

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน: กรณีศึกษา  
บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

พลิชฐ์ ศรีพชรภาส

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
พฤษภาคม 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

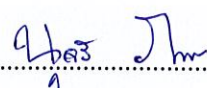
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ พลิชฐ์ ศรีพชรภาส ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ดร.นุจรี ภาคาสัตย์)


คณะกรรมการสอบปากเปล่า

  
..... ประธาน  
(ดร.นุจรี ภาคาสัตย์)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบอด)

  
..... กรรมการ  
(ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณค์)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน ..... พ.ศ. 2560

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ ด้วยความอนุเคราะห์อย่างสูงและความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.นุจรี ภาคาสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าให้ความกรุณาแนะนำแนวทางในการทำการงานนิพนธ์ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนให้คำปรึกษา และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ทำให้งานงานนิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงและขอขอบคุณพนักงานบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์เป็นอย่างดี และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาวิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงบิดามารดาที่ให้การอบรมเลี้ยงดูมาเป็นอย่างดี รวมทั้งให้การสนับสนุนการศึกษาโดยตลอดและคอยเป็นกำลังใจถามไถ่ทุกข์สุขด้วยความเอื้ออาทรเสมอมา และขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ และองค์ความรู้ในการศึกษา รวมถึงเพื่อน ๆ ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร ทุกคน สำหรับมิตรภาพที่ดี ความช่วยเหลือ และกำลังใจที่มีให้กันตลอดมา หากงานนิพนธ์ฉบับนี้มีคุณประโยชน์ประการใดผู้วิจัยขออุทิศให้กับผู้มีพระคุณทุกท่านตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

พลิชฐ์ ศรีเพชรภาส

57750125: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บธ.ม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: ปัจจัยทางจิตวิทยา/ การสร้างความผูกพันต่อองค์กร

พลิชฐ์ ศรีพชรภาส: ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน:

กรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง (PSYCHOLOGICAL FACTORS AFFECTING EMPLOYEES' ORGANIZATION COMMITMENT, A CASE STUDY OF A CAR TIRE MANUFACTURER IN RAYONG PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์:

นุจรี ภาคาศัตย์, ปร.ด. 77 หน้า. ปี พ.ศ. 2560.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักสามประการ ประการแรก เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ประการที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง และประการที่สาม แนวทางการเพิ่มความผูกพันของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ผลวิจัยพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุของพนักงานส่วนใหญ่ 20-29 ปี ระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรสของพนักงานส่วนใหญ่โสด รายได้ต่อเดือนของพนักงานส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-14,000 บาท ผลวิจัยประการแรก พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร มีเพียงกลุ่มอายุที่แตกต่างกันที่มีผลต่อความผูกพันที่แตกต่างกัน ด้านความผูกพันความรู้สึก ประการที่สอง พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันของพนักงาน ระดับความผูกพันของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้สึกในระดับมาก ด้านความผูกพันต่อเนื้อในในระดับมาก และด้านบรรทัดฐานทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ประการที่สาม พบว่า สิ่งที่องค์กรควรส่งเสริมเพื่อเพิ่มความผูกพัน 3 อันดับแรก คือ 1) ส่งเสริมอิสระในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบให้แก่พนักงานในลักษณะการสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง 2) ผู้บังคับบัญชาต้องให้การสนับสนุน ช่วยเหลือพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น 3) จัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอต่อความจำเป็นเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์

57750125: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE; M.B.A.  
(BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: PSYCHOLOGICAL FACTORS/ ESTABLISHMENT OF ORGANIZATION  
COMMITMENT

PASIT SRIPATCHARAPAS: PSYCHOLOGICAL FACTORS AFFECTING  
EMPLOYEES' ORGANIZATION COMMITMENT, A CASE STUDY OF A CAR TIRE  
MANUFACTURER IN RAYONG PROVINCE. ADVISOR: NUCHAREE PAKASAT, Ph.D.,  
77 P. 2017.

This research attempts to study three main issue including 1) compare different personal factors affecting employees' organization commitment in a case study of a car tire manufacturer in Rayong Province, 2) to study psychological factors affecting employees' organization commitment in a case study of a car tire manufacturer in Rayong Province, and 3) to find a guideline to increase employees' organization commitment in a case study of a car tire manufacturer in Rayong Province.

The findings reveal that there were females than males. The majority of employees were 20-29 years old, had education lower than bachelor degree, single, earned the average monthly income of 10,001-14,000 baht. The study on the first issue that different gender, education, marital status, and income did not influence organization commitment. In fact, different age had impacted organization commitment differently. Second issue shows that psychological factor positively related to employees' organization commitment. The level of employees' organization commitment was at high level in overall. Considering in each aspect, emotion and continuous commitment were at high level. social norm factor reached at moderate level. The study on the third issue show that the first three topics encouraging commitment were 1) Supporting freedom to make decision on their work responsibility; 2) Supervisors should support employees to operate work smoothly; and 3) Allocating sufficient resources to accomplish the target.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความผูกพันองค์กร.....	7
แนวคิดปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน.....	10
ข้อมูลทั่วไปบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง.....	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
3 ระเบียบวิธีดำเนินงาน.....	16
พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย.....	16
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	16
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย.....	17
ลักษณะของแบบสอบถาม.....	18
ความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	19
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	20

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	20
4 ผลการวิจัย.....	21
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล.....	22
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพัน ของพนักงาน.....	25
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร.....	31
ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	35
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	52
สรุปผลการวิจัย.....	52
อภิปรายผลการวิจัย.....	57
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	58
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	59
บรรณานุกรม.....	60
ภาคผนวก.....	64
ภาคผนวก ก.....	65
ภาคผนวก ข.....	73
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	77

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น..... 19
2	จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ..... 22
3	จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ..... 23
4	จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา..... 23
5	จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ..... 24
6	จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 24
7	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดระยอง ..... 25
8	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ..... 26
9	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ทางจิตวิทยาด้านความมั่นคงที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิต ยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ..... 28
10	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ทางจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ..... 29
11	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ..... 32
12	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพัน ด้านความรู้สึก..... 32



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
13	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื่อง.....	33
14	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม.....	34
15	ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ.....	35
16	ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ.....	36
17	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ระหว่างระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เมื่อจำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	37
18	ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	38
19	ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ.....	39
20	ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	41
21	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา และความผูกพันต่อองค์กร.....	42
22	ตาราง ANOVA จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยา ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง .....	43
23	Coefficient ของตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยา ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ.....	44
24	สรุปนิยามปัจจัยจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าของผู้ให้สัมภาษณ์.....	47
25	สรุปนิยามปัจจัยจิตวิทยาด้านความมั่นคงของผู้ให้สัมภาษณ์.....	48

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	สรุปนิยามปัจจัยจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานของผู้ให้สัมภาษณ์.....	49
27	สรุปนิยามทัศนคติความผูกพันของผู้ให้สัมภาษณ์.....	51

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณ.....	4

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรในอดีตมีการแข่งขันกันด้วยการพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ เช่น เครื่องจักร ที่ทันสมัย เทคโนโลยีการผลิต วัตถุดิบชั้นเลิศ การสรรหาบุคลากรเก่ง ๆ เข้ามาร่วมงานในองค์กร เป็นต้น แม้จะมีทรัพยากรด้านต่าง ๆ เหล่านี้มากกว่าคู่แข่งแต่องค์กรก็ยังไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กระทั่งงานวิจัยและการศึกษาขององค์กรฝั่งตะวันตกชี้ชัดว่าความรู้สึกของพนักงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร องค์กรที่พนักงานมีความผูกพัน (Engagement) จะทำให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดี มีความได้เปรียบต่อการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่ง จึงทำให้องค์กรที่เล็งเห็นความสำคัญของปัจจัยนี้พยายามทุกวิถีทางในการสร้างความผูกพันของพนักงานให้เกิดขึ้นจริงไม่ว่าจะเป็นความผูกพันต่อองค์กร เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน การศึกษาเรื่องความผูกพันเป็นที่น่าสนใจกว่าเรื่องความพึงพอใจ เนื่องด้วยเห็นว่าความผูกพันเป็นสิ่งที่ลึกซึ้งมากกว่าความพึงพอใจ กล่าวคือ องค์กรที่สร้างความพึงพอใจได้นั้น ไม่สามารถยืนยันได้ว่าความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากความพึงพอใจที่เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงได้ทุกขณะ วันนี้อาจพอใจอย่างมาก พรุ่งนี้อาจไม่พอใจเลยก็เป็นได้ แต่หากองค์กรใดสร้างพนักงานให้รู้สึกผูกพันต่อองค์กรได้แล้วนั้น ความรู้สึกของความผูกพันต่อองค์กรจะฝังลึกในความรู้สึกของพนักงาน การเปลี่ยนแปลงต้องใช้เวลา เช่น พนักงานไม่พอใจต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานเนื่องจากอากาศภายในสถานที่ปฏิบัติงานมีอุณหภูมิสูง ทำให้ไม่สะดวกสบายต่อการปฏิบัติงาน แต่ความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรที่เคยมีอันเกิดจากเมื่อยามพนักงานลำบากต่อองค์กรให้ความช่วยเหลืออย่างไม่ลังเลนั้นยังคงอยู่ พนักงานก็ยังคงมีความตั้งใจในการทำงานก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร (สุพจน์ นาคสวัสดิ์, 2559)

Gallup (2013) จากผลของการสำรวจเรื่องความผูกพันของพนักงานขององค์กรที่อยู่ในประเทศไทยพบในช่วงปี ค.ศ. 2011-2013 ประเทศไทย พบว่า 84 เปอร์เซ็นต์ ของพนักงานไม่มีความผูกพันในงาน มีเพียงร้อยละ 14 เท่านั้น ที่มีความผูกพันในงาน ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าปัญหาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัญหาที่ฝังลึกอยู่ในองค์กร ต้องแก้ไขเป็นอันดับแรก ๆ

ประเทศไทยทั้งภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม มีการผลิตโดยใช้แรงงานเข้มข้น (Labor intensive) โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับตลาดแรงงานหลายประการ ประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งประการหนึ่ง ที่ส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง คือ นโยบายการปรับ

ขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 300 บาท ในปี พ.ศ. 2555 มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มสวัสดิการให้กับผู้ใช้แรงงาน แต่อาจมีผลกระทบตามมาใน 2 กรณี คือ

1. เกิดการว่างงานเนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อย (SME) ไม่สามารถแบกรับต้นทุนการจ้างแรงงานทำให้ต้องปรับลดจำนวนคน โครงสร้างตลาดแรงงานเลยจุดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์
2. แรงงานมีการเสนอขายแรงงานมากขึ้น ผู้ผลิตก็ได้รับประโยชน์จากผลิตภาพด้านแรงงาน (Productivity) เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โครงสร้างตลาดแรงงานเข้าใกล้การแข่งขันสมบูรณ์ (การเมืองกรุงเทพมหานคร, 2558) จากกรณีที่ 2 จะเห็นได้ในปัจจุบันมีการเคลื่อนย้ายแรงงานหมุนเวียนในตลาดแรงงานอย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่อาจทำเพียงเท่ากับค่าจ้างขั้นต่ำที่รัฐบาลกำหนดเท่านั้น เพราะจะไม่สามารถรักษาสภาพด้านการแข่งขันด้านแรงงานได้ จำเป็นต้องรักษานวัตกรรมที่มีอยู่เดิม ลดอัตราการลาออก และดึงดูดผู้มีความรู้ความสามารถจากองค์กรอื่นมาขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง มีอัตราการลาออกสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ ภาพรวมอัตราการลาออกไม่เกินร้อยละ 1.5 ต่อปี ซึ่งข้อมูลปี พ.ศ. 2558 เฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ร้อยละ 1.7 ต่อปี และปี พ.ศ. 2559 เฉลี่ยทั้งระหว่างเดือนมกราคม ถึงตุลาคม พ.ศ. 2559 อยู่ที่ร้อยละ 1.2 ต่อปี ทั้งนี้ช่วงปลายปีของทุก ๆ ปี มีแนวโน้มอัตราการลาออกสูงกว่าเดือนอื่น ๆ เนื่องจากเมื่อพนักงานรับสวัสดิการโบนัสพนักงานมักตัดสินใจลาออกเพื่อประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือหางานใหม่ เป็นต้น ถือได้ว่าอัตราการลาออกยังไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่องค์กรคาดหวัง (จากฝ่ายบุคคล บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ข้อมูล ณ เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559) อีกทั้งเป็นการเตรียมพร้อมสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่มีการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ครั้งสำคัญของประเทศไทย คือ กำหนดทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อยกระดับจากประเทศที่กำลังพัฒนาไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศรายได้สูง จากเดิมขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยภาคอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงเป็นการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Admission Premium, 2559) เพื่อเป็นการรักษานวัตกรรมที่มีศักยภาพให้คงอยู่ไม่ลาออกจากองค์กร จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใส่ใจและให้ความสำคัญกับการตอบสนองพฤติกรรมส่วนบุคคลโดยอาศัยปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ศึกษาให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายและปฏิบัติได้จริง

