบริหารขององค์กร ปัจจัยค่าตอบแทน และปัจจัยสภาพแวดล้อมในการ ทำงาน</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
6	ณัฐมน เกษตรศิริ และ พีรพงษ์ ฟูศิริ (2563)	การศึกษากลยุทธ์ในการสร้างความ ผูกพันของพนักงานฝ่ายขายบริษัท อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 6 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้าน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้า รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยความก้าวหน้าในอาชีพ ปัจจัยความมั่นคงใน งาน ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยนโยบาย และการบริหาร ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยเงินเดือน โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพัน ทางด้านพฤติกรรมที่แสดงออกสูงสุด รองลงมาคือ การรับรู้ และความรู้สึก ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
7	นิเวศน์ ธรรมะ วัชรพงษ์ ตันทรัพย์ชัย นันทวัฒน์ จางศิริ และ กรพินธุ์ พัฒนากรพนิช (2563)	การศึกษาการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบ เชิงสำรวจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ของพนักงานในองค์กร	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 6 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันคือ ปัจจัยการสอน งาน ปัจจัยการฝึกอบรม ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัย ความเสมอภาคในการทำงาน ปัจจัยความท้าทายใน การทำงาน และปัจจัยการได้รับการยอมรับ
8	วารุณพร เชื้อวณิชช์ และ ธรรมวิมล สุขเสริม (2563)	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ผูกพันของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา กลุ่มบริษัทผลิตน้ำแข็ง แห่งหนึ่ง ในจังหวัดอุบลราชธานี	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 5 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้าน ภาวะผู้นำ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัย ด้าน โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ตามลำดับ ปัจจัยที่ ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านการเรียนรู้ และพัฒนา โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพัน ทางด้านการทุ่มเทสูงสุด รองลงมาคือการบอกเล่า และการคงอยู่ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
9	สมนญา แก้วกนิค และ ราเชนทร์ นพณัฐวงศกร (2563)	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความ ผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ ราษฎร์บูรณะ	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 5 ส่งผลกระทบต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันคือ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ปัจจัยด้านอาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และปัจจัย ด้านนโยบายขององค์กร โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลกระทบต่อระดับความผูกพัน ทางด้านความเชื่อถือการยอมรับเป้าหมายและ ค่านิยมขององค์กร รองลงมาคือความปรารถนาที่ จะพยายามรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร และ ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ ขององค์กร ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
10	วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา (2563)	การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 7 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะงาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์ต่อบุคคลอื่น ปัจจัยด้านการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตามลำดับ รวมถึงปัจจัยด้านผลตอบแทนหรือการให้สิ่งตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม ปัจจัยด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน และปัจจัยด้านการจัดเวลาในการทำงานกับชีวิตส่วนตัว โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านความรู้สึก รองลงมาคือด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
11	อนูรดี ฤทัยธรรม และ รติตา ตั้งบุญนาค (2563)	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ชัมมิต แพลมค빙 โอโต บอดี เวิร์ค จำกัด	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 10 ส่งผลกระทบต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำงาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่องาน ปัจจัยด้านความสำเร็จในงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความรู้สึกรับการยอมรับ ปัจจัยด้านการออกแบบงาน ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ปัจจัยด้านเงินเดือนและการให้รางวัล และปัจจัยด้านการพัฒนาศักยภาพพนักงาน ตามลำดับ โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลกระทบต่อระดับความผูกพันทางด้านการปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถเพื่อให้งานสำเร็จ แม้จะไม่ได้รับค่าตอบแทนเป็นพิเศษ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
12	ศิริวรรณ จันรจนา และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2563)	การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน	Quantitative Research	<p>ปัจจัยทั้ง 8 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัย รองลงมาคือปัจจัยด้านคุณลักษณะทางสังคมของงาน ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยด้านคุณลักษณะเฉพาะของงาน ปัจจัยด้านองค์กรและการจัดการ</p> <p>และปัจจัยด้านค่าจ้าง ตามลำดับ ครอบคลุมถึงปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน</p> <p>โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านจิตใจสูงสุด รองลงมาคือด้านบรรทัดฐาน และด้านการคงอยู่ ตามลำดับ</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
13	ชัชวาล ดวงบุบผา (2563)	การศึกษานูบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชันวายของธนาคารออมสิน	Quantitative Research & Qualitative Research	ปัจจัยทั้ง 4 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางการยอมรับเป้าหมายองค์กร ความมุ่งมั่นและความต้องการคงอยู่ในองค์กร

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
14	วิทยา ธาตุบรมย์ มณฑิรา ลีลาประชากุล และ นิพัชญ์ สนิทเหลือ (2563)	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความ ผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัทเอกชน ในเขตจังหวัด สมุทรปราการ	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 9 ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านลักษณะองค์การ ด้านประสิทธิภาพการทำงาน และด้านลักษณะงานที่ทำ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในด้านลักษณะองค์การ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันคือ ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และปัจจัย นโยบาย กฎข้อบังคับ และขั้นตอนต่างๆ ในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ ผูกพันคือ ปัจจัยการเห็นความสำคัญของงาน ปัจจัยสภาพ การทำงาน และปัจจัยทัศนคติต่อองค์กร ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ในด้านลักษณะงานที่ทำ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันคือ ปัจจัยความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ปัจจัยความมั่นคง ในงาน ปัจจัยความสำเร็จในการทำงาน และปัจจัยความ รับผิดชอบในงาน โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้าน การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความตั้งใจ ทำงานอย่างเต็มความสามารถให้กับองค์กร และความ ต้องการคงอยู่และรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
15	ลดาพร เอกพานิช ลลิตดา ขาววิละ และ รัตนา สิทธิอ่อน (2563)	การศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร	Quantitative Research	ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทางด้านความต่อเนื่องในการเป็นสมาชิกขององค์กร รองลงมาคือด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านความรู้สึกตามลำดับ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในปัจจุบันที่ใช้ทำงาน ปัจจัยคุณภาพของงาน ปัจจัยค่าใช้จ่ายขององค์กร และปัจจัยปริมาณงาน ระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในด้านพฤติกรรมกรช่วยเหลือ พฤติกรรมกรมีจิตสำนึกในหน้าที่ พฤติกรรมกรความมีน้ำใจนักกีฬา พฤติกรรมกรคำนึงถึงผู้อื่น และพฤติกรรมกรให้ความร่วมมือ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
16	วิษุฒดา เพียรเสมอ และ ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ (2563)	การศึกษาคุณลักษณะของงานและ คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพ- มหานคร	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 9 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัย ลักษณะของงาน รองลงมาคือ ปัจจัยความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับสังคม ปัจจัยการบูรณาการด้านสังคม ปัจจัยค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ปัจจัย ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ปัจจัย สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ปัจจัย ความสมดุลในชีวิตงานและชีวิตส่วนตัว ปัจจัยการ พัฒนาความสามารถของบุคคล ตามลำดับ และปัจจัย ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยธรรมเนียมใน องค์กร โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพัน ทางด้านความปรารถนาอยู่ในองค์กรสูงสุด รองลงมาคือความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร และความตั้งใจทำงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
17	สายสุนีย์ เกษม บุญยัง วิษณุมหิมาชัย และ ชัชชัย สุวรรณรัตน์ (2563)	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงาน โรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 3 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้าน ลักษณะองค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน ตามลำดับ โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลกระทบต่อระดับความผูกพัน ทางด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับ เป้าหมายและค่านิยมขององค์กรสูงสุด รองลงมา คือความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อ ประโยชน์ขององค์กร และความปรารถนาอย่างแรง กล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
18	ลัดดาวัลย์ สำราญ โสธธา สุภาพล และ กมลรัตน์ ธีญญเจริญ (2563)	การศึกษากลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์: การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน) สาขาอุทอง	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 3 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันคือ ปัจจัยด้านระบบการทำงาน ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จในชีวิต ปัจจัยด้านความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ปัจจัยด้านความต้องการทางร่างกาย ปัจจัยด้านความต้องการความปลอดภัย และปัจจัยด้านภาวะผู้นำ โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านความรู้สึกสูงสุด รองลงมาคือด้านบรรทัดฐาน และความต่อเนื่อง ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
19	<p>ฉิม โสณ วิสิฐนิธิกิจ และ อรรรรณ เปรมธีวัฒน์ชัย (2562)</p>	<p>การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพชีวิตการทำงานกับความ ผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไทย จูรอง เอ็นจิเนียริง จำกัด</p>	<p>Quantitative Research</p>	<p>ปัจจัยทั้ง 8 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดย ที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยความ ภูมิใจในองค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยความก้าวหน้า และมั่นคงในการทำงาน ปัจจัยสังคมสัมพันธ์ ปัจจัย ความอิสระจากงาน ปัจจัยลักษณะการบริหารงาน ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ดีและมีความปลอดภัย ปัจจัย การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัย ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพัน ทางด้านมีความเต็มใจที่จะทุ่มเทพลังงานเพื่อ ปฏิบัติงานให้องค์กรสูงสุด รองลงมาคือด้านมี ความเชื่ออย่างแรงกล้ายอมรับในค่านิยมและ เป้าหมายขององค์กร และด้านมีความปรารถนา อย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กร ตามลำดับ</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
20	อำพล ชะโยมชัย (2562)	การศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของอิทธิพลความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานภาคเอกชนที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรในเขตกรุงเทพมหานคร- นครและปริมณฑล	Quantitative Research	<p>ปัจจัยทั้ง 8 ใน 2 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านองค์การ และด้านแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน</p> <p>ในด้านองค์การ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยเพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริหาร ปัจจัยรายได้ค่าตอบแทน และปัจจัยสมดุลชีวิตกับงาน ตามลำดับ</p> <p>ในด้านแรงจูงใจ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยระบบประเมินผล รองลงมาคือ ปัจจัยโอกาสในงาน ปัจจัยการแสดงความเห็น และปัจจัยความเชื่อมั่นในงาน ตามลำดับ</p> <p>โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านกฎเกณฑ์สูงสุด รองลงมาคือด้านการทำงาน และด้านเจตคติ ตามลำดับ</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
21	วราภรณ์ กงจันทา และ ชินโสณ วิชาญนิธิกิจ (2562)	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความ ผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน สถานี วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	Quantitative Research	<p>ปัจจัยทั้ง 8 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านความภูมิใจในองค์กรที่มีคุณค่าทางสังคม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน ปัจจัยด้านลักษณะการบริหารการกำหนดนโยบาย ปัจจัยด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ปัจจัยด้านรายได้และค่าตอบแทนอันดีและยุติธรรม ปัจจัยด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว</p> <p>โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อองค์กรสูงสุด รองลงมาคือความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร และความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ตามลำดับ</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
22	ชนิกานต์ กระแก้ว และ บุญกร วัชรศรีโรจน์ (2561)	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ ความผูกพันต่อองค์กรและ ความสุขในการทำงานของ พนักงาน ในธุรกิจสินค้า อุปโภคบริโภค กรณีศึกษา: บริษัทจัด จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานคร	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 12 ใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้าน ประสบการณ์ในงานที่รับผิดชอบ ด้านสภาพแวดล้อมของงาน และ ด้านคุณลักษณะขององค์กรที่ศึกษามีผลต่อความผูกพันต่อของ พนักงาน ในด้านลักษณะงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยความมีอิสระในงานที่รับผิดชอบ รองลงมาคือ ปัจจัยความ สมดุลชีวิตกับการทำงาน ปัจจัยโอกาสก้าวหน้าในงาน และปัจจัย ลักษณะงานที่ทำหาย ตามลำดับ ในด้านประสบการณ์ในงานที่ รับผิดชอบ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยความมั่นคง น่าเชื่อถือขององค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยความสำเร็จในงาน ในด้าน สภาพแวดล้อมของงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัย เงินเดือน รองลงมาคือ ปัจจัยนโยบาย กฎข้อบังคับ ขั้นตอนการ ดำเนินงาน ปัจจัยความสัมพันธ์กับหัวหน้า ปัจจัยความสัมพันธ์กับ เพื่อนร่วมงาน และปัจจัยสภาพการทำงานทางกายภาพ ตามลำดับ โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านการเชื่อมั่น อย่างแรงกล้าที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรสูงสุด รองลงมาคือด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อ ประโยชน์ขององค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะ ดำรงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กร ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
23	เจริญจิตร เสวตวานิชกุล จรรย์ญา ปานเจริญ และ เอกพงศ์ กิตติสาร (2561)	การศึกษาการสร้างคามผูกพันของ พนักงาน กรณีศึกษาโรงงานประกอบ รถยนต์ในประเทศไทย	Quantitative Research & Qualitative Research	ปัจจัยทั้ง 6 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กร โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยด้านหัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพนักงาน/เพื่อนร่วมงาน ปัจจัยด้าน ความมั่นคงและ โอกาสความก้าวหน้าอาชีพใน องค์กร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยด้าน ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
24	ศศิธร แก้วศรี (2561)	การศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานและการ ทำงานเป็นทีม ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการใน กรุงเทพมหานคร	Quantitative Research	<p>ปัจจัยทั้ง 9 ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านการทำงานเป็นทีม ขององค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในด้านแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยความรับผิดชอบ รองลงมาคือ ปัจจัย ลักษณะงานที่ปฏิบัติ และปัจจัยการยอมรับนับถือ ตามลำดับ</p> <p>ในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความ ผูกพันต่อองค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางจิตใจ รองลงมาคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัย สภาพแวดล้อมทางด้านสังคม ตามลำดับ</p> <p>ในด้านการทำงานเป็นทีมขององค์กร ปัจจัยที่มีผลต่อความ ผูกพันต่อองค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยสวัสดิการและประโยชน์ เกื้อกูล รองลงมาคือ ปัจจัยกระบวนการทำงาน และปัจจัยการ แก้ไขอุปสรรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ</p> <p>โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางความรู้สึก สูงสุด รองลงมาคือบรรทัดฐานทางสังคม และความต่อเนื่อง ตามลำดับ</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
25	สุชาติ อุดลย์บุตร (2561)	การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและลูกจ้างองค์กรทหารผ่านศึก	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 5 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยความต้องการสำเร็จในงาน รองลงมาคือ ปัจจัยความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยความหลากหลายของงาน ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยความเป็นอิสระในการทำงาน โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อประโยชน์ขององค์กร และด้านความปรารถนาที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กร

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
26	ลลิตา จันทร์งาม (2560)	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 5 ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รองลงมาคือ ปัจจัยทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยภาวะผู้นำ ปัจจัยค่าตอบแทน ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือปัจจัยการพัฒนาการทำงาน โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กรสูงสุด รองลงมาคือการทำงาน การรักษาพนักงานไว้ในองค์กร และความมีอิสระในการทำงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
27	พิชชากร จวงวานิชย์ (2560)	การศึกษาอิทธิพลของช่วงอายุต่อความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนรวมและความผูกพันต่อองค์กรในวิชาชีพบัญชี	Quantitative Research	มีเพียง 8 ปีวิจัย ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยค่าจ้าง และด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ในด้านค่าตอบแทน ปีวิจัยที่มีผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปีวิจัยนโยบายค่าตอบแทน รองลงมาคือ ปีวิจัยการบริหารจัดการค่าตอบแทน และปีวิจัยองค์ประกอบค่าตอบแทนตามลำดับ ในด้านการรับรู้ความยุติธรรม ปีวิจัยที่มีผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปีวิจัยการรับรู้ความยุติธรรมด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปีวิจัยการรับรู้ความยุติธรรมด้านการจัดสรร ในด้านผลตอบแทนเชิงความสัมพันธ์ ปีวิจัยที่มีผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปีวิจัยความเท่าเทียมในงาน รองลงมาคือ ปีวิจัยความมั่นคงในการงานที่ทำ และปีวิจัยการยกย่องตำแหน่งและสถานภาพ ตามลำดับ ส่วนปีวิจัยโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาไม่มีผลต่อความผูกพัน โดยที่ปีวิจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านการบรรทัดฐานสูงสุด รองลงมาคือด้านจิตใจ และด้านการคงอยู่ ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
28	บุญชนะ เมฆโต (2560)	การศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร และการตั้งใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาบริษัทผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์แห่งหนึ่ง	Quantitative Research	ปัจจัยทั้ง 4 ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันสูงสุดคือ ปัจจัยการสร้างแรงบันดาลใจ รองลงมาคือ ปัจจัยการมีอิทธิพลที่เป็นอุดมคติหรือการเป็นผู้มีบารมี ปัจจัยการกระตุ้นปัญญา ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่ำสุดคือ ปัจจัยการเป็นผู้สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามเป็นรายบุคคล หรือการคำนึงถึงเอกบุคคล โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางการปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปสูงสุด รองลงมาคือได้ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนธุรกิจขององค์กร และผูกถึงองค์กรเฉพาะในแง่บวก ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
29	Chayanan Kerdpitak and Kittisak Jermstittiparsert (2020)	The Study of The Impact of Human Resource Management Practices on Competitive Advantage: Mediating Role of Employee Engagement in Thailand	Quantitative Research	Practices of HRM such as Employees Training, Learning Practices and Employee Selection increase the competitive advantage in the pharmacy companies of Thailand. Employee training increases the capability of human capitals that improved the competitive advantage of the business. Learning practices increase the learning of the employee of new technology in the market that also enhance the competitive advantage of the company. Effective and fair employee selection practices hire the trained and loyal employee that also increase the competitive advantage of the business. All these practices also enhance the engagement of the employees in business that improve the output, quality and quantity of the business processes that also increase the competitive advantage.

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
30	Bhaves Jha and Aman Kumar (2016)	The Study on Employee Engagement: A Strategic Tool to Enhance Performance	Qualitative Research	Employees should be given opportunities and training to hone their skills and improve their performance. Open Communication, Networking with Employees, Recognition of their efforts, Rewards, Opportunities, Talent Management, Empowerment and Feedback Enhances the belief of an employee to stay in the organization. Employees learn and enhance their skills through various opportunities available and improve their performance accordingly without a sense of threat.

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
31	Anuradha Iddagoda, P. Opatha and Kennedy Gunawardana (2016)	The Study on a Conceptualization and an Operationalization of the Construct of Employee Engagement	Qualitative Research	<p>Employee engagement is considered as the extent to which an employee gets involved in the job and the organization and it was shown that employee engagement is broader than job involvement and work involvement.</p> <p>Employee engagement is a specific phenomenon, though it was related to the Job Satisfaction of all Employee, the Organizational Commitment, the Organizational Citizenship or Cultural Behavior, Job Involvement of employees and Work Involvement.</p> <p>Researchers believe that employee engagement is a combination of behavior and attitude.</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
32	Sapna Popli and Irfan A. Rizvi (2016)	The Study on Drivers of Employee Engagement: The Role of Leadership Style	Quantitative Research	<p>Transformational leadership style has a positive association with employee engagement. This style enthuses, inspires and motivates employees to work towards the organizational goals and the leaders are able to draw out the best in the subordinates by expressing confidence in their abilities. Transactional leadership style also has a positive association with employee engagement and using this style leaders motivate subordinates by rewarding and appreciating their followers in lieu of task accomplishment.</p> <p>Besides leadership styles, other drivers of employee engagement such as supportive organizational culture, feedback, trust, career advancement opportunities, effective and transparent HR practices highlighted in literature can be focused on through the right training of supervisors and leaders.</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
33	Stephanie and Aurik Gustomo (2015)	The Study on Proposal to Improve Employee Engagement in PT Maju Sentosa by AON Hewitt Model and Mercer Model	Quantitative Research	<p>The factor analysis test, the three new factors that affecting employee engagement are formed; Welfare, Career & Social Support, and Work Motivation.</p> <p>The welfare factor is considered as the most significant one that affecting employee engagement, with score of 0.61 out of 1.11</p> <p>The Welfare is formed by seven independent variables; Job Security, Brand & Reputation, Benefit, Recognition, Learning and Development, Communication, and Enabling Infrastructure. The average score of the 7 independent variables is 3.147 out of 5.00</p>

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อผู้ศึกษา	ชื่องานวิจัย	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
34	Tejaswi Bhuvanaiah and R. P. Raya (2014)	The Study on Employee Engagement: Key to Organizational Success	Qualitative Research	The factors which maintain engaged workforce and organizations need to implement strategies such as the Building a Positive and the Supportive Healthy Work Environment, the Facilitated Employees with Appropriated Resources, Continuous Monitoring to keep out of ambiguity in workplace which may bring happier come productive workforce which in turn leads to sustainable organizational success.

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าผลงานการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรนั้น มีจำนวนมาก ทั้งงานวิจัยในประเทศไทย (อ้างอิงตามตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลำดับที่ 1-29) และงานวิจัยต่างประเทศ (อ้างอิงตามตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลำดับที่ 30-34) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามรายละเอียดข้างต้น พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อผลลัพธ์เชิงบวกขององค์กรตามแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มีผลการศึกษาของผู้วิจัยที่มีความสอดคล้องกันดังนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นพบว่า มีหลากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ เช่น งานที่มีอิสระหรืองานที่มีความท้าทาย (ปิยนัทร สีเหลือง และเลิศชัย สุธรรมานนท์, 2563; มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; ณิชฐ์ชวัล โกสสัยกานนท์ และศิริรัฐ โกวงศ์, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สดุดประเสริฐ, 2563; ณิชฐมน เกษตรศิริ และพิรพงษ์ ฟูศิริ, 2563; นิเวศน์ ธรรมะ, วัชรพงษ์ ดันท์พรชัย, นัธทวัฒน์ จางศิริ และกรพินธุ์ พัฒนาการพนิช, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; อนูรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; ศิริวรรณ จันรจนา และกฤษฎดา เขียรวัฒนสุข, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ, 2563; สายสุนีย์ เกษม, บุญยัง วิชญมหิมาชัย, และชัชชัย สุวรรณรัตน์, 2563; ชินโสณ วิสิฐนธิธิกจาและอรวรรณ เปรมธีรวัฒน์ชัย, 2562; ชนิกานต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561; ศศิธร แก้วศรี, 2561; สุชาติ อุดลย์บุตร, 2561; พิชชากร จวงวาณิชย์, 2560) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ที่มีต่อบุคคลอื่น เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน หรือลูกค้า (อนูรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; วิทยา ธาตุบุรมย์, มณจิรา ลีลาประชากุล และนิพัฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563) ปัจจัยด้านค่าตอบแทน เช่น เงินเดือน โบนัส สวัสดิการทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน (มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; ณิชฐ์ชวัล โกสสัยกานนท์ และศิริรัฐ โกวงศ์, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สดุดประเสริฐ, 2563; ณิชฐมน เกษตรศิริ และพิรพงษ์ ฟูศิริ, 2563; วารุณพร เขียวณิชย์ และธรรมวิมล สุขเสริม, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; อนูรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; ศิริวรรณ จันรจนา และกฤษฎดา เขียรวัฒนสุข, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ, 2563; ชินโสณ วิสิฐนธิธิกจา และอรวรรณ เปรมธีรวัฒน์ชัย, 2562; อำพล ชะโยมชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนธิธิกจา, 2562; ชนิกานต์ กระแก้ว และบุษกร

วัชรศรีโรจน์, 2561; เจริญจิตร เสวตวณิชกุล, จรัญญา ปานเจริญ และเอกพงศ์ กิตติสาร, 2561; ศศิธร แก้วศรี, 2561; ลลิตา จันทรงาม, 2560; พิชชากร จวงวานิชย์, 2560; Bhavesh and Kumar, 2016; Stephaniea and Gustomo, 2015) **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน** เช่น บรรยากาศในที่ทำงาน (เปี่ยมจิตร สีเหลือง และเลิศชัย สุธรรมานนท์, 2563; มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; ฌัญฐ์ชวัล โกสัยกานนท์ และศรีรัฐ โกวงศ์, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล, รัชฎวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; ฌัฐมน เกษตรศิริ และพีรพงษ์ ฟูศิริ, 2563; วารุณพร เชื้อวณิชช์ และธรรมวิมล สุขเสริม, 2563; สมณญา แก้วกนิก และราเชนทร์ นพณัฐวงศกร, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; ศิริวรรณ จันรจนา และกฤษดา เขียรวัฒนสุข, 2563; ชัชวาล ดวงบุบผา, 2563; วิทยา ธาตุบุรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ, 2563; ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา และอรวรรณ เปรมธีรวัฒนชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา, 2562; ชนิกานต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561; เจริญจิตร เสวตวณิชกุล, จรัญญา ปานเจริญ และเอกพงศ์ กิตติสาร, 2561; ศศิธร แก้วศรี, 2561; Bhuvanaiah and Raya, 2014) **ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ** เช่น การปฏิบัติหรือการร่วมงานกันของหัวหน้างาน (ฌัญฐ์ชวัล โกสัยกานนท์ และศรีรัฐ โกวงศ์, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล, รัชฎวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; วารุณพร เชื้อวณิชช์ และธรรมวิมล สุขเสริม, 2563; สมณญา แก้วกนิก และราเชนทร์ นพณัฐวงศกร, 2563; ชัชวาล ดวงบุบผา, 2563; ลัดดาวัลย์ ตำราญ, โสรยา สุภาพล และกมลรัตน์ รัชฎวฤณ, 2563; อำพล ชะโยมชัย, 2562; เจริญจิตร เสวตวณิชกุล, จรัญญา ปานเจริญ และเอกพงศ์ กิตติสาร, 2561; ลลิตา จันทรงาม, 2560; Popli and Rizvi, 2016) **ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารขององค์กร** เช่น ระบบการทำงาน จุดมุ่งหมายขององค์กร หรือมาตรฐานในการทำงาน (เปี่ยมจิตร สีเหลือง และเลิศชัย สุธรรมานนท์, 2563; มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; ฌัญฐ์ชวัล โกสัยกานนท์ และศรีรัฐ โกวงศ์, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล, รัชฎวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; ฌัฐมน เกษตรศิริ และพีรพงษ์ ฟูศิริ, 2563; สมณญา แก้วกนิก และราเชนทร์ นพณัฐวงศกร, 2563; ศิริวรรณ จันรจนา และกฤษดา เขียรวัฒนสุข, 2563; ชัชวาล ดวงบุบผา, 2563; วิทยา ธาตุบุรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ, 2563; สายสุนีย์ เกษม, บุญยัง วิษณุมหิมาชัย, และชัชชัย สุวรรณรัตน์, 2563; ลัดดาวัลย์ ตำราญ, โสรยา สุภาพล และกมลรัตน์ รัชฎวฤณ, 2563; ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา และอรวรรณ เปรมธีรวัฒนชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา, 2562;