Kahn (1990) จากการศึกษาที่มิッドเวสต์ สหรัฐอเมริกา (U.S. Midwestern) ระบุว่าปัจจัยทางจิตวิทยา 3 ปัจจัย ได้แก่ ความมีคุณค่า (Meaningfulness) ความมั่นคง (Safety) และความพร้อมใช้งาน (Availability) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผู้วิจัยจึงอ้างถึงปัจจัยดังกล่าวนำมาเพื่อปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาข้อเท็จจริง

จากความสำคัญที่กล่าวมาผู้วิจัยในฐานะพนักงานที่ทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่แผนกทรัพยากรบุคคลต้องการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานเพื่อเป็นข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารนำมาใช้สร้างนโยบายด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรให้มีประสิทธิผลทั้งเป้าหมายด้านตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินให้แก่องค์กร เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ตามแนวทางดังกล่าวเป็นแนวคิดการให้ความสำคัญต่อบุคคลที่ถือเป็นสินทรัพย์ที่ค่ายิ่งที่องค์กรจะได้รับประโยชน์จากการแก้ปัญหาและทำให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

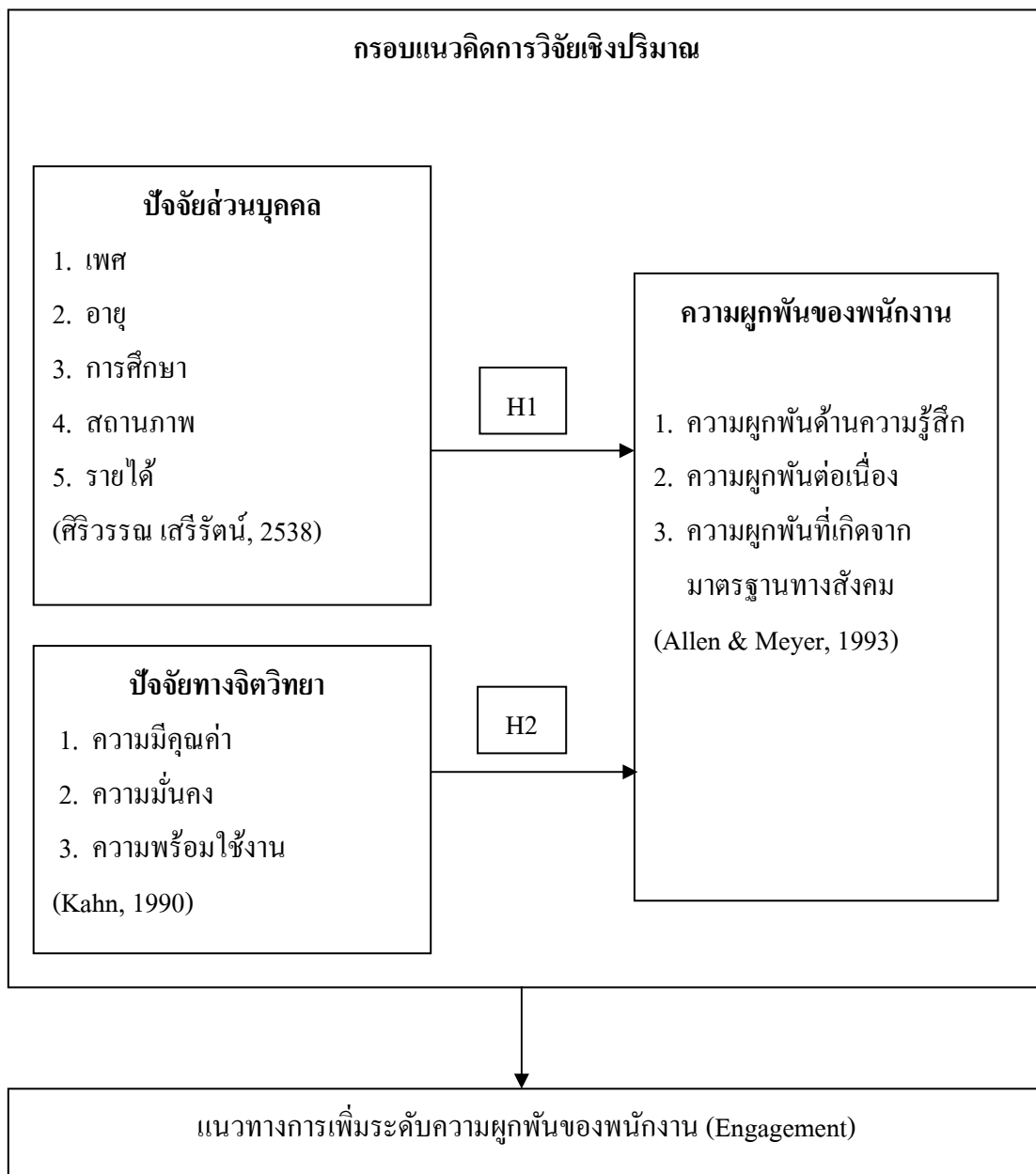
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง
3. แนวทางการเพิ่มความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางจิตวิทยาความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

## กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อใช้ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน นำไปกำหนดคุณสมบัติเฉพาะของบุคคลที่ต้องการ ใช้ในการสรรหาบุคลากรให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กร
2. เพื่อใช้ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน นำไปกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อธำรงรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้คงอยู่ในองค์กร ลดอัตราการลาออก
3. เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ ที่ต้องการวางแผนนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
  - 1.1 มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพัน
  - 1.2 แนวคิดทฤษฎี ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงาน
  - 1.3 การศึกษาวิจัยได้ใช้ข้อมูลจากบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เป็นกรณีศึกษา
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 

ประชากร คือ พนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 6,844 คน (จากฝ่ายบุคคลบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2559) กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามจำนวน 380 คน
3. ขอบเขตด้านเวลา
 

ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการทำการวิจัยครั้งนี้ โดยการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลและค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องควบคู่กันไปด้วยนั้น ดำเนินการตั้งแต่ กันยายน พ.ศ. 2559 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2560

## นิยามศัพท์เฉพาะ

พนักงาน หมายถึง บุคลากรที่บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ว่าจ้างให้ดำรงตำแหน่ง มีอำนาจและขอบเขตความรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมายในแต่ละฝ่าย บริษัท หมายถึง บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เพศ หมายถึง เพศชาย เพศหญิง ของผู้ตอบแบบสอบถาม



อายุ หมายถึง จำนวนปีคำนวณจากปี พ.ศ. ปัจจุบันลบด้วยปี พ.ศ. เกิดของผู้ตอบแบบสอบถาม (มากกว่า 6 เดือนนับเป็น 1 ปี)

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า, ปริญญาโท, ปริญญาเอก

สถานภาพ หมายถึง สถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ โสด, สมรส และหย่า/ แยกกันอยู่

รายได้ต่อเดือน หมายถึง รายรับต่อเดือนทั้งหมดที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจากบริษัทฯ ได้แก่ ไม่เกิน 10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป

ความมีคุณค่า (Meaningfulness) หมายถึง ความมีคุณค่าเชื่อมต่อเหตุการณ์ตั้งแต่อดีตส่งต่อการกระทำในอนาคต ความทรงจำที่ผ่านมาส่งต่อจากกรณีหนึ่งถึงกรณีอื่น ๆ เสมอ ประสบการณ์เหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ได้สิ่งที่สมบูรณ์ที่สุด ทำให้ชีวิตคนเหล่านั้นมีคุณค่า มีแนวโน้มที่จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความรู้สึกของการได้รับผลตอบแทนจากการทำหน้าที่ของตนเอง

ความมั่นคง (Safety) หมายถึง ความปลอดภัยทางจิตวิทยาถูกกำหนดให้เป็นความรู้สึกที่สามารถต่อการจ้างงานโดยไม่มีความกลัวต่อผลกระทบในทางลบต่อตนเองและอาชีพ พวกเขาจะรู้สึกปลอดภัยเมื่อไม่ต้องประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนในหน้าที่การงาน

ความพร้อมใช้งาน (Availability) หมายถึง ความพร้อมทางด้านจิตใจถูกกำหนดให้เป็นความเชื่อส่วนบุคคล ความรู้สึกการมีส่วนร่วมของตนเองในที่ทำงานต่อการใช้ทรัพยากรที่เอื้อต่อการทำงาน

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง พนักงานรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ตอบรับต่อสิ่งที่ได้รับมอบหมายจากองค์กรหรือปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่อย่างเต็มที่ มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จ ปารถนาให้องค์กรเจริญก้าวหน้า

ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective commitment) หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานว่าตนเองมีความสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuance commitment) หมายถึง การคงอยู่ของที่มีความเกี่ยวข้องกับการจ่ายผลตอบแทน

ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม (Normative commitment) หมายถึง ความรู้สึกผูกพันต่อการตอบแทนให้องค์กรประสบความสำเร็จ ไม่ต้องการทำให้หัวหน้างานผิดหวัง

## บทที่ 2

### ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ผู้วิจัยศึกษา รวบรวม สามารถสรุปทฤษฎี ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความผูกพันองค์กร
2. แนวคิดปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน
3. ข้อมูลทั่วไปบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดและทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรเป็นที่ศึกษากันอย่างแพร่หลายเนื่องจากเป็นแนวความคิดที่ก่อเกิดประโยชน์ต่อองค์กรในด้านของทรัพยากรบุคคลหลายด้าน ได้แก่ ขาดงานต่ำ ความพยายามทุ่มเท ความตั้งใจลาออก เป็นต้น โดยมีนักวิชาการให้ทัศนะ และตีความหมายแนวคิด และทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันออกไป ในบทนี้เป็นการเรียบเรียง สรุปประเด็นสำคัญแต่ละเรื่องได้ ดังนี้

##### ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

Kahn (1990) ได้กล่าวถึงความหมายของความผูกพันองค์กร ที่มุ่งเน้นว่าพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะปฏิบัติงานที่ตนเองได้รับมอบหมายอย่างสุดกำลังความสามารถ ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ ความคิด สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งขับเคลื่อนให้องค์กรพัฒนาอย่างก้าวกระโดด

Hewitt Associates (1996) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งที่แสดงออกได้ทางพฤติกรรม กล่าวคือ สามารถดูได้จากการพูด (Say) พนักงานจะพูดถึงองค์กรในแง่บวก ประกอบกับการดำรงอยู่ (Stay) พนักงานปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กรต่อไป และความทุ่มเทพยายามอย่างเต็มที่ กำลัง (Strive) เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนกิจการขององค์กร

Maslach, Schaufeli and Leiter (2001) นิยามว่า ความผูกพันเป็นสภาวะที่พนักงานมีกำลังใจในการทำงาน ต้องการที่จะทำงาน มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ

Gallup (2013) นิยามความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นความรู้สึกที่พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมในองค์กร ตอบรับการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ มีความกระตือรือร้นต่องานที่ได้รับมอบหมาย แบ่งความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพัน (Engaged) คือ กลุ่มพนักงานที่ทำงานด้วยความมุ่งมั่น บากบั่น มีใจสมัครรักองค์กร คนเหล่านี้จะส่งเสริมความคิดเชิงบวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

2. กลุ่มพนักงานที่ไม่มีความผูกพัน (Not-engaged) คือ กลุ่มพนักงานที่มีลักษณะขาดแรงจูงใจในการทำงาน ทำงานเพียงเพราะหน้าที่รับผิดชอบ มีความมุ่งมั่นน้อยในการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อองค์กร