ชนิกันต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561; ศศิธร แก้วศรี, 2561) **ปัจจัยด้านการมีโอกาสดำเนินการ** ในสายอาชีพ เช่น การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งหรือการเติบโตในตนเอง (มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; ณัฐมน เกษตรศิริ และพีรพงษ์ พุศิริ, 2563; วารุณพร เชื้อวณิชย์ และธรรมวิมล สุขเสริม, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; วิทยา ธาตุบรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ, 2563; ชินโสณ วิสิฐนิกิจา และอรารณ เปรมธีรวัฒน์ชัย, 2562; อำพล ชะโยมชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนิกิจา, 2562; ชนิกันต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561; เจริญจิตร เสวตวณิชกุล, จริญญา ปานเจริญ และเอกพงศ์ กิตติสาร, 2561; ลลิตา จันทรงาม, 2560; Bhavesh and Kumar, 2016; Popli and Rizvi, 2016) **ปัจจัยด้านความมั่นคงในการทำงาน** (มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; ณัฐชวัล โกสยگانนท์ และศิริรัฐ โกวงศ์, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; ณัฐมน เกษตรศิริ และพีรพงษ์ พุศิริ, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; ศิริวรรณ จันจนา และกฤษฎา เขียววัฒนสุข, 2563; วิทยา ธาตุบรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ, 2563; ชินโสณ วิสิฐนิกิจา และอรารณ เปรมธีรวัฒน์ชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนิกิจา, 2562; ชนิกันต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561; เจริญจิตร เสวตวณิชกุล, จริญญา ปานเจริญ และเอกพงศ์ กิตติสาร, 2561; พิชชากร จวงวณิชย์, 2560; Stephaniea and Gustomo, 2015) **ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว** (พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ, 2563; อำพล ชะโยมชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชินโสณ วิสิฐนิกิจา, 2562; ชนิกันต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561) **ปัจจัยด้านการยอมรับนับถือ** เช่น การให้เกียรติหรือเคารพซึ่งกันและกันของคนในองค์กร (มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; นิเวศน์ ธรรมะ, วัชรพงษ์ ดันท์พรชัย, นัทวัฒน์ จางศิริ และกรพินธุ์ พัฒนาการพนิช, 2563; อนรรติ ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; ลัดดาวัลย์ สำราญ, โสธยา สุภาพล และกมลรัตน์ ธัญญเจริญ, 2563; ศศิธร แก้วศรี, 2561; Stephaniea and Gustomo, 2015) **ปัจจัยด้านความรับผิดชอบ** (มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563; อนรรติ ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; วิทยา

ชาตบุรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563; ศศิธร แก้วศรี, 2561) **ปัจจัยด้านการได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถ** (นิเวศน์ ธรรมะ, วัชรพงษ์ ตันท์พรชัย, นันทวัฒน์ จางศิริ และกรพินธุ์ พัฒนาการพนิช, 2563; วารุณพร เชื้อวณิชช์ และธรรมวิมล สุขเสริม, 2563; วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา, 2563; อนูรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; วิชชุดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุไร, 2563; ชิน โสณ วิสิฐนิจิกิจา และอรวรรณ เปรมธีรวัฒน์ชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชิน โสณ วิสิฐนิจิกิจา, 2562; ทลิตา จันทรงาม, 2560; Kerdpitak C. and Jemsittiparsert K., 2020; Stephanica and Gustomo, 2015) **ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการทำงาน** เช่น การตัดสินใจในการทำงานหรือการบริหาร (อนูรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; วิชาชาตบุรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563) **ปัจจัยด้านการสื่อสารภายในองค์กร** เช่น ช่องทางในการสื่อสารหรือความชัดเจนในการสื่อสาร (นิเวศน์ ธรรมะ, วัชรพงษ์ ตันท์พรชัย, นันทวัฒน์ จางศิริ และกรพินธุ์ พัฒนาการพนิช, 2563; ศิริวรรณ จันจนา และกฤษฎา เขียววัฒนสุข, 2563; Bhavesh and Kumar, 2016; Stephanica and Gustomo, 2015) **ปัจจัยด้านชื่อเสียงของบริษัท** เช่น ภาพลักษณ์หรือความมีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่ยอมรับขององค์กร (ณัฐชิวัด โกสัยกานนท์ และศรีรัฐโกวงศ์, 2563; ชิน โสณ วิสิฐนิจิกิจา และอรวรรณ เปรมธีรวัฒน์ชัย, 2562; วราภรณ์ กงจันทา และชิน โสณ วิสิฐนิจิกิจา, 2562; Stephanica and Gustomo, 2015) และ **ปัจจัยด้านความสำเร็จในงาน** (มนต์ชัย หาเรือนกิจ, 2563; พัชรหทัย จารุทวิผลนุกูล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุกประเสริฐ, 2563; อนูรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาถ, 2563; วิชาชาตบุรมย์, มณฑิรา ลีลาประชากุล และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ, 2563; ลัดดาวัลย์ สำราญ, โสธยา สุภาพล และกมลรัตน์ ธัญญเจริญ, 2563; ชนิกันต์ กระแก้ว และบุษกร วัชรศรีโรจน์, 2561; สุชาติ อุดลย์บุตร, 2561) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลเชิงบวกต่อพนักงานขององค์กรทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร จนเกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร คือ พนักงานจะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรและทำงานอยู่กับองค์กรไปเป็นระยะเวลาาน และพนักงานจะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร รู้สึกหวังใญ่ถึงองค์กรในทางที่ดี ตลอดจนพูดถึงองค์กรในทางที่ดีอยู่เสมอ อีกทั้งพนักงานจะมีความพยายามอย่างเต็มที่เต็มความสามารถและเต็มใจที่จะทุ่มเททำงานเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนผลประโยชน์และความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจขององค์กร รวมถึงพนักงานจะมีความรู้สึกภูมิใจในงานที่ทำ ชื่อเสียงของ

องค์กร และเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรอย่างแท้จริง นอกจากนี้พนักงานจะมีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร เพื่อร่วมกันดำเนินธุรกิจและดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรจนประสบความสำเร็จอย่างสูงสุด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดและทฤษฎีต่างๆมีการใช้ตัวแปรอิสระหลากหลายตัวแปรในการศึกษา โดยที่จากการศึกษานั้นตัวแปรอิสระหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรสูงสุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ผ่านการแสดงออก เช่น การพูดถึงองค์กรในทางที่ดี การปรารถนาที่จะอยู่ทำงานกับองค์กร และพร้อมทุ่มเทความสามารถเพื่อทำงานอย่างเต็มที่เพื่อองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสอดคล้องตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric ที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษารั้งนี้ด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยที่ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองเพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยโดยมีขอบเขตและขั้นตอนตามรายละเอียดที่จะนำเสนอต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 ระยะเวลาในการทำวิจัย
- 3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่ทำงานอยู่ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 323 คน โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรครีนิที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Cochran,

W.G., 1953) และกำหนดสัดส่วนประชากร โดยใช้เกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 30 (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ที่สามารถยอมรับได้ และการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ทั้งนี้สามารถหาขนาดกลุ่มตัวอย่างการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรจากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad n &= \frac{P(1-P)Z^2}{d^2} \\ \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{0.3(1-0.3)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ n &= 322.6944 \approx 323 \end{aligned}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม แทนค่าด้วย 0.3

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดที่ร้อยละ 95 แทนค่าด้วย 1.96

d คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ที่ร้อยละ 5 แทนค่าด้วย 0.05

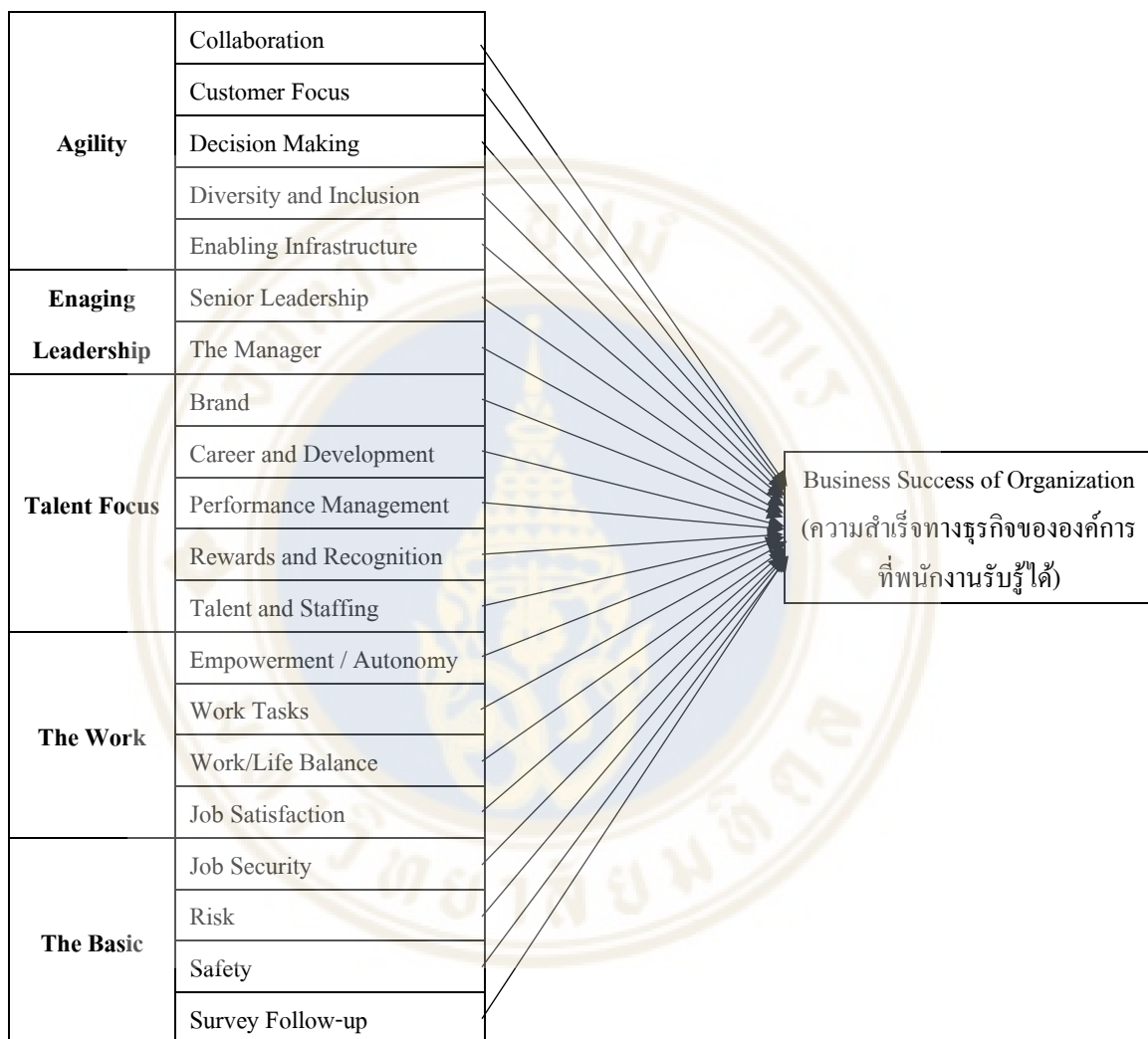
สรุปว่า สัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างน้อย 323 คน

3.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย มีกรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษาดังภาพที่ 3.1

Independent Variables

Dependent Variable



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย

ที่มา: Kincentric's Model of Employee Engagement (2019)

3.3 สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย

จากภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยข้างต้น สามารถอธิบายสมมติฐานได้ดังนี้

H₁: ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₂: ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₃: ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₄: ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₅: ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₆: ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₇: ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₈: ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₉: ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₀: ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₁: ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₂: ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร (Talent and Staffing) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₃: ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₄: ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₅: ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₆: ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₇: ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₈: ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₉: ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₂₀: ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

3.4 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการศึกษางานวิจัยครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลแยกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

จากการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง คือ พนักงานของบริษัทระดับโลกในประเทศไทย จำนวน 348 คน เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2564 ถึง 9 เมษายน 2564 โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (อ้างอิงตามภาคผนวก ก) และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science: SPSS)

3.4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.5 ระยะเวลาในการทำวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการจัดเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ใช้ระยะเวลาประมาณ 24 วัน ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2564 ถึง 9 เมษายน 2564

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric (2019) แบบสอบถาม

นี้ได้มีการดัดแปลงมาจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการสำรวจความผูกพันของพนักงานกลุ่มบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่ได้ดัดแปลงแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานภายใต้ลิขสิทธิ์ © Kincentric (2019) มาประยุกต์ใช้ (อ้างอิงตามภาคผนวก ก) รายละเอียดในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงานในองค์กร ระดับตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามประเภทเลือกตอบ (Checklist) แบ่งการใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศและสถานภาพ และข้อมูลประเภทเรียงอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงานในองค์กร ระดับตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่มี 23 ปัจจัย รวมทั้งสิ้น 72 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) ซึ่งลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นเชิงบวกและเชิงลบ ให้ตอบลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 2

ระดับความคิดเห็น	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5
ไม่เห็นด้วย	2	4
เฉยๆ (ปานกลาง)	3	3
เห็นด้วย	4	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1

การให้คะแนน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ข้อความเชิงบวก จำนวน 61 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 42, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71 และ 72

กลุ่มที่ 2 ข้อความเชิงลบ จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อ 14, 24, 31, 36, 41, 43, 48, 52, 57, 60 และ 65

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ จำนวน 8 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) ซึ่งลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นเชิงบวกทั้งหมด ให้ตอบลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามส่วนที่ 3

ระดับความคิดเห็น	ข้อความเชิงบวก
แย่กว่ามาก	1
แย่กว่า	2
เฉยๆ (ปานกลาง)	3
ดีกว่า	4
ดีกว่ามาก	5

การแปลผล (Interpretation) ของค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูล มีสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละช่วงและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (พิมพา หิรัญกิตติ, 2552) ดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}}$$

$$\text{แทนค่า} \quad \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 2

ช่วงชั้น	คำอธิบายสำหรับแปรผล
1.00 – 1.80	ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	ระดับความเห็นด้วยน้อย
2.61 – 3.40	ระดับความเห็นด้วยปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับความเห็นด้วยมาก
4.21 – 5.00	ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ มีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์การแปรผลข้อมูลส่วนที่ 3

ช่วงชั้น	คำอธิบายสำหรับแปรผล
1.00 – 1.80	ระดับแย่กว่ามากที่สุด
1.81 – 2.60	ระดับแย่กว่า
2.61 – 3.40	ระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับดีกว่า
4.21 – 5.00	ระดับดีกว่ามากที่สุด

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย เพื่อนำมาประมวลผล วิเคราะห์ผล และให้การวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

3.7.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง คือ พนักงานของบริษัทระดับโลกในประเทศไทย จำนวน 348 คน เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2564 ถึง 9 เมษายน 2564 โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (อ้างอิงตามภาคผนวก ก) ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science: SPSS)

3.7.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการ บทความทางวิชาการ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เมื่อนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาลงรหัสบันทึก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science: SPSS) ตามลักษณะของตัวแปรต่างๆ แปรผลวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

3.8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ในองค์กร ระดับตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรและความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Reliability) การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ (Correlations) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) โดยการกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย จากการใช้แบบสอบถามจำนวน 348 ชุด ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ผล เพื่อตอบวัตถุประสงค์และผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยจะวิเคราะห์ผลของข้อมูลตามลำดับดังนี้

4.1 ด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	133	38.22
หญิง	215	61.78
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งออกเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.22 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.78

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 25 ปี	20	5.75
25 – 34 ปี	183	52.59
35 – 44 ปี	117	33.62
45 – 54 ปี	25	7.18
ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	3	0.86
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 – 34 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.59 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.62 ช่วงอายุ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.18 ช่วงอายุ 20 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.75 และช่วงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	280	80.46
สมรส	68	19.54
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80.46 และสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 19.54

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับปริญญาตรี	188	54.02
ระดับปริญญาโท	158	45.40
ระดับปริญญาเอก	2	0.57
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.02 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 45.40 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน

อายุการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	23	6.61
1 – 5 ปี	158	45.40
6 – 10 ปี	107	30.75
11 – 15 ปี	45	12.93
ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป	15	4.31
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการทำงานในช่วง 1 – 5 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.40 รองลงมาคือ อายุการทำงาน 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.75 อายุการทำงาน 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.93 อายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.61 และอายุการทำงานตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ระดับตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้บริหารระดับกลาง	13	3.74
ผู้บริหารระดับต้น	48	13.79
พนักงานอาวุโส	55	15.80
พนักงานทั่วไป	232	66.67
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับตำแหน่งงานเป็นพนักงานทั่วไป มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ พนักงานอาวุโส คิดเป็นร้อยละ 15.80 ผู้บริหารระดับต้น คิดเป็นร้อยละ 13.79 และผู้บริหารระดับกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30,000 บาท	44	12.64
30,000 – 60,000 บาท	115	33.05
60,001 – 90,000 บาท	79	22.70
90,001 – 120,000 บาท	51	14.66
120,001 – 150,000 บาท	26	7.47
150,001 บาทขึ้นไป	33	9.48
รวม	348	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 60,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.05 รองลงมาคือ รายได้ 60,001 – 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.70 รายได้ 90,001 – 120,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.66 รายได้น้อยกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.64 รายได้ 150,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.48 และรายได้ 120,001 – 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.47 ตามลำดับ

4.2 ด้านความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

การวิเคราะห์ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง ตามแนวคิด Employee Engagement ของ Kincentric ทั้งหมด 20 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration) 2. ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) 3. ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making) 4. ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) 5. ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure) 6. ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) 7. ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager) 8. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) 9. ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนา ในสายอาชีพ (Career and Development) 10. ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management) 11. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition) 12. ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร (Talent and Staffing) 13. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy) 14. ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks) 15. ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) 16. ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) 17. ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security) 18. ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk) 19. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และ 20. ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) โดยจะแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการแปรผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.8 – 4.28 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านไม่ลังเลที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาสมัครงานที่องค์กรนี้	3.52	0.749	มาก
2. เมื่อมีโอกาส ท่านจะบอกให้ผู้อื่นฟังถึงเรื่องราวดี ๆ ของการทำงานในองค์กรนี้	4.21	0.902	มากที่สุด
3. ท่านต้องคิดหนักหากจะลาออกจากองค์กร	3.90	0.717	มาก
4. ท่านแทบไม่เคยคิดลาออกจากองค์กรเพื่อไปทำงานที่อื่น	2.91	0.795	ปานกลาง
5. ท่านรู้สึกอยากทำงานให้ดีที่สุดในทุกวันเพื่อองค์กร	4.18	0.725	มาก
6. องค์กรสร้างแรงจูงใจให้ท่านทุ่มเททำงานให้ดีกว่าการทำงานตามหน้าที่ปกติ	3.69	0.753	มาก
ภาพรวม	3.74	0.894	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.74, S.D. = 0.894) ประกอบด้วย Say, Stay, Strive

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration)

ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ในองค์กรมีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.93	0.736	มาก
2. ท่านไม่รับรู้ถึงความไว้วางใจและความเคารพซึ่งกันและกันในที่ทำงาน	3.65	0.920	มาก
3. ความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อนร่วมงานเพิ่มโอกาสที่จะทำให้ท่านอยู่ทำงานที่องค์กรนี้ต่อไป	4.14	0.722	มาก
ภาพรวม	3.90	0.822	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงานที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.90, S.D. = 0.822)

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)

ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. พวกเราสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม	3.57	0.660	มาก
2. ท่านไม่กล้าที่จะคิดริเริ่มและให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงบริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้าภายนอก	3.71	0.803	มาก
3. ท่านได้รับการส่งเสริมให้นำมุมมองและความต้องการของลูกค้ามาใช้ในการทำงาน	3.54	0.717	มาก
4. สาขาของท่านมีการเน้นย้ำเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า	3.73	0.779	มาก
ภาพรวม	3.64	0.746	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้าที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.64, S.D. = 0.746)

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)

ปัจจัยด้านการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. องค์กรของท่านมีการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	3.67	0.672	มาก
2. การตัดสินใจในงานขององค์กรได้ผลลัพธ์ตรงตามความคิดเห็นและความต้องการของท่านอยู่เสมอ	3.33	0.619	ปานกลาง
ภาพรวม	3.50	0.668	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.50, S.D. = 0.668)

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion)

ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. พนักงานแต่ละช่วงอายุ (Generation) ในองค์กรเคารพในความแตกต่างของกันและกัน ทั้งในด้านการศึกษา ประสบการณ์ ความคิด วิธีการทำงาน และมุมมอง	4.15	0.776	มาก
2. รูปแบบและวิธีการทำงานที่แตกต่างได้รับการสนับสนุนอย่างเปิดกว้าง	4.01	0.755	มาก
ภาพรวม	4.08	0.768	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลาย และการรวมกลุ่มที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.768)

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure)

ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. องค์กรไม่ได้ใส่ใจในการพัฒนากระบวนการทำงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง	3.84	0.753	มาก
2. องค์กรสามารถดำเนินการจัดสรรทรัพยากร (บุคลากร เงินทุน ระบบ) ที่ใช้สนับสนุนความคิดริเริ่มที่จะผลักดันความสำเร็จขององค์กรในอนาคตได้อย่างรวดเร็ว	3.45	0.713	มาก
3. องค์กรให้การสนับสนุนท่านในการคิดหาแนวทางใหม่ๆหรือวิธีการที่ดีขึ้นมาใช้ในการทำงาน เพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จมากขึ้น	3.52	0.698	มาก
4. กระบวนการทำงานในปัจจุบัน (เช่น การตั้งเป้าหมายและลำดับความสำคัญ การวางแผนโครงการ และการตรวจสอบคุณภาพ) ช่วยให้คุณสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.52	0.685	มาก
ภาพรวม	3.58	0.728	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงานที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.58, S.D. = 0.728)

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership)

ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ผู้บริหารระดับสูงมีการสื่อสารอย่างเปิดกว้างและตรงไปตรงมา	3.61	0.780	มาก
2. ผู้บริหารระดับสูงไม่ปฏิบัติกับพนักงานเสมือนทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดขององค์กร	3.82	0.875	มาก
3. ผู้บริหารระดับสูงให้ทิศทางการดำเนินงานในอนาคตที่ชัดเจน	3.66	0.774	มาก
4. ผู้บริหารระดับสูงวางตัวให้พนักงานเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม	3.59	0.779	มาก
5. ผู้บริหารระดับสูงสามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้ดี	3.64	0.680	มาก
6. ผู้บริหารระดับสูงทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจและพร้อมเดินไปกับทิศทางในอนาคตขององค์กร	3.76	0.740	มาก
7. การดำเนินการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ได้รับการจัดการเป็นอย่างดีและช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.73	0.741	มาก
ภาพรวม	3.69	0.772	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูงที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.69, S.D. = 0.772)

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager)

ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านมีการตั้งเป้าหมายและความคาดหวังที่ชัดเจนกับท่าน	3.78	0.731	มาก
2. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านเปิดใจรับฟังความคิดเห็นและสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา	3.78	0.833	มาก
3. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนในทีมอย่างไม่เป็นธรรม	3.97	0.961	มาก
4. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือที่จำเป็นเพื่อให้ท่านทำงานสำเร็จลุล่วง	3.94	0.699	มาก
5. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่เคารพความแตกต่างของแต่ละบุคคล	4.11	0.833	มาก
6. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดหานวัตกรรมหรือวิธีการใหม่ๆ ในการปรับปรุงการทำงานดีขึ้น	3.90	0.847	มาก
7. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานตลอดปีเพื่อให้ท่านสามารถพัฒนาผลการการทำงาน	3.94	0.788	มาก
8. หัวหน้างาน โดยตรงของท่านสนับสนุนความต้องการของท่านในการสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว	4.03	0.906	มาก
ภาพรวม	3.93	0.834	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรงที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.93, S.D. = 0.834)

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand)

ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้	3.95	0.640	มาก
2. ท่านเห็นว่าองค์กรมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีในระดับโลก	4.17	0.896	มาก
3. องค์กรนี้เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.69	0.757	มาก
4. องค์กรทำตามคำมั่นสัญญาที่ให้กับพนักงาน	3.45	0.700	มาก
5. องค์กรนี้เป็นหนึ่งในองค์กรที่น่าทำงานสำหรับคนที่มีความสามารถและประสบการณ์เหมือนท่าน	3.91	0.698	มาก
6. ท่านสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนถึงสิ่งที่ทำให้การทำงานที่นี่แตกต่างไปจากองค์กรอื่นๆ	3.86	0.736	มาก
ภาพรวม	3.84	0.774	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.84, S.D. = 0.774)

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development)

ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนา ในสายอาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผลระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพการงานที่องค์กร แห่งนี้	3.85	0.793	มาก
2. องค์กรให้โอกาสความก้าวหน้าในการทำงานแก่ พนักงานที่มีผลงานดี	4.00	0.724	มาก
3. องค์กรไม่มีการสนับสนุนการเรียนรู้และการ พัฒนาพนักงานอย่างจริงจัง	3.86	0.867	มาก
4. องค์กรให้โอกาสท่านทำงานที่ได้ฝึกฝนทักษะ ใหม่ๆอย่างสม่ำเสมอ	3.86	0.757	มาก
5. การฝึกอบรมที่ท่านได้รับมีประโยชน์และสามารถ นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง	4.21	0.828	มากที่สุด
ภาพรวม	3.96	0.806	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.96, S.D. = 0.806)

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management)

ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. องค์กรมีวิธีการประเมินผลงานที่ทำให้ท่านมุ่งมั่นทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างเต็มความสามารถ	3.82	0.667	มาก
2. องค์กรมีวิธีการประเมินผลงานที่ช่วยให้ท่านทราบสิ่งที่ดี (จุดแข็ง) และสิ่งที่ควรพัฒนา	3.66	0.733	มาก
3. ท่านไม่เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายในงานของท่านกับเป้าหมายขององค์กร	3.74	0.794	มาก
ภาพรวม	3.74	0.735	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงานที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.74, S.D. = 0.735)

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition)

ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านได้รับการยกย่องชมเชยอย่างเหมาะสมจากความสำเร็จและความทุ่มเทของท่าน	3.56	0.630	มาก
2. ผลปฏิบัติงานของท่านส่งผลต่อค่าตอบแทนที่จะได้รับ	3.54	0.760	มาก
3. ท่านได้รับค่าตอบแทนที่ไม่เหมาะสมสอดคล้องกับความทุ่มเทที่ท่านทำเพื่อความสำเร็จขององค์กร	3.37	0.820	ปานกลาง
ภาพรวม	3.49	0.745	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.49, S.D. = 0.745)

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพ และบุคลากร (Talent and Staffing)

ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปรผลระดับ ความคิดเห็น
1. องค์กร ไม่มีการเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดีเหมาะสม	3.66	0.866	มาก
2. องค์กรสามารถรักษามูลค่าบุคลากรที่มีความสามารถตรงกับความต้องการขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ	3.47	0.794	มาก
3. องค์กรสามารถดึงดูดบุคลากรที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้	3.72	0.713	มาก
ภาพรวม	3.62	0.800	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากรที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.62, S.D. = 0.800)