3. กลุ่มพนักงานที่ไม่ผูกพันอย่างเด่นชัด (Actively disengaged) คือ กลุ่มที่ไม่มีความสุขในการทำงาน มีทัศนคติที่ไม่พึงประสงค์ต่อองค์กร กลุ่มคนเหล่านี้อาจส่งต่อพฤติกรรมที่ไม่ดีต่อบุคคลอื่นในองค์กรได้อีกด้วย

Allen and Meyer (1993) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective commitment) หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานว่าตนเองมีความสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความผูกพันด้านความรู้สึกนี้เกี่ยวข้องกับลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล โครงสร้างองค์กร การหมุนเวียนงาน และประสบการณ์ในการทำงาน สาเหตุที่ทำให้ความผูกพันด้านความรู้สึกลดลงเกิดจากผู้ประเมิน หากผู้ประเมินใช้วิจรรณญาณส่วนบุคคลเป็นตัววัดผลของงานจะทำให้เกิดปัญหา ดังนั้น เราควรหลีกเลี่ยงการประเมินดังกล่าว อาจใช้การประเมินลักษณะคณะกรรมการ เพื่อใช้ในการอ้างอิงการประเมินวัตถุประสงค์ของลักษณะการทำงาน

2. ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuance commitment) หมายถึง การคงอยู่ของพนักงานมีความเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายผลตอบแทน บางครั้งการปรับปรุงกระบวนการ เราควรที่จะตรงไปตรงมาเรื่องความผูกพันต่อเนื่องเพราะการลาออกจากองค์กร หมายถึง อะไรก็ตามที่เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม (Normative commitment) หมายถึง ความรู้สึกผูกพันต้องการตอบแทนให้องค์กรประสบความสำเร็จ ไม่ต้องการทำให้หัวหน้างานผิดหวัง เป็นความรู้สึกภาระผูกพันต่อองค์กร

จากการทบทวนนิยามความหมายของนักวิชาการที่ได้ให้ความหมายของ “ความผูกพันต่อองค์กร” ของนักวิชาการ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของความผูกพันต่อองค์กร คือ พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ตอบรับต่อสิ่งที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร หรือปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่อย่างเต็มที่ มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จ ปรารถนาให้องค์กรเจริญก้าวหน้า

### แนวคิดที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

Kahn (1990) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีความผูกพันในสถานที่ทำงาน ในบทความชื่อ “Psychological condition of personal Engagement and Disengagement at work” ในวารสาร “Academy of management journal” จนผลงานการตีพิมพ์ของเขาได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง จากการสัมภาษณ์พนักงานจำนวน 32 คน เจ้าหน้าที่ค่ายฤดูร้อน 16 คน และผู้เชี่ยวชาญการเงิน 16 คน ตามคำนิยามความผูกพัน (Engagement) มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ความมีคุณค่า (Meaningfulness) ความมั่นคง (Safety) และความพร้อมใช้งาน (Availability) แต่ละองค์ประกอบมีความหมายสำคัญ ดังนี้ ความมีคุณค่า หมายถึง ความรู้สึกของการได้ตอบแทนกลับมาจากการทำหน้าที่ของตนเอง ความมั่นคง หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลนั้น ไม่มีความกังวลหรือภาพเชิงลบต่อสถานะของตนเอง ตำแหน่ง อาชีพ และความพร้อมใช้งาน หมายถึง ความรู้สึกของการเป็นเจ้าของในทรัพยากรที่เอื้อต่อการทำงาน ทั้งทางกายภาพ อารมณ์ จิตใจ

Saks (2006) เชื่อว่าความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วยหลายมุมมอง โดย Sak ระบุว่าปัจจัยที่แตกต่างมีความเป็นเอกลักษณ์ ผลการทดสอบของ Saks ระบุว่าความผูกพันต่อองค์กร (Organizational engagement) นั้นเกิดจาก 3 องค์ประกอบ คือ จิตใจ (Cognitive element) อารมณ์ (Emotional element) และพฤติกรรม (Behavioral element) โดยปัจจัยที่ส่งผล ได้แก่ ความเหมาะสมของงาน ความยึดมั่นด้านจิตใจ และบรรยากาศทางจิตวิทยาส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร มีอิทธิพลส่งผลต่อปัจจัยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความทุ่มเท ความตั้งใจที่จะลาออก เป็นต้น

Gallup (2013) ทดสอบระดับความผูกพันของพนักงานด้วยคำถาม 12 คำถาม จัดเป็น 4 กลุ่ม ความจำเป็นพื้นฐาน การได้รับความสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การทำงานเป็นทีม และความก้าวหน้า จากคำตอบสามารถจัดกลุ่มพนักงานออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มพนักงานที่มีความผูกพัน (Engaged) กลุ่มพนักงานที่ไม่มีความผูกพัน (Not-engaged) กลุ่มพนักงานที่ไม่ผูกพันอย่างเด่นชัด (Actively disengaged)

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ Kahn (1990) มุ่งเน้นศึกษาว่าผู้คนที่มีความผูกพันของร่างกาย, การรับรู้และอารมณ์ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อบทบาทการทำงานและประสิทธิภาพของกลุ่มตัวอย่าง โดยที่ Saks (2006) มุ่งเน้นศึกษารูปแบบของบุคคลและผลกระทบของการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรบนพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ท้ายสุด Gallup (2013) มุ่งเน้นศึกษาระดับความผูกพันของพนักงานที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคที่บ่งบอกถึงการขาดแรงจูงใจและขาดความพยายามในการทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบความสำเร็จ

## แนวคิดปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

Douglas, Richard and Lynn (2004) ความผูกพันในองค์กรเป็นแนวคิดโดย Kahn (1990) การเคลื่อนไหวทางพฤติกรรมของบุคคลมีอยู่ในความเป็นตัวเองและในบทบาทหน้าที่ มีส่วนในการขับเคลื่อนพฤติกรรมก่อให้เกิดความเต็มใจในการทำงานเสมือนเป็นงานของตนเอง (Self-employment)

Kahn (1990) การศึกษาที่มิดเวสต์ สหรัฐอเมริกา (U.S. Midwestern) กรณีศึกษาบริษัทประกันภัย พบว่า เมื่อพนักงานมีส่วนร่วมในการทำงานของพวกเขาพบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อเงื่อนไขทางจิตวิทยา คือ ความมีคุณค่า ความปลอดภัยและความพร้อมใช้งาน ผลที่ได้จากกรอบทฤษฎีเผยว่าเงื่อนไขทางจิตวิทยาทั้งสามส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี ความมีคุณค่าแสดงให้เห็นถึงความแน่นแฟ้นของความสัมพันธ์ การเพิ่มคุณค่าของงานและบทบาทในการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อความมีคุณค่า, การให้รางวัล การประสานงานและการสนับสนุนที่ดีจากหัวหน้างาน ส่งผลเชิงบวกต่อความปลอดภัย, ในขณะที่ความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงานและความประหม่าส่งผลเชิงลบต่อความปลอดภัย, ทรัพยากรส่งผลเชิงบวกต่อความพร้อมใช้งาน และกิจกรรมภายนอกส่งผลเชิงลบต่อความพร้อมใช้งาน

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร ตามแนวคิดของ Kahn (1990) กล่าวถึงปัจจัยทางจิตวิทยาดังต่อไปนี้

1. ความมีคุณค่า (Meaningfulness) Wister (2014) กล่าวว่า ความมีคุณค่าเชื่อมต่อกับเหตุการณ์ตั้งแต่อดีตส่งต่อการกระทำในอนาคต ความทรงจำที่ผ่านมาส่งต่อจากกรณีหนึ่งถึงกรณีอื่น ๆ เสมอ ประสบการณ์เหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ได้สิ่งที่สมบูรณ์ที่สุด ทำให้ชีวิตคนเหล่านั้นมีคุณค่า มีแนวโน้มที่จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความรู้สึกของการได้รับผลตอบแทนจากการทำหน้าที่ของตนเอง

1.1 การเพิ่มคุณค่าของงาน (Job enrichment) มีพื้นฐานมาจากแนวคิดของ Herzberg and Barbara (1959) เขาได้ทำการศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) ต่อมา Hackman and Oldman (1980) นำแนวคิดดังกล่าวมาทำการศึกษาต่อ โดยเน้นเรื่องคุณลักษณะของงาน (Job characteristic model) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญของ Job enrichment ทำให้ในรายละเอียดของ Job enrichment เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลักษณะงานเป็นหลัก ทำให้พนักงานมีความชำนาญ รู้จักหน้างานของตนเอง เกิดความรับผิดชอบต่องานมีอิสรภาพในการทำงาน มีการได้รับคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาเสมอ ๆ (ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2552)

1.2 บทบาทการทำงาน (Work role fit) นักวิจัยมากมายให้ความสนใจในความสัมพันธ์ของพนักงานต่อบทบาทหน้าที่ที่แต่ละคนได้รับมอบหมายในองค์กร Kristof (1996) กล่าวว่า เป็นเรื่องของพฤติกรรมและหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อให้ทราบว่าบุคคลที่ดำรงตำแหน่งนี้จะต้องมีบทบาทหน้าที่เช่นใดให้เหมาะสมกับหน้าที่รับผิดชอบนั้น

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Co-worker relations) Locke and Latham (1990) กล่าวว่า บุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานพวกเขาจะได้รับประสบการณ์ที่มีความหมายมากขึ้นในการทำงาน Florian and Snowden (1989) กล่าวว่า ปฏิสัมพันธ์ในการร่วมงานกันนี้จะส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความมีตัวตนในสังคม Kahn (1990) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ในหมู่พนักงานเป็นส่วนส่งเสริมและก่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เกิดความไว้วางใจในด้านจิตวิทยา Pennings and Woiceshyn (1987) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นพื้นฐานสำคัญต่อความน่าเชื่อถือ บุคคลที่ไว้วางใจซึ่งกันและกันจะมีความสัมพันธ์ในการเต็มใจกระทำบางอย่างร่วมกัน

2. ความมั่นคง (Safety) ความปลอดภัยทางจิตวิทยาถูกกำหนดให้เป็นความรู้สึกที่สามารถต่อการจ้างงาน โดยไม่มีความกลัวต่อผลกระทบในทางลบต่อตนเองและอาชีพ พวกเขาจะรู้สึกปลอดภัยเมื่อไม่ต้องประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนในหน้าที่การงาน

2.1 ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา (Supervisor relation) Edmondson (1999) กล่าวว่า ความสัมพันธ์จากผู้บังคับบัญชามีผลกระทบอย่างมากต่อการความรู้สึกปลอดภัยต่อบรรยากาศในการทำงาน เป็นส่วนสำคัญที่บ่งบอกการสนับสนุนหรือไม่ ผู้บังคับบัญชาที่ส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานมักจะแสดงความกังวลในสิ่งที่พนักงานต้องการหรือความรู้สึกพนักงาน จากนั้นเขาจะรับฟังพนักงาน พัฒนาทักษะพนักงานและแก้ปัญหาที่นั่นในที่สุด

2.2 บรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน (Co-worker norms) Hochschild (1983) กล่าวว่า บรรทัดฐานภายในกลุ่มหรือองค์กรส่งผลต่อแนวโน้มของพฤติกรรมโดยรวม ทักษะคิดและมิติทางอารมณ์ในการทำงาน Kahn (1990) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่อยู่ภายในขอบเขตของพฤติกรรมที่เหมาะสมจะรู้สึกปลอดภัยมากขึ้น

3. ความพร้อมใช้งาน (Availability) ความพร้อมทางด้านจิตใจถูกกำหนดให้เป็นความเชื่อส่วนบุคคล ความรู้สึกการมีส่วนร่วมของตนเองในที่ทำงานต่อการใช้ทรัพยากรที่เอื้อต่อการทำงาน

3.1 ทรัพยากร (Resources) บุคคลนำความรู้สึกทางอารมณ์และความรู้ความเข้าใจของพวกเขา มามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของทรัพยากร คำนี้ถึงการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กรให้เกิดความคุ้มค่า

3.2 การรับรู้ถึงตัวตน (Self-consciousness) ตราบใดที่บุคคลยังสำนึกรู้ตัวตนอยู่ เมื่อนั้นตนเองก็ยังคงอยู่ ตัวตนไม่ใช่โครงสร้างหรือองค์ประกอบเดี่ยว มีหลายองค์ประกอบ ทำหน้าที่สัมพันธ์กันทำให้ตัวตนดำรงอยู่ได้ ตัวตนจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพครอบครัว สังคม และสิ่งแวดล้อม

3.3 กิจกรรมภายนอก (Outside activity) Hall and Richter (1989) กล่าวว่า กิจกรรมภายนอกมีส่วนช่วยในการทำให้บุคลากรในองค์กรเผชิญสภาพที่แท้จริงออกมา ทำให้จิตใจของพวกเขาพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของตนเองรับผิดชอบ

### ข้อมูลทั่วไปบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เป็นโรงงานผลิตยารรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นในประเทศไทย ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดของโรงงานในเครือทั่วโลก 6 แห่ง โดยมีเนื้อที่ 381 ไร่ เงินลงทุนจดทะเบียนถึง 14,000 ล้านบาท บุคลากร 6,840 คน อีกทั้งเทคโนโลยีและเครื่องจักรอันทันสมัย ที่ใช้ในกระบวนการผลิต พร้อมระบบการจัดการภายในบริษัทฯ การคัดสรรวัตถุดิบ และการควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐานระดับสากล จนได้รับใบรับรอง ISO 9001: 2000 โดยตั้งเป้าการผลิตไว้ที่ประมาณ 70,000 คันต่อวัน เพื่อความสามารถที่จะดำเนินการผลิตรองรับความต้องการของตลาดทั้งในและนอกประเทศได้อย่างเต็ม ภายใต้อุดมการณ์ทางธุรกิจ 3 ประการคือ

Growth ความเจริญเติบโต โดยการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพพร้อมเป้าหมาย ให้เป็นโรงงานผลิตยารรถยนต์ที่ใหญ่ติดอันดับโลกภายใต้การบริหารของคนไทย

Advance ความล้ำสมัยในการจำหน่ายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และสมรรถนะสูง ภายใต้การผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยอย่าง Sun system

Harmony การสร้างความกลมกลืนให้เข้ากับท้องถิ่น โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยเป็น

ปัจจุบันบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ประสบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กร คือ ยังไม่สามารถยกระดับความผูกพันของพนักงานให้มากขึ้น เพื่อรักษาพนักงานเหล่านั้นได้ พนักงานไม่รู้สึกรับรู้ความเป็นเจ้าของ ยังพบปัญหาการขาดงาน และการลาออกมากกว่าแผนที่องค์กรตั้งไว้ เกิดค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าล่วงเวลาเพื่อให้เกิดการผลิตเป็นไปตามแผน ค่าใช้จ่ายจากการสรรหาและฝึกอบรม เกิดรอยต่อในการพัฒนาบุคลากร ให้มีความเชี่ยวชาญ สิ่งเหล่านี้ทำให้การพัฒนาในองค์กรรุดหน้าต้องหยุดชะงัก

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Douglas, Richard and Lynn (2004) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทประกันภัยขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในแถบมิสซิสซิปปี สหรัฐอเมริกาวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการที่พนักงานตอบสนองต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ของการทำงาน กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานจำนวน 213 คน ผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความมีคุณค่าอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ความพร้อมใช้งาน (มาก) การเพิ่มคุณค่าของงาน (ปานกลาง) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (ปานกลาง) ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา (ปานกลาง) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (ปานกลาง) บรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน (ปานกลาง) ทรัพยากร (ปานกลาง) การรับรู้ถึงตัวตน (ปานกลาง) บทบาทการทำงาน (น้อย) กิจกรรมภายนอก (น้อย)

Sebastiaan (2010) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในแอฟริกาใต้ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงาน โดยใช้สองรูปแบบคือรูปแบบการมีส่วนร่วมของบุคคลของ Kahn (1990) และรูปแบบการมีส่วนร่วมในการทำงานของ Schaufeli and Bakker (2004) กลุ่มตัวอย่าง 2 ประเภท 1) ภาคอุตสาหกรรมและการเงินจำนวน 467 คน 2) องค์กรภาคบริการและไม่ใช่บริการจำนวน 3,775 คน ตัวแปร คือ ความมีคุณค่า ความปลอดภัยและความพร้อมใช้งาน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นเป็น 2 ข้อ ดังนี้ 1) คุณค่าทางด้านจิตใจและความพร้อมทางด้านจิตใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันของพนักงาน 2) ทรัพยากรทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันของพนักงาน การสนับสนุนและการเจริญเติบโตขององค์กรเป็นการพยากรณ์ด้านความขยันขันแข็ง, ความทุ่มเทและความเป็นอันหนึ่งอันเดียว

โสมย์สิริ มูลทองทิพย์ (2556) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอท่ามะกา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์กรของบุคลากร จำนวน 5 โรงเรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม 150 คน ผลการวิจัย พบว่า ระดับความผูกพันของบุคลากร โดยรวมมีความผูกพันอยู่ในระดับมาก จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

ฐิติมา หลีกทอง (2557) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์ส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความผูกพันต่อความผูกพันและปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานจำนวน 368 คน ผลการศึกษา พบว่า พนักงาน



มีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของงานที่ทำในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยมีค่าเฉลี่ย  
 ความคิดเห็นด้านความหลากหลายของงานสูงที่สุด ผลด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า ค่าเฉลี่ย  
 ในระดับค่อนข้างดี โดยมีค่าเฉลี่ยด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรสูงที่สุด ผลด้าน  
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยความผูกพันต่อ  
 องค์กรในด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กรสูงที่สุด

ประดิษฐพงษ์ สร้อยเพชร (2557) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท  
 โทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งหนึ่ง ส่วนงานวิศวกรรมที่ทำงานในเขต  
 กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรและระดับ  
 ความผูกพันของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานชาย ตำแหน่งพนักงาน ปัจจัย  
 ที่มีผลทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กรเรียงตามลำดับ คือ วัฒนธรรมหรืออุดมการณ์ขององค์กร  
 ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ภาวะผู้นำ คุณภาพชีวิต ค่าตอบแทน โดยรวม ลักษณะงาน  
 พบว่า มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร

Kurnia and Noor (2014) ศึกษาส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กร วัตถุประสงค์เพื่อ  
 ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิทยา เชื้อใจและความผูกพันด้านอารมณ์ความรู้สึกของ  
 พนักงานในโรงแรม Parkview Hotel ในบรูไน กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานส่วนห้องพักจำนวน  
 30 คนและส่วนอาหารเครื่องดื่ม จำนวน 27 คน ตัวแปร คือ ความมีคุณค่า ความปลอดภัย  
 ความพร้อมใช้งานและความผูกพันด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotion engagement) ผลการวิจัย พบว่า  
 คุณค่าทางจิตใจมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความผูกพันด้านอารมณ์ความรู้สึก ความปลอดภัย  
 ทางจิตวิทยามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันด้านอารมณ์ความรู้สึก ความพร้อมทางด้าน  
 จิตใจมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความผูกพันด้านอารมณ์ความรู้สึกและความผูกพันด้านอารมณ์  
 ความรู้สึกมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพขององค์กร

เลิศชัย สุธรรมานนท์ และเกศยา โอสธานุเคราะห์ (2558) ศึกษาตัวแบบความผูกพัน  
 ของพนักงานต่อองค์กร: กรณีศึกษาธุรกิจบริการรับชำระ บริษัท XYZ จำกัด วิจัยเชิงคุณภาพ  
 สัมภาษณ์แบบเจาะลึก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแบบความผูกพันต่อองค์กร และศึกษาแนวทาง  
 ตัวแบบมาเพื่อยกระดับความผูกพัน กลุ่มเป้าหมายเป็นตัวแทนพนักงานและผู้บริหาร จำนวน 19 คน  
 ศึกษาปัจจัยสร้างความผูกพันจำนวน 4 ด้าน คือ 1) ด้านลักษณะงาน 2) ด้านบุคคลและสังคม  
 ในองค์กร 3) ด้านระบบขององค์กร 4) ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร พบว่า การสร้างความผูกพัน  
 แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ผลการปฏิบัติงานระดับบุคคลที่บรรลุเป้าหมายที่บริษัทกำหนด  
 ผลการปฏิบัติงานระดับทีมเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทคาดหวัง และผลลัพธ์ที่เป็นผลงานในระดับ  
 องค์กรโดยรวมดีขึ้น

วิชากร เสงษ์ภูกุล, จิราภรณ์ กลิ่นสุข และภัสสร จินะวงษ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทยามาเออิไทย จำกัด วัตถุประสงค์เพื่อความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรและศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทฯ จำกัดจำนวน 125 คน ผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (มาก) ลักษณะของงาน (มาก) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (ปานกลาง) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (ปานกลาง) เงินเดือนและสวัสดิการ (ปานกลาง) และสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย (ปานกลาง)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาที่ผ่านมาในอดีต มีการนำปัจจัยปัจจัยในด้านต่าง ๆ มาเพื่อค้นหาคำตอบว่าปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด โดยลำดับความถี่ในการนำปัจจัยมาใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านลักษณะงาน 2) ด้านคุณค่าทางด้านจิตใจ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยอื่น ๆ ที่นำมาใช้ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา ด้านความพร้อมใช้งานของทรัพยากร ด้านบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นในแง่มุมของความสำเร็จเหมือนกัน คือ มีความประสงค์ที่จะค้นหาคำตอบว่าปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุดเพื่อนำไปปรับใช้ให้เกิดเป็นแนวทางปฏิบัติได้จริง สิ่งที่แตกต่างกันมีเพียงบริบทและวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรที่แตกต่างกัน นำไปสู่วิธีการปฏิบัติที่แตกต่างกัน

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาหัวข้อเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้ปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมีคุณค่า ด้านความมั่นคง และด้านความพร้อมใช้งานเพื่อค้นหาคำตอบในการวิจัยครั้งนี้ต่อไป

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา  
บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ครั้งนี้เป็นการสำรวจ (Survey research model)  
เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

#### พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ที่ทำการศึกษาเป็นภายในบริเวณบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population) คือ พนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่ง  
ในจังหวัดระยอง จำนวน 6,844 คน (แผนกทรัพยากรบุคคลบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่ง  
ในจังหวัดระยอง, 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัด  
ระยอง

เนื่องจากทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตร  
ของ Yamane (1967) ตามสูตรคำนวณ ดังนี้

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

โดยที่ n หมายถึง จำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการ

N หมายถึง จำนวนประชากรทั้งหมด 6,844 คน

e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{6,844}{1 + 6,844(0.05)^2} \\ &= 377.91 \end{aligned}$$

จากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด 6,844 คน โดยใช้หลักการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 378 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์ จึงมีการเก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น 500 ตัวอย่าง ทำวิธีการเก็บแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างในประชากรที่มีโอกาสได้รับเลือกเท่า ๆ กัน สามารถเป็นตัวแทนประชากรได้โดยสมบูรณ์ไม่เอนเอียง จากการเก็บแบบสอบถามมีอัตราการตอบกลับจำนวน 392 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78.4

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการทำวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิธีการแจกแบบสอบถาม จะดำเนินการแจกแบบสอบถาม โดยตรงแก่พนักงานบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในช่วงเวลาพักเบรก

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อีกทั้งเพื่อการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุและความผูกพันต่อองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม
2. ดำเนินการร่างแบบสอบถามโดยคำถามสอดคล้องและเหมาะสมกับเรื่องที่ผู้วิจัยต้องการทราบ แบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน คือ
  - 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - 2.2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุ
  - 2.3 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
  - 2.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อองค์กรเพื่อการปรับปรุงพัฒนา
3. นำร่างแบบสอบถามเข้าหารือร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้แบบสอบถามมีความเหมาะสม เป็นกลาง ถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย
4. นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุง ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม จากคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาส่งผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้อง
5. ทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับพนักงานในโรงงานผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง จำนวน 30 คน

ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจริง และนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha cronbach method) ค่า  $\alpha$  มากกว่า หรือเท่ากับ 0.7

6. เก็บรวบรวมแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์ ประมวลผล สรุปผล จัดทำรูปเล่ม และนำเสนอผลงานวิจัย

### ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะคำถามปลายปิดและปลายเปิดเพื่อเก็บข้อมูลได้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด มาตรฐานนามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานแนวคิดของ Kahn (1990) จำนวน 24 ข้อ แบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความมีคุณค่า (Meaningfulness) จำนวน 9 ข้อ, ความมั่นคง (Safety) จำนวน 6 ข้อและความพร้อมใช้งาน (Availability) จำนวน 9 ข้อ เป็นมาตรวัดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรจำนวน 9 ข้อแนวคิดของ Allen and Meyer (1990) ข้อแบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective commitment) จำนวน 3 ข้อ, ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuance commitment) จำนวน 3 ข้อและความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม (Normative commitment) จำนวน 3 ข้อ เป็นมาตรวัดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นการกำหนดการแปลผลแต่ละช่วงคะแนน ตามรูปแบบของ บุญชม ศรีสะอาด (2535, หน้า 100) แบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้ค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์คะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อองค์กร ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open ended question) ให้พนักงานเขียนข้อเสนอแนะแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวเนื่องกับการวิจัย ได้อย่างอิสระเพื่อให้องค์กรทราบ

### ความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ทดสอบคุณภาพความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการนำไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 รายในบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยที่เป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บจริง ว่าแต่ละข้อคำถามสอดคล้องกันหรือไม่ หรือเรียกว่าการหาค่า Cronbach's alpha เพื่อหาค่า สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Coefficient of reliability) โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  ซึ่งค่ายิ่งสูงยิ่งดี โดยปกติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยัณราภรณ์, 2550)

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha)

ข้อคำถาม	Cronbach's alpha
ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่า	0.844
ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมั่นคง	0.790
ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งาน	0.916
ความผูกพันด้านความรู้สึกรัก	0.830
ความผูกพันต่อเนื้อง	0.873
ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม	0.782

## การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากรวบรวมแบบสอบถามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการต่อไป ดังนี้

1. การตรวจข้อมูล (Editing) เป็นการตรวจสอบข้อมูลเพื่อคัดแยกข้อมูลที่สมบูรณ์เพื่อดำเนินการต่อ และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำข้อมูลที่ต้องสมบูรณ์มาทำการรหัสเพื่อประมวลผลคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูล แล้วทำการลงรหัส (Coding) หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสเรียบร้อยแล้วไปวิเคราะห์โดยการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดที่จะทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ต่อเดือน ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยเพศใช้ค่าสถิติแบบ Parametric แบบ Independent t-test และข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ส่วนอื่น ๆ ได้แก่ อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน ใช้ค่าสถิติแบบ nonparametric แบบ One-way ANOVA F-test ในการหาความแตกต่างของตัวแปรเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวอย่าง
2. ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 เกี่ยวปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) เพื่อศึกษากับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง
3. นำค่าข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการประมวลผลมาทำการวิเคราะห์โดยแยกการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานในการศึกษาพร้อมทั้งสรุปผลการศึกษา และอภิปรายผลข้อมูลรูปแบบเชิงพรรณนา

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ” มีจุดมุ่งหมาย 1) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง และ 3) เพื่อให้ได้แนวทางการเพิ่มความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
P-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้
df	หมายถึง	องศาของควมอิสระ
t	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	หมายถึง	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of square)
MS	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean square)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R <sup>2</sup>	หมายถึง	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ



SEE	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
Se <sub>e</sub>	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าพารามิเตอร์
b	หมายถึง	ค่าสัมพันธการถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน วิทยาลัยฯ บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธีการแจกแจง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เสนอเป็นตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของพนักงาน วิทยาลัยฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ชาย	164	43.39	2
หญิง	214	56.61	1
รวม	378	100.00	

จากตารางที่ 2 พนักงาน วิทยาลัยฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 378 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 56.61 และเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 43.39

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง  
จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.12	3
20-29 ปี	217	57.41	1
30-39 ปี	150	39.68	2
40-49 ปี	3	0.79	4
รวม	378	100.00	

จากตารางที่ 3 พนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 378 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 57.41 รองลงมามีอายุ 30-39 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.68 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.12 และน้อยที่สุดมีอายุ 40-49 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.79

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	265	70.11	1
ปริญญาตรี/ เทียบเท่า	109	28.84	2
ปริญญาโท	4	1.06	3
รวม	378	100.00	

จากตารางที่ 4 พนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 378 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 70.11 รองลงมามีระดับการศึกษาปริญญาตรี/ เทียบเท่า จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.84 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.06

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง  
จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
โสด	195	51.59	1
สมรส	166	43.92	2
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	17	4.50	3
รวม	378	100.00	

จากตารางที่ 5 พนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 378 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 51.59 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.92 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3	0.79	5
10,001-14,000 บาท	244	64.55	1
14,001-18,000 บาท	110	29.10	2
18,001-22,000 บาท	15	3.97	3
26,001-30,000 บาท	6	1.59	4
รวม	378	100.00	

จากตารางที่ 6 พนักงาน บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 378 คน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-14,000 บาท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 64.55 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,001-18,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,001-22,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.97 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

26,001-30,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59 และน้อยที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.79

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

จากการสำรวจผู้วิจัยนำเสนอให้เห็นถึงระดับความเห็นของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

เกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลคิดเป็นช่วง ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
1.00-1.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.51-2.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
2.51-3.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
3.51-4.50 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
4.51-5.00 หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ปัจจัยทางจิตวิทยา	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านความมีคุณค่า	3.63	0.56	มาก	1
2. ด้านความมั่นคง	3.54	0.64	มาก	2
3. ด้านความพร้อมใช้งาน	3.39	0.63	ปานกลาง	3
โดยภาพรวม	3.52	0.55	มาก	

จากตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ด้าน และในระดับปานกลาง 1 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความมีคุณค่าเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

เท่ากับ 0.56 ด้านความมั่นคง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.64 และด้านความพร้อมใช้งาน เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.63

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ด้านความมีคุณค่า	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านการเพิ่มคุณค่าของงาน	3.67	0.65	มาก	
1. งานที่ทำช่วยพัฒนาทักษะ ความชำนาญ ต่อยอดความรู้เดิม	3.67	0.83	มาก	2
2. ได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชา อย่างดีเสมอ	3.55	0.84	มาก	3
3. รู้จักหน้าที่ทำอยู่เป็นอย่างดี	3.80	0.78	มาก	1
ด้านบทบาทการทำงาน	3.54	0.66	มาก	
4. มีอิสระในการตัดสินใจในงาน ที่รับผิดชอบ	3.37	0.78	ปานกลาง	3
5. งานและตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย มีคุณค่า	3.69	0.77	มาก	1
6. งานที่ทำเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่	3.56	0.80	มาก	2
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	3.69	0.70	มาก	
7. ไว้ใจใจในการทำงานร่วมกับ เพื่อนร่วมงาน	3.66	0.78	มาก	2
8. เพื่อนร่วมงานช่วยส่งเสริมให้ทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.65	0.81	มาก	3
9. มีประสบการณ์ในการทำงานที่ดี ร่วมกับเพื่อนร่วมงาน	3.77	0.76	มาก	1
โดยภาพรวม	3.63	0.56	มาก	

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.70 ด้านการเพิ่มคุณค่าของงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.65 และด้านบทบาทการทำงาน เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.66

ด้านการเพิ่มคุณค่าของงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องรู้จักหน้าที่ทำอยู่เป็นอย่างดี เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.78 เรื่องงานที่ทำช่วยพัฒนาทักษะ ความชำนาญ ต่อยอดความรู้เดิม เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.83 และเรื่องได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชาอย่างดีเสมอเป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.84

ด้านบทบาทการทำงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ ระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องงานและตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายมีคุณค่า เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.77 เรื่องงานที่ทำเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.80 และเรื่องมีอิสระในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.78

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องมีประสบการณ์ในการทำงานที่ร่วมกับเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.76 เรื่องไว้วางใจในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.78 และเรื่องเพื่อนร่วมงานช่วยส่งเสริมให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.81

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมั่นคงที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ด้านความมั่นคง	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา	3.47	0.76	ปานกลาง	
1. ผู้บังคับบัญชาส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น	3.27	0.94	ปานกลาง	3
2. ผู้บังคับบัญชาส่งเสริมการเพิ่มทักษะในการทำงานเพื่อพัฒนาตนเอง	3.42	0.92	ปานกลาง	2
3. กล้าที่จะแจ้งปัญหาต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อขอการสนับสนุนการแก้ปัญหาในงาน	3.74	0.82	มาก	1
ด้านบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน	3.61	0.70	มาก	
4. ในการทำงานสามารถเล่าปัญหาต่างๆ ให้เพื่อนร่วมงานฟังได้	3.68	0.80	มาก	1
5. สามารถเป็นตัวของตัวเองได้เมื่อทำงาน	3.64	0.81	มาก	2
6. รู้สึกว่าเพื่อนร่วมงานเสมือนคนในครอบครัวของตนเอง	3.51	0.84	มาก	3
โดยภาพรวม	3.54	0.64	มาก	

จากตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมั่นคงที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก 1 ด้าน และระดับปานกลาง 1 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.61 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.70 ด้านความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.76

ด้านความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องกล้าที่จะแจ้งปัญหาต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อขอการสนับสนุนการแก้ปัญหาในงาน เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.82 เรื่องผู้บังคับบัญชาส่งเสริมการเพิ่มทักษะในการทำงานเพื่อพัฒนาตนเอง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.92 และเรื่องผู้บังคับบัญชาส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.94

ด้านบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องในการทำงานสามารถเล่าปัญหาต่าง ๆ ให้เพื่อนร่วมงานฟังได้ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.80 เรื่องสามารถเป็นตัวของตัวเองได้เมื่อทำงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.81 และเรื่องรู้สึกว้าเพื่อนร่วมงานเสมือนคนในครอบครัวของตนเอง เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.84

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์รถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ด้านความพร้อมใช้งาน	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านทรัพยากร	3.31	0.75	ปานกลาง	
1. ในการทำงาน ได้รับการสนับสนุนในสิ่งที่ต้องการจากองค์กรเพื่อทำภารกิจของตนเองให้แล้วเสร็จ	3.34	0.83	ปานกลาง	1
2. ในการทำงานมีทรัพยากรที่ต้องการอย่างเพียงพอเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์	3.28	0.83	ปานกลาง	3
3. องค์กรได้มีการแบ่งปันทรัพยากรส่วนกลางในการทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนการทำงาน	3.30	0.83	ปานกลาง	2



ตารางที่ 10 (ต่อ)

ด้านความพร้อมใช้งาน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านการรับรู้ถึงตัวตน	3.39	0.75	ปานกลาง	
4. ในการทำงาน รู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับงาน ทั้งอารมณ์และจิตใจ	3.46	0.83	ปานกลาง	1
5. รู้สึกว่าองค์กรเป็นเสมือนครอบครัว	3.33	0.89	ปานกลาง	3
6. สามารถแสดงพฤติกรรมความเป็นตัวตน ได้ในที่ทำงาน	3.39	0.81	ปานกลาง	2
ด้านกิจกรรมภายนอก	3.46	0.67	ปานกลาง	
7. มีทักษะและได้รับการฝึกอบรมในระดับที่ เหมาะสมเพื่อสามารถทำงานให้บรรลุ วัตถุประสงค์	3.48	0.77	ปานกลาง	2
8. การทำกิจกรรมภายนอกช่วยส่งเสริมให้มี ความพร้อมในการทำงานมากยิ่งขึ้น	3.39	0.78	ปานกลาง	3
9. รู้สึกมีคุณค่าในตนเองเมื่อได้ไปอบรมหรือ ทำกิจกรรมภายนอก	3.49	0.79	ปานกลาง	1
โดยภาพรวม	3.39	0.63	ปานกลาง	

จากตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านกิจกรรมภายนอก เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.67 ด้านการรับรู้ถึงตัวตน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.76 และด้านทรัพยากร เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.75 ด้านทรัพยากร เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องในการทำงาน ได้รับการสนับสนุนในสิ่งที่

ต้องการจากองค์กรเพื่อทำภารกิจของตนเองให้แล้วเสร็จ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.83 เรื่ององค์กรได้มีการแบ่งปันทรัพยากรส่วนกลางในการทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนการทำงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.83 และเรื่องในการทำงานมีทรัพยากรที่ต้องการอย่างเพียงพอเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.83