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy)

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านสามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดด้วยตัวเองเพื่อให้งานสำเร็จ	4.20	0.654	มาก
2. ท่านมีส่วนร่วมและมีอำนาจในการตัดสินใจตามหน้าที่หรือโครงการที่ท่านรับผิดชอบ	4.03	0.711	มาก
3. ท่านลองทำสิ่งใหม่ๆหรือวิธีใหม่ๆแม้ว่ามันจะนำไปสู่ความผิดพลาดบ้างในบางกรณี	3.77	0.717	มาก
4. ท่านไม่สามารถแสดงมุมมองของตนเองหากมุมมองนั้นขัดแย้งกับหัวหน้างานโดยตรงของท่าน	3.65	0.957	มาก
ภาพรวม	3.91	0.798	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.91, S.D. = 0.798)

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks)

ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. งานของท่านมีความท้าทายและเปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าใช้ความรู้และความสามารถอย่างเต็มที่	3.92	0.699	มาก
2. ท่านและเพื่อนร่วมงานรู้สึกสนุกกับการทำงานที่นี่	4.23	0.907	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกว่าตนเองได้มีส่วนร่วมที่สำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ	3.77	0.653	มาก
4. ท่านได้ทำงานที่ตรงกับความสามารถและประสบการณ์	3.79	0.808	มาก
5. ท่านจำเป็นต้องอยู่ที่ทำงานเป็นเวลานานเพื่อถูกมองว่าเป็นคนขยัน	4.41	1.038	มากที่สุด
ภาพรวม	4.02	0.870	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.02, S.D. = 0.870)

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance)

ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านสามารถรักษาความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work Life Balance) ได้อย่างเหมาะสม	4.11	0.998	มาก
ภาพรวม	4.11	0.998	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11, S.D. = 0.998)

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)

ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. หน้าที่งานในความรับผิดชอบของท่านตรงตามความพึงพอใจของท่านทุกประการ	4.03	0.875	มาก
2. ท่านรู้สึกพึงพอใจในงานแม้ว่าจะได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้นหรือมีการเปลี่ยนแปลงไป	3.95	0.789	มาก
ภาพรวม	3.99	0.834	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในงานที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.99, S.D. = 0.834)

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security)

ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านแทบจะไม่เคยกังวลเกี่ยวกับการสูญเสียตำแหน่งหน้าที่การงาน	2.64	1.068	ปานกลาง
ภาพรวม	2.64	1.068	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมั่นคงในงานที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.64, S.D. = 1.068)

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk)

ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านแทบจะไม่เคยกังวลเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ในองค์กรที่จะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายของท่าน	2.80	0.898	ปานกลาง
ภาพรวม	2.80	0.898	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเสี่ยงในงานที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.80, S.D. = 0.898)

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. สถานที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (เช่น อาคารสำนักงาน โต๊ะทำงาน ความสว่างของห้องทำงาน อุณหภูมิในที่ทำงาน เป็นต้น) เหมาะสมและปลอดภัยกับลักษณะงานที่ท่านทำ	4.29	0.724	มากที่สุด
ภาพรวม	4.29	0.724	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.29, S.D. = 0.724)

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up)

ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. องค์กรมีการสำรวจติดตามเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของพนักงานในองค์กรอยู่เสมอ	3.26	0.753	ปานกลาง
ภาพรวม	3.26	0.753	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.26, S.D. = 0.753)

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.29	0.724	มากที่สุด
ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว	4.11	0.998	มาก
ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม	4.08	0.768	มาก
ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่	4.02	0.870	มาก
ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน	3.99	0.834	มาก
ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ	3.96	0.806	มาก
ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง	3.93	0.834	มาก
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ	3.91	0.798	มาก
ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน	3.90	0.822	มาก
ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์	3.84	0.774	มาก
ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน	3.74	0.735	มาก
ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง	3.69	0.772	มาก
ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	3.64	0.746	มาก
ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร	3.62	0.800	มาก
ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน	3.58	0.728	มาก
ปัจจัยด้านการตัดสินใจ	3.50	0.668	มาก
ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย	3.49	0.745	มาก
ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ	3.26	0.753	ปานกลาง
ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน	2.80	0.898	ปานกลาง
ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน	2.64	1.068	ปานกลาง
ภาพรวม	3.70	0.846	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.70, S.D. = 0.846) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.29, S.D. = 0.724)

4.3 ด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้

การวิเคราะห์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านพนักงาน (Talent) ด้านการดำเนินงาน (Operational) ด้านลูกค้า (Customers) และด้านการเงิน (Financial) ซึ่งจะใช้คำถามเพื่อวิเคราะห์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรแบบครอบคลุมทุกประเด็น ไม่ว่าจะเป็น ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ด้านพนักงาน เพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างาน (Talent, Colleague & Leader) ด้านความสามารถในการทำกำไร (Profit) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customers) ด้านความพึงพอใจของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุน (Shareholders & Investors) ด้านความพึงพอใจของคู่ค้า (Business Partners) ด้านความพึงพอใจของผู้ผลิตวัตถุดิบ (Suppliers) และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) โดยจะแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการแปรผลการวิเคราะห์ ตามตารางที่ 4.30 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (Business Success of Organization)

ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผลระดับความคิดเห็น
1. ท่านเปรียบเทียบชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) องค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.98	0.765	ดีกว่า

2. ท่านเปรียบเทียบพนักงาน เพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างาน (Talent, Colleague & Leader) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	4.09	0.869	ดีกว่า
3. ท่านเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไร (Profit) ขององค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.26	0.678	ปานกลาง
4. ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า (Customers) ต่อองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.74	0.660	ดีกว่า
5. ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุน (Shareholders & Investors) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.55	0.680	ดีกว่า
6. ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า (Business Partners) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.60	0.669	ดีกว่า
7. ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ผลิตวัตถุดิบ (Suppliers) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.60	0.678	ดีกว่า
8. ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร	3.49	0.677	ดีกว่า
ภาพรวม	3.66	0.755	ดีกว่า

จากตารางที่ 4.30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ มีภาพรวมอยู่ในระดับดีกว่า (Mean = 3.66, S.D. = 0.755) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรในด้านพนักงาน เพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างาน (Talent, Colleague & Leader) ในองค์กร อยู่ในระดับดีกว่า (Mean = 4.09, S.D. = 0.869)

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง (Reliability)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science: SPSS) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของข้อความที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรว่ามีความสอดคล้องกันและมีความน่าเชื่อถือระดับใด โดยมีเกณฑ์การพิจารณาการประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของครอนบาช (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) ตามตารางที่ 4.31 ดังนี้

ตารางที่ 4.31 เกณฑ์การแปรผลค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของครอนบาช (Cronbach's Alpha)

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาช (Cronbach's Alpha)	การแปลความหมายระดับความเที่ยง
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 0.5	ไม่สามารถยอมรับได้

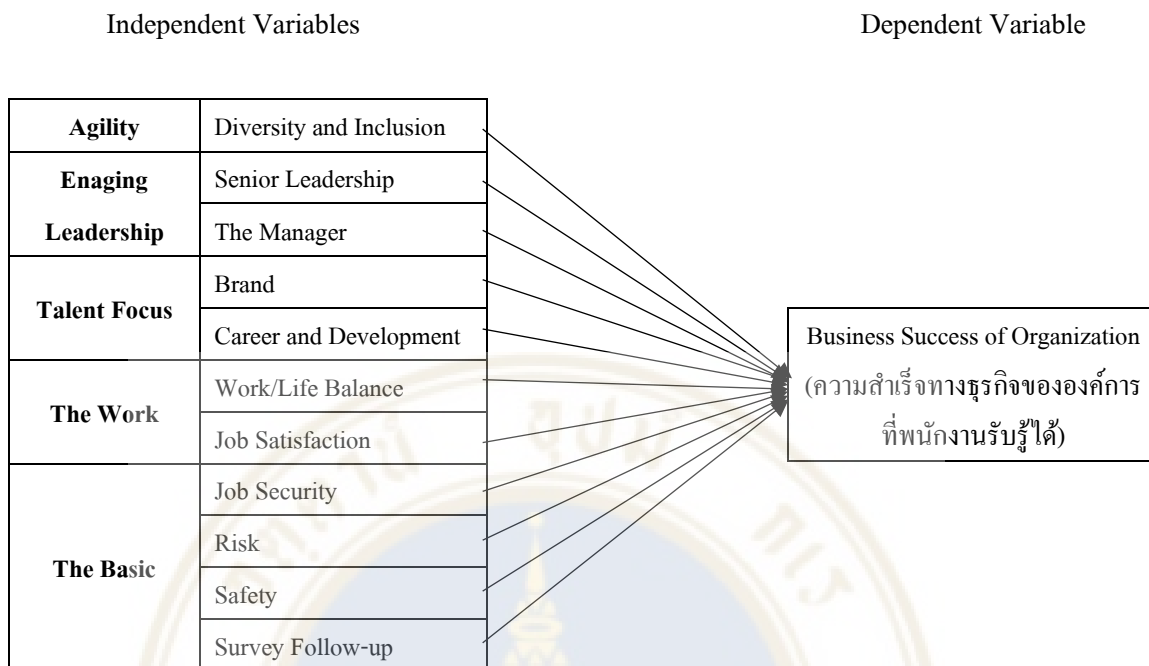
ซึ่งผลการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดหลังจากที่ทำการสำรวจแสดงค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของครอนบาช (Cronbach's Alpha) เป็นไปตามตารางที่ 4.32 โดยปกติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์จะยอมรับอยู่ที่ Cronbach's Alpha มากกว่า 0.7 ขึ้นไป ซึ่งยิ่งค่าดังกล่าวสูง ยิ่งมีความน่าเชื่อถือ (สรายุทธ กันหลง, 2555) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของcronbach (Cronbach's Alpha)

ปัจจัยตามแนวคิด Kincentric	Cronbach's Alpha
ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement)	0.778
1. ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration)	0.329
2. ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)	0.473
3. ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)	0.533
4. ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion)	0.716
5. ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure)	0.622
6. ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership)	0.791
7. ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager)	0.855
8. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand)	0.796
9. ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development)	0.761
10. ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management)	0.495
11. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition)	0.581
12. ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร (Talent and Staffing)	0.604
13. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy)	0.554
14. ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks)	0.673
15. ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance)	1.000

ปัจจัยตามแนวคิด Kincentric	Cronbach's Alpha
16. ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)	0.753
17. ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security)	1.000
18. ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk)	1.000
19. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)	1.000
20. ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up)	1.000
ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (Business Success of Organization)	0.860
ภาพรวม	0.954

จากตารางที่ 4.32 พบว่าค่า Cronbach's Alpha ของตัวแปรปัจจัยข้างต้นที่มีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป มีจำนวน 11 ตัวแปร คือ 1. ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) 2. ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) 3. ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน โดยตรง (The Manager) 4. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) 5. ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development) 6. ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) 7. ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) 8. ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security) 9. ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk) 10. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และ 11. ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) แสดงว่าข้อคำถามเกี่ยวกับตัวแปรปัจจัยดังกล่าวนี้ในแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (ความเชื่อมั่น) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจแบบสอบถามที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ตัวแปรปัจจัยอาจจะเกิดจากความคลาดเคลื่อนมากกว่า ทำให้ค่า Cronbach's Alpha น้อยกว่ามาตรฐาน ดังนั้นตัวแปรนั้นจึงไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือทำให้เกิดกรอบแนวคิดวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือจากกลุ่มตัวอย่างเป็นดังนี้



ภาพที่ 4.1 กรอบแนวคิดวิจัยที่ใช้ศึกษาปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ

ในการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานใหม่ภายหลังการทดสอบระดับความเชื่อมั่นและค่าสถิติสหสัมพันธ์ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กร (Business Success of Organization) เป็นดังนี้

H₄: ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₆: ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₇: ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₈: ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₉: ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₀: ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₁: ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₂: ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₃: ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₁₄: ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H₂₀: ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ในแนวคิดความผูกพันของพนักงาน ต่อองค์การส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์การที่พนักงานในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย รับรู้ได้

4.4.2 การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation Coefficient)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปร ปัจจัยตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์การของ Kincentric ของพนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์การที่พนักงานรับรู้ได้ทำให้ได้ปัจจัยที่มีผลสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือมากกว่า 0.7 มาใช้ในการวิเคราะห์ และจะแทนค่าตัวแปรด้วยสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.33 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าตัวแปร

สัญลักษณ์	แทนค่าตัวแปร
COL	ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration)
CUS	ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)
DEC	ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)
DAI	ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion)
EIF	ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure)
SLD	ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership)
MNG	ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน โดยตรง (The Manager)
BRA	ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand)
CAD	ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development)
PER	ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management)
RAR	ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition)

สัญลักษณ์	แทนค่าตัวแปร
TAS	ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร (Talent and Staffing)
EMP	ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy)
WOT	ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks)
WLB	ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance)
JSA	ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)
JSE	ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security)
RIS	ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk)
SAF	ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)
SUR	ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up)
BSO	ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (Business Success of Organization)

ผลการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ระหว่างข้อมูล โดยใช้การประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science: SPSS) เพื่อวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ตามตารางที่ 4.34 ด้วยสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