ด้านการรับรู้ถึงตัวตน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องในการทำงาน รู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับการทั้งอารมณ์และจิตใจ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.83 เรื่องสามารถแสดงพฤติกรรมความเป็นตัวตนได้ในที่ทำงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.81 และเรื่องรู้สึกว่างค์กรเป็นเสมือนครอบครัว เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.89

ด้านกิจกรรมภายนอก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องรู้สึกมีคุณค่าในตนเองเมื่อได้ไปอบรมหรือทำกิจกรรมภายนอก เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.79 เรื่องมีทักษะและได้รับการฝึกอบรมในระดับที่เหมาะสมเพื่อสามารถทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.77 และเรื่องการทำกิจกรรมภายนอกช่วยส่งเสริมให้มีความพร้อมในการทำงานมากยิ่งขึ้น เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.78

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

จากการสำรวจผู้วิจัยนำเสนอให้เห็นถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

เกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลคิดเป็นช่วง ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความผูกพันต่อองค์กร
1.00-1.50	หมายถึง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด
1.51-2.50	หมายถึง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อย
2.51-3.50	หมายถึง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง
3.51-4.50	หมายถึง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก
4.51-5.00	หมายถึง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน  
บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

ความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{x}$	SD	ระดับความผูกพัน	อันดับ
1. ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก	3.45	0.72	ปานกลาง	2
2. ด้านความผูกพันต่อเนื่อง	3.43	0.72	ปานกลาง	3
3. ด้านความผูกพันที่เกิดจาก มาตรฐานทางสังคม	3.55	0.73	มาก	1
โดยภาพรวม	3.47	0.64	ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความผูกพันต่อองค์กร  
ของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง  
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า  
พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับมาก 1 ด้าน และระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยมีความผูกพัน  
ต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม เป็นอันดับหนึ่ง  
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.73 ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก  
เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.72 และด้านความ  
ผูกพันต่อเนื่อง เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.72

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน  
บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึก

ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก	$\bar{x}$	SD	ระดับความผูกพัน	อันดับ
1. มีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวมาเป็น ส่วนหนึ่งขององค์กรนี้	3.70	0.81	มาก	1
2. มีความรู้สึกว่าเป็นปัญหาขององค์กร เปรียบเสมือนปัญหาของตนเอง	3.38	0.84	ปานกลาง	2
3. มีความรู้สึกว่าจะพร้อมที่จะเสียสละและ อุทิศตนให้กับองค์กรนี้	3.25	0.85	ปานกลาง	3
โดยภาพรวม	3.45	0.72	ปานกลาง	

จากตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึกในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวมาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.81 เรื่องมีความรู้สึกว่ายานพาหนะขององค์กรเปรียบเสมือนปัญหาของตนเอง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) 3.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.84 และเรื่องมีความรู้สึกว่ายานพาหนะจะเสียดสีและอุทิศตนให้กับองค์กรนี้ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) 3.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.85

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื้อ

ด้านความผูกพันต่อเนื้อ	$\bar{x}$	SD	ระดับความผูกพัน	อันดับ
1. องค์กรนี้สามารถตอบสนองในสิ่งที่ต้องการได้อย่างเพียงพอ	3.38	0.86	ปานกลาง	3
2. คิดว่าองค์กรนี้ให้สิ่งที่ต้องการมากกว่าองค์กรอื่น	3.39	0.79	ปานกลาง	2
3. ยังคงทำงานที่องค์กรนี้ เนื่องจากได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เหมาะสม	3.51	0.78	มาก	1
โดยภาพรวม	3.43	0.72	ปานกลาง	

จากตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื้อในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องยังคงทำงานที่องค์กรนี้ เนื่องจากได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เหมาะสม เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.78 เรื่องคิดว่าองค์กรนี้ให้สิ่งที่ต้องการมากกว่าองค์กรอื่น

เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.79 และเรื่ององค์กรนี้ สามารถตอบสนองในสิ่งที่ต้องการได้อย่างเพียงพอเป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.86

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจาก มาตรฐานทางสังคม

ด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม	$\bar{x}$	SD	ระดับความผูกพัน	อันดับ
1. ต้องการงานในห้องเครื่องประสบความสำเร็จ	3.72	0.75	มาก	1
2. จะรู้สึกไม่สบายใจหากลาออกในขณะที่องค์กรมีปัญหา	3.43	0.86	ปานกลาง	3
3. ไม่เคยมีความคิดที่จะไปร่วมงานกับองค์กรคู่แข่ง	3.50	0.99	ปานกลาง	2
โดยภาพรวม	3.55	0.73	มาก	

จากตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องต้องการงานในห้องเครื่องประสบความสำเร็จ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.75 เรื่องไม่เคยมีความคิดที่จะไปร่วมงานกับองค์กรคู่แข่ง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.99 และเรื่องจะรู้สึกไม่สบายใจหากลาออกในขณะที่องค์กรมีปัญหา เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.86

#### ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

$H_0$ : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามเพศ

ความผูกพันต่อองค์กร	ชาย (n = 164)		หญิง (n = 214)		t	P-value
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ความผูกพันด้านความรู้สึก	3.37	0.78	3.50	0.66	-1.696	0.091
2. ความผูกพันต่อเนื่อง	3.41	0.79	3.43	0.67	-0.266	0.790
3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม	3.52	0.77	3.57	0.69	-0.632	0.528
โดยภาพรวม	3.44	0.70	3.50	0.60	-0.966	0.335

\*  $P \leq 0.05$ , \*\*  $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เมื่อจำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test พบว่าความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ค่า P-value เท่ากับ 0.335 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.091 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

2. ความผูกพันต่อเนื่อง พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.790 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื่องไม่แตกต่างกัน

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.528 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

$H_0$ : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ

ความผูกพันต่อองค์กร	ต่ำกว่า 20		20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		F	P-value
	ปี (n = 8)		(n = 217)		(n = 150)		(n = 3)			
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. ความผูกพันด้านความรู้สึก	2.92	0.46	3.43	0.68	3.48	0.76	4.33	0.58	3.237	0.022*
2. ความผูกพันต่อเนื่อง	3.04	1.09	3.44	0.74	3.42	0.66	3.89	0.84	1.192	0.313
3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม	3.17	1.08	3.55	0.70	3.55	0.73	4.11	0.84	1.344	0.260
โดยภาพรวม	3.04	0.79	3.47	0.64	3.49	0.64	4.11	0.73	2.215	0.086

\*  $P \leq 0.05$ , \*\*  $P \leq 0.01$  \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ความผูกพันของพนักงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน แสดงว่าอายุที่แตกต่างกัน

ไม่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน ค่า P-value เท่ากับ 0.086 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความผูกพันต่อเนื่อง พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.313 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื่อง ไม่แตกต่างกัน

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.260 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ระหว่างระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เมื่อจำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี
		2.92	3.43	3.48	4.33
ต่ำกว่า 20 ปี	2.92	-	-0.51 (0.048*)	-0.57 (0.028*)	-1.42 (0.003*)
20-29 ปี	3.43		-	-0.05 (0.436)	-0.91 (0.029*)
30-39 ปี	3.48			-	-0.85 (0.041*)
40-49 ปี	4.33				-

\*  $P \leq 0.05$ , \*\*  $P \leq 0.01$  \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความรู้สึก จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่าพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความรู้สึกน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พนักงานที่มีอายุ 20-29 ปี และอายุ 30-39 ปี มีระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความรู้สึกน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

$H_0$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา

ความผูกพันต่อองค์กร	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 265)		ปริญญาตรี/เทียบเท่า (n = 109)		ปริญญาโท (n = 4)		F	P-value
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความผูกพันด้านความรู้สึก	3.43	0.74	3.48	0.65	3.25		
2. ความผูกพันต่อเนื่อง	3.46	0.77	3.34	0.61	3.33	0.47	1.086	0.339
3. ความผูกพันที่เกิดจาก มาตรฐานทางสังคม	3.55	0.76	3.56	0.66	3.42	0.83	0.078	0.925
โดยภาพรวม	3.48	0.67	3.46	0.57	3.33	0.71	0.128	0.880

จากตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.880 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.712 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

2. ความผูกพันต่อเนื่อง พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.339 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื่องไม่แตกต่างกัน

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.925 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

$H_0$ : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพ

ความผูกพันต่อองค์กร	โสด		สมรส		หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ (n = 17)		F	P-value
	(n = 195)		(n = 166)					
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. ความผูกพันด้านความรู้สึก	3.44	0.74	3.49	0.68	3.08	0.76	2.641	0.073
2. ความผูกพันต่อเนื่อง	3.40	0.77	3.45	0.67	3.45	0.71	0.259	0.772
3. ความผูกพันที่เกิดจาก มาตรฐานทางสังคม	3.55	0.78	3.56	0.67	3.51	0.69	0.040	0.960
โดยภาพรวม	3.46	0.69	3.50	0.59	3.35	0.60	0.532	0.588

จากตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพโดยภาพรวม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.588 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.073 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึก ไม่แตกต่างกัน

2. ความผูกพันต่อเนื่อง พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.772 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื่อง ไม่แตกต่างกัน

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.960 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

$H_0$ : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารยยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความผูกพันต่อองค์กร	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท		10,001-14,000 บาท		14,001-18,000 บาท		18,001-22,000 บาท		22,001-26,000 บาท		F	P-value
	(n = 3)		(n = 244)		(n = 110)		(n = 15)		(n = 6)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ความผูกพันด้านความรู้สึก	3.67	0.33	3.46	0.70	3.39	0.77	3.60	0.67	3.44	0.83	0.419	0.795
2. ความผูกพันต่อเนื่อง	3.67	0.33	3.46	0.72	3.36	0.76	3.38	0.58	3.28	0.39	0.514	0.725
3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม	3.78	0.19	3.55	0.70	3.52	0.80	3.80	0.60	3.28	0.71	0.790	0.532
โดยภาพรวม	3.70	0.17	3.49	0.62	3.42	0.72	3.59	0.55	3.33	0.59	0.506	0.731

จากตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยภาพรวม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.731 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.795 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันด้านความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

2. ความผูกพันต่อเนื่อง พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.725 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันต่อเนื่องไม่แตกต่างกัน

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.532 มีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยทางจิตวิทยามีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิต  
 ยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

$H_0$ : ปัจจัยทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิต  
 ยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิต  
 ยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน  
 บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiplier  
 regression analysis) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ผู้วิจัยนำค่าการวัดจากตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปร  
 ปัจจัยทางจิตวิทยา ประกอบด้วย ตัวแปรด้านความมีคุณค่า (x1) ด้านความมั่นคง (x2) ด้าน  
 ความพร้อมใช้งาน (x3) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์  
 แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง (Y) นำเข้าสมการถดถอยพหุคูณ เพื่อวิเคราะห์ค้นหาแปรที่มีผลโดยใช้วิธี  
 Forward ดังแสดงในตารางที่ 21-23

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา และความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปร	ด้านความมี คุณค่า	ด้านความ มั่นคง	ด้านความพร้อม ใช้งาน	ความผูกพัน ต่อองค์กร
ด้านความมีคุณค่า	1			
ด้านความมั่นคง	0.722 (0.000**)	1		
ด้านความพร้อมใช้งาน	0.704 (0.000**)	0.752 (0.000**)	1	
ความผูกพันต่อองค์กร	0.626 (0.000**)	0.687 (0.000**)	0.765 (0.000**)	1

\*  $P \leq 0.05$ , \*\*  $P \leq 0.01$  \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แต่เป็นระดับความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่สูงกว่า 0.80 (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554, หน้า 38) ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

ตารางที่ 22 ตาราง ANOVA จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยา ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value
Regression	96.028	2.000	48.014	297.833	0.000**
Residual	60.454	375.000	0.161		
Total	156.482	377.000			

\*  $P \leq 0.05$ , \*\*  $P \leq 0.01$  \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ Multiple linear regression analysis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ด้านความมีคุณค่า ด้านความมั่นคง ด้านความพร้อมใช้อย่างน้อยหนึ่งด้านมีความสัมพันธ์ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ได้ ร้อยละ 61.40 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 23 Coefficient ของตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยา ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน  
บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอย  
พหุคูณ (Enter multiplier regression analysis)

ตัวแปร	b	SE <sub>b</sub>	B	t	P-value
(Constant)	0.587	0.122		4.807	0.000**
ด้านความมั่นคง (x2)	0.259	0.049	0.257	5.281	0.000**
ด้านความพร้อมใช้งาน (x3)	0.582	0.050	0.571	11.735	0.000**

R = 0.783, R<sup>2</sup> = 0.614, SEE = 0.402

\* P ≤ 0.05, \*\* P ≤ 0.01 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ (Enter multiplier regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก H<sub>0</sub> หมายความว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง แตกต่างกัน โดยปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านความมีคุณค่า ด้านความมั่นคง ด้านความพร้อมใช้

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยา ที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตัวแปรด้านความพร้อมใช้งาน (x3) รองลงมา คือ ตัวแปรด้านความมั่นคง (x2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้คะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.587 + 0.259 x2^{**} + 0.582 x3^{**}$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  = ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้คะแนนดิบ

$X_2 =$  ความมั่นคง

$X_3 =$  ความพร้อมใช้งาน

สมการพยากรณ์ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้คะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.257 x_2^{**} + 0.571 x_3^{**}$$

เมื่อ  $\hat{Z} =$  ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง โดยใช้คะแนนมาตรฐาน

$X_2 =$  ความมั่นคง

$X_3 =$  ความพร้อมใช้งาน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยสรุปจากสมการพยากรณ์ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ประกอบด้วยตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยาในด้านความมั่นคง และด้านความพร้อมใช้งาน โดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก กล่าวคือ

1. หากตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยาในด้านความมั่นคง ปรับตัวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.257 หน่วย

2. หากตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยาในด้านความพร้อมใช้งาน ปรับตัวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.571 หน่วย

ส่วนตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่า พบว่า ไม่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

#### วิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่ม (Focus group) พนักงานจำนวน 9 คน แบ่งเป็นระดับผู้บริหารระดับผู้บังคับบัญชาและระดับระดับปฏิบัติงานระดับละ 2 คน เกี่ยวกับนิยามความหมายและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาและความผูกพัน เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ทั้งนี้ใช้สัญลักษณ์แทนพนักงานทั้ง 3 ระดับ ดังนี้



ระดับผู้บริหาร	M1 หมายถึง ผู้บริหารคนที่ 1 M2 หมายถึง ผู้บริหารคนที่ 2
ระดับผู้บังคับบัญชา	S1 หมายถึง ผู้บังคับบัญชาคนที่ 1 S2 หมายถึง ผู้บังคับบัญชาคนที่ 2
ระดับปฏิบัติงาน	P1 หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานงานคนที่ 1 P2 หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานงานคนที่ 2

### ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับแนวคิดและข้อเสนอแนะปัจจัยทางจิตวิทยา

#### 1. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความมีคุณค่า

ผู้บริหารคนที่ 1 (M1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า องค์กรจะทำอะไรให้พนักงานรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเองเพราะปัจจุบันพนักงานส่วนที่ไม่รู้หน้าที่ของตนเองก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในองค์กรตามมา เช่น ไม่ตระหนักว่าตนเองต้องเข้าประชุมแถวตอนเช้าเพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารการผลิต เช่นนั้นทำให้การทำงานไม่ราบรื่นไม่รู้ปัญหาปัจจุบันพนักงานไม่สามารถปฏิบัติงานคนเดียวโดยไม่เชื่อมต่อกับบุคคลอื่นได้

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 2 (S2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า หัวหน้าควรให้อำนาจในการตัดสินใจ เมื่อพนักงานสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว เขาจะเกิดความเชื่อมั่นในตัวเอง เกิดความภาคภูมิใจ ไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งงานไหน ถ้ามีความมั่นใจ พนักงานก็จะผลิตชิ้นงานให้ออกมามีคุณภาพ

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 1 (P1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า การทำงานที่ศิคนในแผนกควรให้ความเคารพซึ่งกันและกัน ทั้งหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน จะทำให้เกิดบรรยากาศในการทำงานดี ไม่เครียด

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 2 (P2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ชอบการทำงานร่วมกันกับเพื่อนร่วมงานเพราะไม่เบื่อ สามารถช่วยเหลือกันได้ แต่ในทีมต้องไม่มีการเอาเปรียบกัน ไมอย่างนั้นจะกลายเป็นการเพิ่มภาระของกลุ่มแทน

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 1 (S1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ในฐานะที่เป็นผู้บังคับบัญชาดูแลทั้งหัวหน้างานและพนักงานระดับปฏิบัติการ ประสบการณ์ชี้ให้เห็นว่าการให้ความช่วยเหลือของหัวหน้างานที่ดูแลใกล้ชิดมีส่วนสำคัญในการทำให้พนักงานมีความสุข เพราะหากพนักงานแก้ปัญหาไม่ได้แล้วไม่มีที่ปรึกษาที่จะทอดยต่อการแก้ปัญหาในครั้งต่อไป ปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขจะถูกซ่อนอยู่อย่างนั้น ทั้งนี้ต้องเว้นช่องว่างให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เขาพัฒนาและเรียนรู้ความสามารถว่าตนเองก็มีศักยภาพ

ตารางที่ 24 สรุปนิยามปัจจัยจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าของผู้ให้สัมภาษณ์

คำตอบ ผู้ให้สัมภาษณ์	M1	M2	S1	S2	P1	P2	คะแนนรวม
1. การเพิ่มคุณค่าของงาน	✓						1
2. บทบาทการทำงาน			✓	✓			2
3. ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	✓		✓		✓	✓	4

จากการทบทวนตามนิยามของพนักงานตามตาราง 4-23 ผู้วิจัยขอสรุปนิยามของ คำว่า ปัจจัยจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าว่าการสร้างความผูกพันจากปัจจัยจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าเกิดจากองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ การพัฒนาทักษะการทำงาน งานที่รับผิดชอบ และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน แต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญแตกต่างกัน คือ 1) ระบบช่วยเหลือต่าง ๆ ในการทำให้เกิดการพัฒนาตนเองต้องได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 2) พนักงานรับผิดชอบบทบาทหน้าที่ของตนเอง เข้าใจ รักในงานที่ทำ 3) การสังคมในการอยู่ร่วมกันระหว่างบุคคลในแผนกส่งเสริมการทำงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

## 2. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความมั่นคง

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 2 (P2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า หัวหน้าที่ไม่สอนงานลูกน้องมีส่วนทำให้พนักงานลาออก เพราะพนักงานที่เข้ามาใหม่ยังทำไม่เป็น จะไปถามเพื่อนร่วมงานเพื่อนร่วมงานก็ยุ่งกับการทำงานของตัวเองให้ได้ตามยอดผลิต ถ้าหัวหน้าไม่ปูพื้นฐานไม่สอนให้พนักงานใหม่ ทำเป็นพนักงานพวกนั้นก็เลยลาออกเพราะกดดัน ทำไม่ได้

ผู้บริหารคนที่ 2 (M2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานที่ผู้บังคับบัญชาทุกคนควรมีทักษะ คือ การเข้าถึงผู้ใต้บังคับบัญชา ทำอย่างไรให้สามารถเปิดใจให้พวกเขาเต็มใจที่จะทำงาน กล้าปรึกษาหารือ เพราะหากผู้บังคับบัญชานั้นแต่งงานเน้นแต่เป้าการผลิตโดยไม่ใส่ใจไถ่ถามปัญหาของพนักงาน ในอนาคตการให้ความร่วมมือตรงจุดนี้จะน้อยลง ส่งผลทำให้ไม่สามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้ หัวหน้างานต้องเก่งงานและเก่งคนควบคู่กัน

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 2 (S2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า แผนกของเรามีพนักงานไม่มาก ชอบที่ทุกคนรู้จักกันหมด ทำให้ทำงานได้ง่ายขึ้น สิ่งที่ทำให้มีความสุขคือเพื่อนร่วมงานที่เป็นมากกว่าที่ทำงาน เลิกงานก็ไปเตะฟุตบอล หออะไรนั่งกินที่บ้านเพื่อน ไม่ใช่แค่การทำงานจบวันก็แยกย้ายกลับบ้าน

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 1 (S1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ตนเองพยายามเป็นมากกว่าหัวหน้างานนอกจากต้องส่งเสริมให้พนักงานทำงานได้อย่างราบรื่นงานมีคุณภาพ ไม่เกิดอุบัติเหตุ การเข้าใจชีวิตและครอบครัวของพนักงานก็มีส่วนช่วยในการทำงานต้องเข้าใจบางครั้งพนักงานลาเพราะดูแลลูกก็ต้องให้เวลา ไม่ใช่จะให้แต่มาทำงานอย่างเดียวโดยไม่สนใจครอบครัวเขาเลย บางครั้งเราต้องยอมเสียบางส่วนบ้าง ไม่อย่างนั้นการทำงานร่วมกันก็ไม่สำเร็จ

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 1 (P1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ชอบหัวหน้างานที่รับฟังความคิดเห็นของลูกน้อง ตามปกติลูกน้องก็ไม่สนิทใจกับหัวหน้างานเป็นเรื่องปกติ ยิ่งถ้าเจอหัวหน้างานที่บ้าอำนาจไม่รับฟัง พนักงานก็ยิ่งพากันหนีห่าง ทำให้งานไม่สำเร็จบางคนจึงเลือกที่จะพูดคุยปรึกษาเพื่อนที่ทำงานมาก่อน

ตารางที่ 25 สรุปนิยามปัจจัยจิตวิทยาด้านความมั่นคงของผู้ให้สัมภาษณ์

คำตอบ ผู้ให้สัมภาษณ์	M1	M2	S1	S2	P1	P2	คะแนนรวม
1. ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา		✓	✓		✓	✓	4
2. บรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน				✓	✓		2

จากการทบทวนตามนิยามของพนักงานตามตาราง 4-24 ผู้วิจัยขอสรุปนิยามของ คำว่า ปัจจัยจิตวิทยาด้านความมั่นคงว่าการสร้างความผูกพันจากปัจจัยจิตวิทยาด้านความมั่นคงเกิดจากองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ บังคับบัญชา และบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงานแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญแตกต่างกัน คือ 1) ผู้บังคับบัญชา ซึ่งมีหน้าที่ดูแลช่วยเหลือให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น 2) บรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน พนักงานจะรู้สึกมั่นคงปลอดภัยเมื่ออยู่ในสังคมที่เพื่อนร่วมงานมีความช่วยเหลือจนเจอ เข้าอกเข้าใจซึ่งกันและกัน

### 3. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความพร้อมใช้งาน

ผู้บริหารคนที่ 2 (M2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้เก่ง ไม่สามารถหยุดเพียงแค่การสอนหน้างานลักษณะ On the job training เท่านั้น เพราะพนักงานจะคุ้นชินกับเฉพาะลักษณะงานที่ปฏิบัติเป็นประจำ การอบรมด้วยวิทยากรจากภายนอกหรือส่งพนักงานไปอบรมสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางนั้น ช่วยเปิดมุมมองให้พนักงานกลับมาต่อยอดงานที่ทำได้ดียิ่งขึ้น เพราะพวกเขาได้วิธีคิดใหม่ ๆ อยากรู้ก็ตามสิ่งที่ควรให้

ความสำคัญไม่แพ้บุคลากรคือ ความพร้อมของสิ่งสนับสนุนการทำงานให้พนักงานที่เก่งนั้นใช้ความสามารถได้คุ้มค่าที่สุด

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 2 (S2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ผู้ที่เป็นผู้บังคับบัญชามองพนักงานออกกว่าทำได้ตามคำสั่งหรือพนักงานมีความใส่ใจในการทำงานจริง ๆ นอกจากการควบคุมดูแลให้พนักงานทำงานได้ตามเป้าหมาย เป็นหน้าที่ของหัวหน้างานที่ต้องกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกใส่ใจในงานอย่างแท้จริง

ผู้บริหารคนที่ 1 (M1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า พนักงานจะสามารถปฏิบัติงานได้ราบรื่น องค์กรต้องจัดสมดุลให้ทรัพยากรหรืออุปกรณ์สนับสนุนการผลิตมีความเหมาะสม องค์กร หากมากเพราะกลัวไม่เพียงพอที่จะเกินต้นทุนที่เกินความจำเป็น ไม่เกิดประโยชน์ ในทางกลับกันหากมีจำนวนน้อยจนไม่เพียงพอที่จะเกิดปัญหา พนักงานไม่สามารถปฏิบัติงานตามเวลาที่กำหนดเพราะต้องคอยหยิบยืมของเหล่านั้นต่อจากผู้ที่กำลังปฏิบัติงาน