จากสมมติฐาน จะปฏิเสธสมมติหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้

	BRA	SLD	MNG	SUR	JSA	CAD	DAI	SAF	JSE	RIS	WLB	BSO
BRA	1											
SLD	.589**	1										
MNG	.296**	.387**	1									
SUR	.189**	.204**	.054	1								
JSA	.441**	.431**	.464**	.023	1							
CAD	.483**	.553**	.570**	.282**	.531**	1						
DAI	.488**	.546**	.480**	.063	.602**	.509**	1					
SAF	.457**	.376**	.292**	.031	.320**	.409**	.479**	1				
JSE	.001	-.051	.023	.485**	-.315**	-.023	-.127*	-.025	1			
RIS	-.068	-.057	.096	.290**	-.095	.008	-.051	-.030	.675**	1		
WLB	.223**	.306**	.355**	-.128*	.600**	.306**	.537**	.253**	-.194**	.068	1	
BSO	.566**	.535**	.353**	.249**	.491**	.493**	.514**	.409**	.009	.018	.440**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.34 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ของปัจจัยตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric 11 ปัจจัย มีเพียง 9 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (DAI) ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (SLD) ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (MNG) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (BRA) ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (CAD) ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (JSA) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (SAF) และปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (SUR) ที่มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) กล่าวคือ ปัจจัยทั้ง 9 มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ของพนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$

4.4.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 11 ปัจจัย ตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric กับตัวแปรตามด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ และจะใช้สัญลักษณ์ในการแทนค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.35 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์	แทนค่าสถิติ
R	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)
R Square	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient Determination)
B	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (คะแนนดิบ)
Beta	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเป็นรายองค์ประกอบ (Standard Solution)
t	ค่าสถิติทดสอบซึ่งมีการแจกแจงแบบ T-Test
Sig.	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
**	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 4.36 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.494	.36021

a. Predictors (Constant), WLB, RIS, BRA, SUR, MNG, SAF, SLD, JSA, CAD, DAI, JSE

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า R Square เท่ากับ 0.510 มีค่ามากกว่า 0.3 ซึ่งเป็นค่าเกณฑ์มาตรฐานทางสังคมศาสตร์ แสดงว่าสมการถดถอยสามารถทำนายความแปรปรวนได้ กล่าวคือปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ทั้ง 11 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (DAI) 2. ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (SLD) 3. ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (MNG) 4. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (BRA) 5. ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (CAD) 6. ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) 7. ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (JSA) 8. ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (JSE) 9. ปัจจัยด้านความเลื่อมใสในงาน (RIS) 10. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (SAF) และ 11. ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (SUR) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (BSO) โดยที่ตัวแปรต้นทั้ง 11 ปัจจัย สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของตัวแปรตามด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ คิดเป็นร้อยละ 51 (R Square = 0.510) ที่เหลืออีกร้อยละ 49 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ได้นำมาพิจารณา โดยมีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้านความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ (BSO)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.414	.195		2.121	.035
BRA	.260	.051	.268	5.109	.000
SLD	.132	.053	.134	2.483	.014
MNG	6.813E-5	.044	.000	.002	.999
SUR	.111	.033	.165	3.375	.001
JSA	.048	.042	.071	1.153	.250
CAD	.074	.051	.084	1.457	.146
DAI	.024	.044	.032	.553	.581
SAF	.065	.033	.092	1.983	.048
JSE	.021	.030	.045	.708	.480
RIS	-.024	.031	-.042	-.758	.449
WLB	.134	.027	.263	4.994	.000

a. Dependent Variable: BSO

จากตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ ด้วยสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่ไม่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

H_1 : ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

จากสมมติฐาน จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้มี 5 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (SLD) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 และค่าคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.132 กล่าวคือถ้าการเปลี่ยนแปลงด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้เพิ่มขึ้น 0.132 หน่วย

2. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (BRA) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และค่าคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.260 กล่าวคือถ้าการเปลี่ยนแปลงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้เพิ่มขึ้น 0.260 หน่วย

3. ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และค่าคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.134 กล่าวคือถ้าการเปลี่ยนแปลงด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้เพิ่มขึ้น 0.134 หน่วย

4. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (SAF) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 และค่าคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.065 กล่าวคือถ้าการเปลี่ยนแปลงด้านความปลอดภัย (Safety) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้เพิ่มขึ้น 0.065 หน่วย

5. ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (SUR) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 และค่าคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.111 กล่าวคือถ้าการเปลี่ยนแปลงด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้เพิ่มขึ้น 0.111 หน่วย

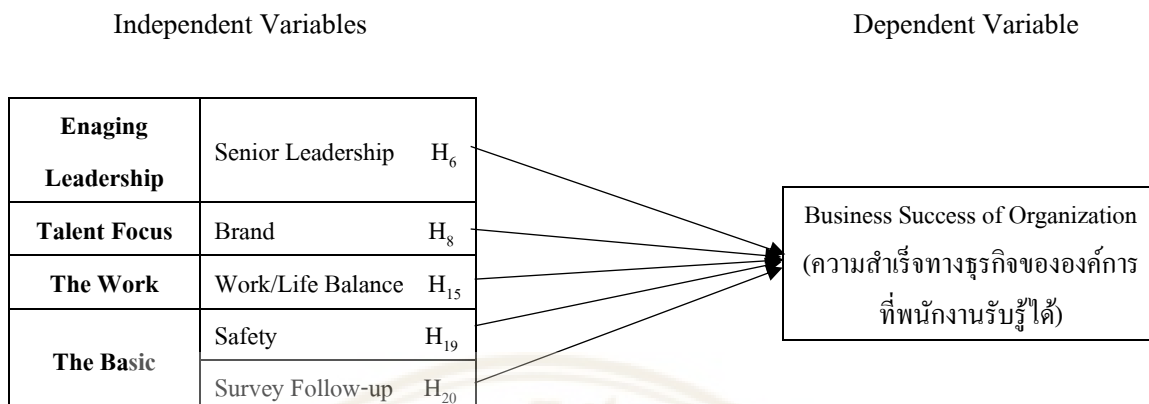
สามารถเขียนสมการการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ดังนี้

$$BSO = 0.414 + 0.132(SLD) + 0.260(BRA) + 0.134(WLB) + 0.065(SAF) + 0.111(SUR)$$

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ทั้ง 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อ H_6 , H_8 , H_{15} , H_{19} และ H_{20}

ในขณะที่การทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่ไม่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้มี 6 ปัจจัย สำหรับปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ส่วนที่เหลืออีก 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager) ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development) ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security) และปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อ H_4 , H_7 , H_9 , H_{16} , H_{17} และ H_{18}

จากข้อสรุปดังกล่าวสามารถสรุปปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.2 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้

ตารางที่ 4.38 สรุปผลสมมติฐานปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

สมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₄ : ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion)	ปฏิเสธ
H ₆ : ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership)	ยอมรับ
H ₇ : ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน โดยตรง (The Manager)	ปฏิเสธ
H ₈ : ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand)	ยอมรับ
H ₉ : ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development)	ปฏิเสธ
H ₁₅ : ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance)	ยอมรับ
H ₁₆ : ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)	ปฏิเสธ
H ₁₇ : ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security)	ปฏิเสธ
H ₁₈ : ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk)	ปฏิเสธ
H ₁₉ : ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)	ยอมรับ
H ₂₀ : ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up)	ยอมรับ

จากตารางที่ 4.38 สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ทั้ง 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ปัจจัยด้านชื่อเสียง และภาพลักษณ์ (Brand) ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้อ H_6 , H_8 , H_{15} , H_{19} และ H_{20}



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้

ขอบเขตการวิจัยด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นพนักงานที่ทำงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทย จำนวน 348 คน โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Cochran, W.G., 1953) และการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยตัวแปรอิสระจากแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric จำนวน 20 ปัจจัย และตัวแปรตามคือ ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ และขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ทั้งสิ้น 24 วัน ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม ถึง 9 เมษายน 2564 จากนั้นนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์หาข้อมูลทางสถิติ (Statistical Package for the Social Science) ในช่วงเดือนเมษายน 2564

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี มีอายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน 1 – 5 ปี ระดับตำแหน่งงานเป็นพนักงานทั่วไป และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,000 – 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.70, S.D. = 0.846) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรสูงสุด คือ ปัจจัยด้านปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) (Mean = 4.29, S.D. = 0.724) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) และปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ มีภาพรวมอยู่ในระดับดีกว่า (Mean = 3.66, S.D. = 0.755) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรสูงสุด คือ ด้านพนักงาน เพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างานในองค์กร (Talent, Colleague & Leader) (Mean = 4.09, S.D. = 0.869)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Coefficient of Reliability)

กลุ่มตัวอย่างมีค่าความเชื่อมั่น โดยแยกตามปัจจัยตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric ที่อยู่ในระดับยอมรับได้คือมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 11 ตัวแปร คือ 1. ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) 2. ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) 3. ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager) 4. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) 5. ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development) 6. ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) 7. ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) 8. ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security) 9. ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk) 10. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และ 11. ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรทั้ง 11 ปัจจัยนี้มาทดสอบสมมติฐาน

5.2.2 ผลการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric กับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้ ผลการทดสอบพบว่า มี 9 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion) ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development) ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ของพนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$ ซึ่งมีปัจจัยที่สอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศไทย 2 งานวิจัย คือ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ชัมมิต แหลมฉบั๋ง โอโต บอดี เวิร์ค จำกัด (อนรรดี ฤทัยธรรม และรสิตา ตั้งขันธ์บุญนาท, 2563) อยู่ 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำงาน (Safety) และปัจจัยด้านการพัฒนาศักยภาพพนักงาน (Career and Development) โดยที่ปัจจัยข้างต้นส่งผลต่อระดับความผูกพันทางด้านการปฏิบัติงานอย่างสุดความสามารถเพื่อให้งานสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัย การศึกษาคุณลักษณะของงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (วิษุฒดา เพียรเสมอ และประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ, 2563) อยู่ 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safety) ปัจจัยความสมดุลในชีวิตงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) และปัจจัยการพัฒนาความสามารถของบุคคล (Career and Development)

สอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศ 3 งานวิจัย คือ The Study on a Conceptualization and an Operationalization of the Construct of Employee Engagement (Anuradha Iddagoda, P. Opatha and Kennedy Gunawardana, 2016) อยู่ 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) และสอดคล้องกับงานวิจัย The Study on Proposal to Improve Employee Engagement in PT Maju Sentosa by AON Hewitt Model and Mercer Model (Stephanie and Aurik Gustomo, 2015) อยู่ 3 ปัจจัย ได้แก่

ความ ปังจ้ยด้านความปลอดภัย (Safety) ปังจ้ยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand & Reputation) และ ปังจ้ยด้านโอกาสการเรียนรู้และการพัฒนาในสายอาชีพ (Learning and Development) และสอดคล้องกับงานวิจัย The Study on Employee Engagement: Key to Organizational Success (Tejaswi Bhuvanaiah and R. P. Raya, 2014) อยู่ 2 ปังจ้ย ได้แก่ การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานเชิงบวกและสนับสนุนสุขภาพ ความปลอดภัย (Supportive Safety & Healthy Work Environment) และ ปังจ้ยด้านการติดตามผลสำรวจ (Continuous Monitoring)

5.2.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression)

การพยากรณ์ความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้ พบว่ามีปังจ้ยที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์จำนวน 5 ปังจ้ยคือ ปังจ้ยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ปังจ้ยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ปังจ้ยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ปังจ้ยด้านความปลอดภัย (Safety) และ ปังจ้ยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในบริษัทระดับโลกนั้นมีความสำคัญอย่างมากเพื่อที่จะให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรจนส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กร โดยเริ่มจากการสร้างภาพลักษณ์ของตัวองค์กรเองให้เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงในทางที่ดี ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีในระดับโลก สร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานที่ได้เข้ามาทำงานในองค์กร เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่โดดเด่น ทำตามคำมั่นสัญญาที่ให้กับพนักงาน และเป็นองค์กรที่สามารถบอกได้ว่ามีการทำงานที่แตกต่างไปจากองค์กรอื่นๆ โดยมีผู้บริหารหรือผู้นำระดับสูงขององค์กรที่มีการสื่อสารอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมา ให้ทิศทางการทำงานในอนาคตที่ชัดเจนทำให้พนักงานรู้สึกมั่นใจและพร้อมเดินไปกับทิศทางในอนาคตขององค์กร พร้อมทั้งวางตัวให้พนักงานเข้าถึงได้อย่างเหมาะสมและปฏิบัติกับพนักงานเสมือนทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดขององค์กร รวมไปถึงองค์กรจะต้องพยายามทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work Life Balance) ของพนักงานให้ได้เหมาะสม ให้พนักงานรู้สึกผ่อนคลายไม่เครียดจนเกินไปในสถานที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวก

(เช่น อาคารสำนักงาน โต๊ะทำงาน ความสว่างของห้องทำงาน อุณหภูมิในที่ทำงาน เป็นต้น) มีความเหมาะสมและปลอดภัยอยู่เสมอ และที่สำคัญองค์กรจำเป็นต้องมีการสำรวจติดตามเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของพนักงานในองค์กรอยู่เสมอ เพื่อที่จะจัดหาความต้องการพื้นฐานสำหรับการทำงานนั้นให้กับพนักงานเพื่อที่จะให้เกิดความรู้สึกดี บรรยากาศการทำงานที่ดี การทำงานที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้ผลงานจากพนักงานมีคุณภาพดีเพิ่มขึ้น ส่งผลถึงความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ไปด้วยเช่นกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรตามแนวคิด Kincentric จำนวน 20 ปัจจัย กับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้ ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) แสดงให้เห็นว่ามี 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) และปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานบริษัทระดับโลกในประเทศไทยรับรู้ได้ ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 5 ที่มีโอกาสส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กร โดยมุ่งเน้นในการพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงปัจจัยดังกล่าวผ่านการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานภายในองค์กรที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่จะส่งผลต่อองค์กร นอกจากนี้องค์กรยังคงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนอื่นๆด้วยเช่นกัน เนื่องจากว่าทั้ง 20 ปัจจัยนั้นมีความสัมพันธ์และสามารถเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรได้ในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ไม่จำเป็นว่าการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นคำตอบที่ดีที่สุด ที่ถูกต้องที่สุด ดังนั้นความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรจะต้องเกิดจากการจัดหาปัจจัยต่างๆให้กับตัวพนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ส่งผลต่อการทำงานของพนักงานจนเกิดเป็นผลงานที่มีคุณภาพมีประสิทธิภาพประสิทธิผลเป็นความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรนั่นเอง

5.4 ข้อจำกัดการวิจัย

1. จากการวิจัยในครั้งนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างอาจยังไม่ครอบคลุมบริษัทระดับโลกในประเทศไทยทุกองค์กร เพราะเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในขณะที่บริษัทระดับโลกในประเทศไทยมีจำนวนมาก มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของพื้นที่ทำงานและขนาดขององค์กร

2. จากการวิจัยในครั้งนี้ ปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric อาจไม่สามารถเป็นตัวแปรหรือมาตรฐานการใช้เป็นเกณฑ์การวัดในองค์กรประเภทอื่นๆ ได้ เนื่องจากปัจจัยความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัตน์และตามประเภทของธุรกิจองค์กร

5.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาให้มีจำนวนมากขึ้น ทำให้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามครอบคลุมบริษัทระดับโลกในประเทศไทยมากที่สุด และเพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างสามารถเป็นตัวแทนข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้อย่างเหมาะสม

2. ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในงานวิจัย โดยใช้เครื่องมือเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์ มีเหตุผลสนับสนุน และมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3. ควรทำการศึกษาปัจจัยในแบบระยะยาว (Longitudinal) เพื่อสังเกตและศึกษาปัจจัยดังกล่าวในระยะยาวให้เห็นถึงความแตกต่าง การเปลี่ยนแปลงของข้อมูลทางด้านความคิดเห็นหรือทัศนคติ จนได้ผลการศึกษาที่มีความแม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

4. ควรทำการศึกษาและเก็บข้อมูลในบริษัทหรือองค์กรไทย หรือกลุ่มธุรกิจองค์กรอื่นๆ เพื่อศึกษาปัจจัยตามแนวคิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของ Kincentric ทั้ง 20 ปัจจัย กับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้ และเห็นความเหมือนหรือแตกต่างของข้อมูลผลการศึกษาที่ออกมาเพื่อนำไปปรับใช้กับรูปแบบหรือประเภทขององค์กรได้ถูกต้อง

บรรณานุกรม

- Adelina Chelniciuc. (2010). *Employee Engagement Index*. Retrieved 17 January 2021, from <https://www.performancemagazine.org/employee-engagement-index/>
- Anuradha Iddagoda, P. Opatha and Kennedy Gunawardana. (2016). *The Study on a Conceptualization and an Operationalization of the Construct of Employee Engagement*. *Journal for International Business Research*.
- Aon Hewitt. (2015). *Aon Hewitt's Model of Employee Engagement*. Retrieved 17 January 2021, from <https://www.aonhewitt.co.nz/getattachment/77046028-9992-4d77-868-a32fbf622fec6/file>
- Aon Hewitt. (2018). *How Is Global Uncertainty Impacting Employee Engagement Levels?*. Retrieved 17 January 2021, from <https://www.aon.com/engagement17/index.jsp>
- Bhavesh Jha and Aman Kumar. (2016). *Employee Engagement: A Strategic Tool to Enhance Performance*. *Journal for Contemporary Research in Management*.
- Chayanan Kerdpitak and Kittisak Jermstittiparsert. (2020). *The Impact of Human Resource Management Practices on Competitive Advantage: Mediating Role of Employee Engagement in Thailand*. *Article in Systematic Reviews in Pharmacy*.
- EvVefy. (2553). *ประเภทของธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2563, จาก http://evesocute.blogspot.com/2010/01/blog-post_2741.html
- Kincentric. (2020). *Culture & Employee Engagement*. Retrieved 17 January 2021, from <https://www.kincentric.com/culture-and-engagement>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kincentric. (2020). *Culture & Employee Engagement*. Retrieved 17 January 2021, from <https://www.kincentric.com/culture-and-engagement>
- Lumen Candela. (Unknown). *The Global Corporation*. Retrieved 17 January 2021, from <https://courses.lumenlearning.com/boundless-management/chapter/the-global-corporation>
- Nicky LaMarco. (2018). *What Is a Global Corporation?*. Retrieved 17 January 2021, from <https://smallbusiness.chron.com/global-corporation-63267.html>
- Parima Spd. (2019). *Employee Engagement 101 for Startup #BKKSTW19*. Retrieved 17 January 2021, from <https://priwziest.medium.com/สรุปเนื้อหา-employee-engagement-101-for-startup-bkkstw19-2830139287f7>
- Sapna Popli and Irfan A. Rizvi. (2016). *The Study on Drivers of Employee Engagement: The Role of Leadership Style*. Retrieved 17 January 2021, from <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0972150916645701>
- Stephanie and Aurik Gustomo. (2015). *Proposal to Improve Employee Engagement in PT Maju Sentosa by AON Hewitt Model and Mercer Model*. Journal for Procedia – Social and Behavioral Sciences.
- Tejaswi Bhuvanaiah and R. P. Raya. (2014). *Employee Engagement: Key to Organizational Success*. SCMS Journal of Indian Management.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Zach Lazzari. (2019). *Global Company Vs. a Multinational Company*. Retrieved 17 January 2021, from <https://smallbusiness.chron.com/differences-between-multidomestic-transnational-company-33807.html>

เจริญจิตร เสวตวานิชกุล จริญญา ปานเจริญ และ เอกพงศ์ กิตติสาร. (2561). *การสร้างความผูกพันของพนักงาน กรณีศึกษาโรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทย*. บทความวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ชัชวาล ดวงบุบผา. (2563). *บุพปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายของธนาคารออมสิน*. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ.

ชาญวุฒิ บุญชม. (2553) *ความผูกพันต่อองค์กร: ศึกษาเฉพาะกรณีบุคลากร โรงเรียนอิสลามสันติชน*. (ภาคนิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ชินโสณ วิไลฐุนิธิกษา และ อรวรรณ เปรมธีรวัฒน์ชัย. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไทย จูรอง เอ็นจิเนียริง จำกัด*. (ปริญญา นิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ชนิกานต์ กระแก้ว และ นุชกร วัชรศรีโรจน์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและความสุขในการทำงานของพนักงานในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค กรณีศึกษา: บริษัทจำกัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารรัชต์ภาคย์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จิตติมา ไชยะกุล และ แหวนเพชร ไชยะวง. (2563). *วัฒนธรรมองค์การและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษากลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว*. วารสารวิจัย มข. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับบัณฑิตศึกษา).
- ณิชชาพัชญ์ จินตนา. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานรายวัน กรณีศึกษา: บริษัท ทวินส์ สเปเชียล จำกัด. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ณัฐรัชต์ โกสสัยกานนท์ และ ศรีรัฐ โกวงศ์. (2563). *ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมวิทยาศาสตร์บริการ*. บทความวิชาการ กรมวิทยาศาสตร์บริการ.
- ณัฐพงษ์ สุวรรณรัตน์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษาการประปานครหลวง. (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยสยาม
- ณัฐมน เกษตรศิริ และ พีรพงษ์ พุศิริ. (2563). *กลยุทธ์ในการสร้างความผูกพันของพนักงานฝ่ายขาย บริษัทอินเทอร์เน็ต ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)*. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา.
- ธาดา ราชกิจ. (2562). *การมีส่วนร่วมและผูกพันของบุคลากร (Employee Engagement) มีความสำคัญอย่างไรกับองค์กร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2563, จาก <https://th.hrnote.asia/personnel-management/190722-employee-engagement/>
- นิตยา บ้านโก้. (2559). *ปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐศูนย์ฝึกพาณิชย์นาวี กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บรรณานุกรม (ต่อ)

นิเวศน์ ธรรมะ วัชรพงษ์ ตันท์พรชัย นัธวัฒน์ จางศิริ และ กรพินธุ์ พัฒนาการพนิช. (2563)

การวิเคราะห์ห้องปฏิบัติการเชิงสำรวจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร.

วารสารรังสิต บัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์.

บุญชนะ เมฆโต. (2560). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร และการ

ตั้งใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการกรณีศึกษาบริษัทผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์แห่งหนึ่ง.

วารสาร HROD.

บุษยามณี จันท์เจริญสุข. (2548). การรับรู้คุณภาพชีวิตกับความผูกพันองค์กร: ศึกษากรณีข้าราชการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). สถาบัน

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปิยฉัตร สีเหลือง และ เลิศชัย สุธรรมานนท์. (2563). ระดับความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษาสถาน

โทรทัศนคติจิต ABC. วารสารธุรกิจปริทัศน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

ประคัลภ์ ปัทมพลังกูร. (2555). *Employee Engagement* ทำให้ผลงานองค์กรดีขึ้นจริงหรือ. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 17 มกราคม 2563, จาก <https://prakal.com/2012/07/11/employee-engagement/>

ประคัลภ์ ปัทมพลังกูร. (2559). *เครื่องมือในการบริหารค่าตอบแทนโบนัส ค่าจ้างจูงใจผลงาน*. สืบค้น

เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2563, จาก <https://prakal.com/2016/11/16/>

พิชชากร จวงวานิชย์. (2560). อิทธิพลของช่วงอายุต่อความ สัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนรวมและความ

ผูกพันต่อองค์กรในวิชาชีพบัญชี. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารบัณฑิต).

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บรรณานุกรม (ต่อ)

พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล รัชฎวฤณ วัทโล และ วิลาสินี สุตประเสริฐ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ*

ผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด. วารสารวิชาการ

สังคมศาสตร์ เครือข่ายวิจัยประชาชน.

มนต์ชัย หาเรือนกิจ. (2563). *แรงจูงใจและความทุ่มเทของพนักงานต่อความผูกพันขององค์กร*

กรณีศึกษา: บริษัท รือควูล (ประเทศไทย) จำกัด. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

รักษรัศมิ วุฒิमानพ. (2555). *ลักษณะบุคคลและลักษณะงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร*

ของพนักงาน. (สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ลดาพร เอกพานิช ลัสดา ยาวิละ และ รัตนา สิทธิอ่วม. (2563). *พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร*

และความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายบริการ

มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

ลัดดาวัลย์ สำราญ โสรยา สุภาพล และ กมลรัตน์ รัชฎญเจริญ. (2563). *กลยุทธ์การบริหารทรัพยากร*

มนุษย์: การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)

สาขาอุทอง. วารสาร มจร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์.

ลลิตา จันทร์งาม. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน*

สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บรรณานุกรม (ต่อ)

วัชรพงษ์ อนันต์วรปัญญา. (2563). *คุณภาพชีวิตในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารของรัฐแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร*.

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น.

วิษณุดา เพ็ชรเสมอ และ ประพันธ์ ชัยกิจจوراใจ. (2563). *คุณลักษณะของงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วารุณพร เชื้อวณิชช์ และ ธรรมวิมล สุขเสริม. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา กลุ่มบริษัทผลิตน้ำแข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี*. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

วิทยา ธาตุบุรมย์ มณฑิรา ลีลาประชากุล และ นิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ.

วรภรณ์ กงจันทา และ ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจา. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

สมนญา แก้วกนิก และ ราเชนทร์ นพณัฐวงศกร. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ราชบุรีบูรณะ*. วารสารวิชาการธรรมทรทัศน์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศุภชัย รุ่งเจริญสุขศรี. (2559). ความผูกพันในองค์กร การพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพและความพึงพอใจในสวัสดิการพนักงาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศราวุธ โภชนะสมบัติ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากร สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์. (การค้นคว้าอิสระ). กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- ศิริวรรณ จันรจนา และ กฤษดา เขียรวัฒนสุข. (2563). คุณภาพชีวิตในการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ.
- ศศิธร แก้วศรี. (2561). แรงจูงใจในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานและการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุชาติ อุดลย์บุตร. (2561). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและลูกจ้างองค์การทหารผ่านศึก. วารสารเกษมบัณฑิต.
- สุดาพร กุณฺหฺลบุตร. (2558). *Introduction to International Marketing*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2563, จาก <http://203.158.98.12/chanongkorn/Inter-Marketing-2015-3-6-ch1.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). *สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนพฤศจิกายน 2563*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2563, จาก http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาแรงงาน/ภาวะการทำงานของประชากร/2563/Report_11_63.pdf
- สมจิตร จันท์เพ็ญ. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)*. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สวนีย์ แก้วมณี. (2549). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน*. วารสารการบริหารสำหรับนักบริหารงานบุคคลมีอาชีพ.
- สายสุนีย์ เกษม บุญยัง วิษณุหิมาชัย และ ชัชชัย สุวรรณรัตน์. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานโรงแรมเครือข่ายภายในประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ.
- อนรรดี ฤทัยธรรม และ รลิตา สังข์บุญนาถ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ชัมมิต แลนด์มอบิล โอโต บอดี เวิร์ค จำกัด*. วารสารรัชต์ภาคย์.
- อำพล ชะโยมชัย. (2562). *โมเดลเชิงสาเหตุของอิทธิพลความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานภาคเอกชนที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



“การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย”

หมายเหตุ: แบบสอบถามนี้ได้มีการดัดแปลงมาจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการสำรวจความผูกพันของพนักงานกลุ่มบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่ได้ดัดแปลงแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานภายใต้ลิขสิทธิ์ © Kincentric

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาทุนมนุษย์และการจัดการองค์กร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการที่จะศึกษาถึง “ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรตามแนวคิดของ Kincentric ในบริษัทระดับโลกในประเทศไทย” เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนสภาพความเป็นจริงและสามารถนำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยรวม จึงขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนตามความรู้สึกที่แท้จริง โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้จะถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น และข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลใดๆ และจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลในเชิงภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องให้ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้น

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. ช่วงอายุ

1) 20 – 25 ปี

2) 25 – 34 ปี

3) 35 – 44 ปี

4) 45 – 54 ปี

5) ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1) โสด

2) สมรส

3) แยกกันอยู่

4) หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่านในปัจจุบัน

1) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

2) ระดับปริญญาตรี

3) ระดับปริญญาโท

4) ระดับปริญญาเอก

5. อายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน

- 1) น้อยกว่า 1 ปี
- 2) 1 – 5 ปี
- 3) 6 – 10 ปี
- 4) 11 – 15 ปี
- 5) ตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป

6. ระดับตำแหน่งงานในงานในปัจจุบัน

- 1) ผู้บริหารระดับสูง
- 2) ผู้บริหารระดับกลาง
- 3) ผู้บริหารระดับต้น
- 4) พนักงานอาวุโส
- 5) พนักงานทั่วไป

7. รายได้ต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 30,000 บาท
- 2) 30,000 – 60,000 บาท
- 3) 60,001 – 90,000 บาท
- 4) 90,001 – 120,000 บาท
- 5) 120,001 – 150,000 บาท
- 6) 150,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

โปรดตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องให้ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้น โดยกำหนดระดับความคิดเห็นเป็นดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง เฉยๆ (ปานกลาง)

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

No.	โปรดระบุความคิดเห็นของท่านต่อข้อความต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
		1	2	3	4	5
ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร						
1.	ท่านต้องคิดหนักหากจะลาออกจากองค์กร					
2.	ท่านไม่ลังเลที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาสมัครงานที่องค์กรนี้					
3.	ท่านรู้สึกอยากทำงานให้ดีที่สุดในทุกวันเพื่อองค์กร					
4.	ท่านแทบไม่เคยคิดลาออกจากองค์กรเพื่อไปทำงานที่อื่น					
5.	เมื่อมีโอกาส ท่านจะบอกให้ผู้อื่นฟังถึงเรื่องราวดี ๆ ของการทำงานในองค์กรนี้					
6.	องค์กรสร้างแรงจูงใจให้ท่านทุ่มเททำงานให้ดีกว่าการทำงานตามหน้าที่ปกติ					
ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand)						
7.	ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้					
8.	ท่านเห็นว่าองค์กรมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีในระดับโลก					
9.	องค์กรนี้เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					
10.	องค์กรทำตามคำมั่นสัญญาที่ให้กับพนักงาน					
11.	องค์กรนี้เป็นหนึ่งในองค์กรที่น่าทำงานสำหรับคนที่มีความสามารถและประสบการณ์เหมือนท่าน					
12.	ท่านสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนถึงสิ่งที่ทำให้การทำงานที่นี่แตกต่างไปจากองค์กรอื่นๆ					
ปัจจัยด้านผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง (Senior Leadership)						
13.	ผู้บริหารระดับสูงมีการสื่อสารอย่างเปิดกว้างและตรงไปตรงมา					
14.	ผู้บริหารระดับสูงไม่ปฏิบัติกับพนักงานเสมือนทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด					

15.	ผู้บริหารระดับสูงให้ทิศทางการดำเนินงานในอนาคตที่ชัดเจน					
16.	ผู้บริหารระดับสูงวางตัวให้พนักงานเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม					
17.	ผู้บริหารระดับสูงสามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้ดี					
18.	ผู้บริหารระดับสูงทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจและพร้อมเดินไปกับทิศทางในอนาคตขององค์กร					
19.	การดำเนินการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ได้รับการจัดการเป็นอย่างดีและช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (Decision Making)						
20.	องค์กรของท่านมีการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ					
21.	การตัดสินใจในงานขององค์กรได้ผลลัพธ์ตรงตามความคิดเห็นและความต้องการของท่านอยู่เสมอ					
ปัจจัยด้านผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานโดยตรง (The Manager)						
22.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านมีการตั้งเป้าหมายและความคาดหวังที่ชัดเจนกับท่าน					
23.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านเปิดใจรับฟังความคิดเห็นและสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา					
24.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนในทีมอย่างไม่เป็นธรรม					
25.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือที่จำเป็นเพื่อให้ท่านทำงานสำเร็จดู่ง					
26.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่เคารพความแตกต่างของแต่ละบุคคล					
27.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านส่งเสริมให้ท่านคิดหานวัตกรรมหรือวิธีการใหม่ๆ ในการปรับปรุงการทำงานดีขึ้น					
28.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานตลอดปีเพื่อให้ท่านสามารถพัฒนาผลการทำงาน					

29.	หัวหน้างานโดยตรงของท่านสนับสนุนความต้องการของท่านในการสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว						
ปัจจัยด้านความร่วมมือในการทำงาน (Collaboration)							
30.	ในองค์กรมีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ						
31.	ท่านไม่รับรู้ถึงความไว้วางใจและความเคารพซึ่งกันและกันในที่ทำงาน						
32.	ความสัมพันธ์ของท่านกับเพื่อนร่วมงานเพิ่มโอกาสที่จะทำให้ท่านอยู่ทำงานที่องค์กรนี้ต่อไป						
ปัจจัยด้านความรับผิดชอบและอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment/Autonomy)							
33.	ท่านสามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดด้วยตัวเองเพื่อให้งานสำเร็จ						
34.	ท่านมีส่วนร่วมและมีอำนาจในการตัดสินใจตามหน้าที่หรือโครงการที่ท่านรับผิดชอบ						
35.	ท่านลองทำสิ่งใหม่ๆหรือวิธีใหม่ๆแม้ว่ามันจะนำไปสู่ความผิดพลาดบ้างในบางกรณี						
36.	ท่านไม่สามารถแสดงมุมมองของตนเองหากมุมมองนั้นขัดแย้งกับหัวหน้างานโดยตรงของท่าน						
ปัจจัยด้านลักษณะงานและการมอบหมายหน้าที่ (Work Tasks)							
37.	งานของท่านมีความท้าทายและเปิดโอกาสให้ท่านใช้ความรู้และความสามารถอย่างเต็มที่						
38.	ท่านและเพื่อนร่วมงานรู้สึกสนุกกับการทำงานที่นี่						
39.	ท่านรู้สึกว่าคุณเองได้มีส่วนร่วมที่สำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ						
40.	ท่านได้ทำงานที่ตรงกับความสามารถและประสบการณ์						
41.	ท่านจำเป็นต้องอยู่ที่ทำงานเป็นเวลานานเพื่อถูกมองว่าเป็นคนขยัน						
ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus)							
42.	พวกเราสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม						

43.	ท่าน <u>ไม่</u> กล้าที่จะคิดริเริ่มและให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงบริการที่คิดว่าแก่ลูกค้าภายนอก					
44.	ท่านได้รับการส่งเสริมให้นำมุมมองและความต้องการของลูกค้ามาใช้ในการทำงาน					
45.	สายงานของท่านมีการเน้นย้ำเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า					
ปัจจัยด้านการจัดการและผลการดำเนินงาน (Performance Management)						
46.	องค์กรมีวิธีการประเมินผลงานที่ทำให้ท่านมุ่งมั่นทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างเต็มความสามารถ					
47.	องค์กรมีวิธีการประเมินผลงานที่ช่วยให้ท่านทราบสิ่งที่ดี (จุดแข็ง) และสิ่งที่ควรพัฒนา					
48.	ท่าน <u>ไม่</u> เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายในงานของท่านกับเป้าหมายขององค์กร					
ปัจจัยด้านการติดตามผลสำรวจ (Survey Follow-up)						
49.	องค์กรมีการสำรวจติดตามเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของพนักงานในองค์กรอยู่เสมอ					
ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและการยกย่องชมเชย (Rewards and Recognition)						
50.	ท่านได้รับการยกย่องชมเชยอย่างเหมาะสมจากความสำเร็จและความทุ่มเทของท่าน					
51.	ผลปฏิบัติงานของท่านส่งผลต่อค่าตอบแทนที่จะได้รับ					
52.	ท่านได้รับค่าตอบแทนที่ <u>ไม่</u> เหมาะสมสอดคล้องกับความทุ่มเทที่ท่านทำเพื่อความสำเร็จขององค์กร					
ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)						
53.	หน้าที่งานในความรับผิดชอบของท่านตรงตามความพึงพอใจของท่านทุกประการ					
54.	ท่าน <u>รู้</u> สึกพึงพอใจในงานแม้ว่าจะได้รับมอบหมายเพิ่มขึ้นหรือมีการเปลี่ยนแปลงไป					

ปัจจัยด้านโอกาสก้าวหน้าและการพัฒนาในสายอาชีพ (Career and Development)						
55.	ท่านมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพการงานที่องค์กรแห่งนี้					
56.	องค์กรให้โอกาสความก้าวหน้าในการทำงานแก่พนักงานที่มีผลงานดี					
57.	องค์กรไม่มีการสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาพนักงานอย่างจริงจัง					
58.	องค์กรให้โอกาสท่านทำงานที่ได้ฝึกฝนทักษะใหม่ๆอย่างสม่ำเสมอ					
59.	การฝึกอบรมที่ท่านได้รับมีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง					
ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพและบุคลากร (Talent and Staffing)						
60.	องค์กรไม่มีการเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดีเหมาะสม					
61.	องค์กรสามารถรักษามูลค่าบุคลากรที่มีความสามารถตรงกับความต้องการขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ					
62.	องค์กรสามารถดึงดูดบุคลากรที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้					
ปัจจัยด้านความแตกต่างหลากหลายและการรวมกลุ่ม (Diversity and Inclusion)						
63.	พนักงานแต่ละช่วงอายุ (Generation) ในองค์กรเคารพในความแตกต่างของกันและกัน ทั้งในด้านการศึกษา ประสบการณ์ ความคิด วิธีการทำงาน และมุมมอง					
64.	รูปแบบและวิธีการทำงานที่แตกต่างได้รับการสนับสนุนอย่างเปิดกว้าง					
ปัจจัยด้านทรัพยากรและเครื่องมือในการทำงาน (Enabling Infrastructure)						
65.	องค์กรไม่ใส่ใจในการพัฒนากระบวนการทำงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง					

66.	องค์กรสามารถดำเนินการจัดสรรทรัพยากร (บุคลากร เงินทุน ระบบ) ที่ใช้สนับสนุนความคิดริเริ่มที่จะผลักดันความสำเร็จขององค์กรในอนาคตได้อย่างรวดเร็ว					
67.	องค์กรให้การสนับสนุนท่านในการคิดหาแนวทางใหม่ๆ หรือวิธีการที่ดีขึ้นมาใช้ในการทำงาน เพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จมากขึ้น					
68.	กระบวนการทำงานในปัจจุบัน (เช่น การตั้งเป้าหมายและลำดับความสำคัญ การวางแผน โครงการ และการตรวจสอบคุณภาพ) ช่วยให้คุณสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)						
69.	สถานที่ทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (เช่น อาคาร สำนักงาน โต๊ะทำงาน ความสว่างของห้องทำงาน อุณหภูมิในที่ทำงาน เป็นต้น) เหมาะสมและปลอดภัยกับลักษณะงานที่ท่านทำ					
ปัจจัยด้านความมั่นคงในงาน (Job Security)						
70.	ท่านแทบจะไม่เคยกังวลเกี่ยวกับการสูญเสียตำแหน่งหน้าที่การงาน					
ปัจจัยด้านความเสี่ยงในงาน (Risk)						
71.	ท่านแทบจะไม่เคยกังวลเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ในองค์กรที่จะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายของท่าน					
ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว (Work/Life Balance)						
72.	ท่านสามารถรักษาความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work Life Balance) ได้อย่างเหมาะสม					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กรที่พนักงานรับรู้ได้

โปรดตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องให้ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้น โดยกำหนดระดับความคิดเห็นเป็นดังนี้

ระดับ 1 หมายถึง แย่กว่ามาก

ระดับ 2 หมายถึง แย่กว่า

ระดับ 3 หมายถึง เฉยๆ (ปานกลาง)

ระดับ 4 หมายถึง ดีกว่า

ระดับ 5 หมายถึง ดีกว่ามาก

No.	โปรดระบุความคิดเห็นของท่านต่อข้อความต่อไปนี้	ระดับความคิดเห็น				
		1	2	3	4	5
1.	ท่านเปรียบเทียบชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Brand) องค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					
2.	ท่านเปรียบเทียบพนักงาน เพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างาน (Talent, Colleague & Leader) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					
3.	ท่านเปรียบเทียบความสามารถในการทำกำไร (Profit) ขององค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					
4.	ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า (Customers) ต่อองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					
5.	ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุน (Shareholders & Investors) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					
6.	ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า (Business Partners) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					

7.	ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ผลิตวัตถุดิบ (Suppliers) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					
8.	ท่านเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในองค์กรของท่านกับองค์กรคู่แข่งระดับโลกอย่างไร					

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