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 1 (P1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า รู้สึกดีที่บริษัทให้ไปอบรมภายนอกโดยไม่ต้องลางาน รู้สึกว่าเป็นธรรมเพราะหลักสูตรที่ออกไปอบรมส่วนมากก็เกี่ยวข้องกับงาน อบรมเป็นความรู้ติดตัวแล้วยังมาปรับใช้ในงานได้อีกด้วย

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 2 (P2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในแผนกทำให้อยู่ที่นี้ได้นาน เพื่อนร่วมงานรู้จักกันมานาน ถึงจะไม่สนิทกันทุกคน แต่การที่คุยได้ทุกคนทำให้งานง่ายมากขึ้น

ตารางที่ 26 สรุปนิยามปัจจัยจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานของผู้ให้สัมภาษณ์

คำตอบ ผู้ให้สัมภาษณ์	M1	M2	S1	S2	P1	P2	คะแนนรวม
1. ทรัพยากร	✓	✓					2
2. การรับรู้ถึงตัวตน				✓			1
3. กิจกรรมภายนอก		✓			✓		2

จากการทบทวนตามนิยามของพนักงานตามตาราง 4-25 ผู้วิจัยขอสรุปนิยามของ คำว่า ปัจจัยจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานว่าการสร้างความผูกพันจากปัจจัยจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งานเกิดจากองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ทรัพยากร การสร้างคุณค่าบุคคล และกิจกรรมภายนอก แต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญแตกต่างกัน คือ 1. ทรัพยากร ต้องมีพอเพียงเพียงสามารถเข้าถึงได้สะดวกเพื่อใช้สนับสนุนการทำงาน 2. การสร้างคุณค่าบุคคล คือ การร่วมสร้างความรู้สึกให้

พนักงานมีความใส่ใจในการทำงานจริง ๆ 3. กิจกรรมภายนอกช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และเปิดประสบการณ์ในการทำงาน

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับแนวคิดและข้อเสนอแนะความผูกพันต่อองค์กร

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 1 (P1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ก่อนหน้านี้บริษัทมีการควบคุม OT (การทำงานล่วงเวลา) ทำให้รายได้ของพนักงานน้อยลงแต่หนี้สินเท่าเดิมทำให้อยู่ไม่ได้ ต้องหางานใหม่เพื่อให้รายรับพอ ๆ กับรายจ่าย ไม่ได้บอกว่าเงินสำคัญที่สุดแต่บางครั้งการที่รายรับน้อยลงก็ทำให้มีพนักงานบางส่วนออกไปหางานใหม่ ไม่ใช่เพราะว่าพวกเขาต้องการทำให้บริษัทเสียหาย แต่พวกเขาต้องคืนรนเอาตัวรอด

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 2 (S2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า เวลามีคนถามถามว่าทำงานที่ไหน ก็ไม่รู้สึกเงินเยอะที่จะตอบเพราะด้วยยี่ห้อเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว อีกอย่างมองว่าเป็นที่ที่สร้างรายได้ ทำให้ตั้งตัวได้

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 2 (P2 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า ด้วยความที่ผมกับหัวหน้าคุ้นเคยกันเพราะเริ่มงานใกล้เคียงกัน ได้ทำงานด้วยกัน เวลาที่เห็นหัวหน้าโดนตำหนิจากผู้จัดการก็รู้สึกไม่ดีตามไปด้วย เพราะที่หัวหน้าโดนตำหนิส่วนหนึ่งก็มาจากการที่เราทำงานไม่เรียบร้อย หัวหน้าเป็นคนที่ผมเรื่ออีกที ต้องออกหน้าแทนเราบ่อย ๆ ก็เกรงใจ

ผู้บริหารคนที่ 1 (M1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า เป็นเรื่องท้าทายในการปรับเปลี่ยนทัศนคติพนักงานให้รู้สึกรักองค์กรมีความทุ่มเทรักในงานที่ทำ ด้วยพนักงานมองการตอบแทนเป็นรูปแบบของการจ่ายค่าจ้างและเงินเดือน แต่ในความเป็นจริงที่คนส่วนใหญ่มองข้ามมีอีกหลายประการ องค์กรอุ้มชูดูแล ให้โอกาสพนักงานได้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีความปรารถนาที่จะให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุข องค์กรจัดทำให้ เช่น การสำรวจทั้งองค์กรเรื่องจุดพักเบรก จุดสูบบุหรี่เพื่อให้พนักงานสุขภาพกายสุขภาพใจดี พร้อมทั้งจะทำงาน

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 1 (S1 (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2560) กล่าวว่า องค์กรร่วมกับสหภาพแรงงานมีการปรับปรุงสวัสดิการให้ดีขึ้นทุกปี สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่แค่การทำให้พนักงานในองค์กรพึงพอใจแต่ยังสะท้อนออกไปสู่สายตาคนภายนอก ดึงดูดคนที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานกับองค์กร เพราะสิ่งที่คนภายนอกรับรู้อย่างชัดเจนที่สุดคือ ระดับค่าจ้างสวัสดิการและโบนัส (เงินตอบแทนพิเศษ)

ตารางที่ 27 สรุปนิยามทัศนคติความผูกพันของผู้ให้สัมภาษณ์

คำตอบ ผู้ให้สัมภาษณ์	M1	M2	S1	S2	P1	P2	คะแนนรวม
1. ความผูกพันด้านความรู้สึก	✓			✓			2
2. ความผูกพันต่อเนื้อ	✓		✓		✓		3
3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม					✓	✓	2

จากการทบทวนตามนิยามของพนักงานตามตารางที่ 4-26 ผู้วิจัยขอสรุปนิยามของ คำว่า ความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นการสร้างให้พนักงานมีความรู้สึกร่วมในทุกความรู้สึก เช่น เมื่อองค์กรประสบความสำเร็จ พนักงานร่วมยินดี ภูมิใจ หรือเมื่อองค์กรประสบปัญหา พนักงานในองค์กรรู้สึกมีส่วนร่วมที่จะร่วมรับผิดชอบ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง 3) แนวทางการพัฒนาความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง จำนวน 6,844 คน (จากฝ่ายบุคคลบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2559) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ หากค่าสถิติพื้นฐาน t-test, F test One-way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple regress analysis (MRA) โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.61 และเป็นเพศชายร้อยละ 43.39 อายุของพนักงานส่วนใหญ่ อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.41 ระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.11 สถานภาพสมรสของพนักงานส่วนใหญ่ โสด คิดเป็นร้อยละ 51.59 รายได้ต่อเดือนของพนักงานส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-14,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.55

2. วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

##### 2.1 ด้านความมีคุณค่า

ด้านความมีคุณค่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน

ร่วมงาน เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านการเพิ่มคุณค่าของงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.67 และด้านบทบาทการทำงาน เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.54

ด้านการเพิ่มคุณค่าของงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องรู้จักหน้าที่ทำอยู่เป็นอย่างดี เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.80 เรื่องงานที่ทำช่วยพัฒนาทักษะ ความชำนาญ ต่อยอดความรู้เดิม เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.67 และเรื่องได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชาอย่างดีเสมอเป็นอันดับสุดท้ายค่าเฉลี่ย 3.55

ด้านบทบาทการทำงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องงานและตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายมีคุณค่า เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.69 เรื่องงานที่ทำเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.56 และเรื่องมีอิสระในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบ เป็นอันดับสุดท้ายค่าเฉลี่ย 3.37

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องมีประสบการณ์ในการทำงานที่ดีร่วมกับเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.77 เรื่องไว้วางใจในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.66 และเรื่องเพื่อนร่วมงานช่วยส่งเสริมให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นอันดับสุดท้ายค่าเฉลี่ย 3.65

## 2.2 ด้านความมั่นคง

ด้านความมั่นคง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.61 ด้านความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.47

ด้านความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องกล้าที่จะแจ้งปัญหาต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อขอการสนับสนุนการแก้ปัญหาในงาน เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.74 เรื่องผู้บังคับบัญชาส่งเสริมการเพิ่มทักษะในการทำงานเพื่อพัฒนาตนเอง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.42 และเรื่องผู้บังคับบัญชาส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.27

ด้านบรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องในการทำงานสามารถเล่าปัญหาต่าง ๆ ให้เพื่อนร่วมงานฟังได้ เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.68 เรื่องสามารถเป็นตัวของตัวเองได้เมื่อทำงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.64 และเรื่องรู้สึกที่เพื่อนร่วมงานเสมือนคนในครอบครัวของตนเอง เป็นอันดับสุดท้ายค่าเฉลี่ย 3.51



### 2.3 ด้านความพร้อมใช้งาน

ด้านความพร้อมใช้งาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านกิจกรรมภายนอก เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.46 ด้านการรับรู้ถึงตัวตน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.39 และด้านทรัพยากร เป็นอันดับสุดท้ายค่าเฉลี่ย 3.31

ด้านทรัพยากร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องในการทำงาน ได้รับการสนับสนุนในสิ่งที่ต้องการจากองค์กรเพื่อทำภารกิจของตนเอง ให้แล้วเสร็จ เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.34 เรื่ององค์กรได้มีการแบ่งปันทรัพยากรส่วนกลางในการทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนการทำงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.30 และเรื่องในการทำงาน มีทรัพยากรที่ต้องการอย่างเพียงพอเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.28

ด้านการรับรู้ถึงตัวตน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องในการทำงาน รู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับงานทั้งอารมณ์และจิตใจ เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.46 เรื่องสามารถแสดงพฤติกรรมความเป็นตัวตนได้ในที่ทำงาน เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.39 และเรื่องรู้สึกว่าองค์กรเป็นเสมือนครอบครัว เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.33

ด้านกิจกรรมภายนอก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องรู้สึกมีคุณค่าในตนเองเมื่อได้ไปอบรมหรือทำกิจกรรมภายนอก เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.49 เรื่องมีทักษะและได้รับการฝึกอบรมในระดับที่เหมาะสมเพื่อสามารถทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.48 และเรื่องการทำกิจกรรมภายนอกช่วยส่งเสริมให้มีความพร้อมในการทำงานมากยิ่งขึ้น เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.39

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.55 ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.45 และด้านความผูกพันต่อเนื่อง เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.43

ด้านความผูกพันด้านความรู้สึก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวมาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้ เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.70 เรื่องมีความรู้สึกว่าเป็นปัญหาขององค์กรเปรียบเสมือนปัญหาของตนเอง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.38 และเรื่องมีความรู้สึกว่าจะเสียสละและอุทิศตนให้กับองค์กรนี้ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.25

ด้านความผูกพันต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องยังคงทำงานที่องค์กรนี้ เนื่องจากได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เหมาะสม เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.51 เรื่องคิดว่าองค์กรนี้ให้สิ่งที่ต้องการมากกว่าองค์กรอื่น เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.39 และเรื่ององค์กรนี้สามารถตอบสนองในสิ่งที่ต้องการได้อย่างเพียงพอ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.38

ด้านความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามลำดับ ดังนี้ เรื่องต้องการทำงานในองค์กรประสบความสำเร็จ เป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 3.72 เรื่องไม่เคยมีความคิดที่จะไปร่วมงานกับองค์กรคู่แข่ง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.50 และเรื่องจะรู้สึกไม่สบายใจหากลาออกในขณะที่องค์กรมีปัญหา เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.43

4. เปรียบเทียบระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

4.1 เพศ ในภาพรวมระดับความผูกพันของพนักงานเพศหญิงและเพศชายไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.335 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 3 ด้าน เพศหญิงและเพศชาย มีระดับความผูกพันไม่แตกต่างกัน คือ ความผูกพันด้านความรู้สึกมีค่า Sig. เท่ากับ 0.091 ความผูกพันต่อเนื่องมีค่า Sig. เท่ากับ 0.790 และความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.528

4.2 อายุ ในภาพรวมระดับความผูกพันของพนักงานกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.086 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อเนื่อง ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม พบว่า มีเพียงความผูกพันด้านความรู้สึกที่อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความผูกพันของพนักงานแตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 เมื่อพบความแตกต่างในด้านความผูกพันด้านความรู้สึก ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบช่วงอายุทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า มีเพียงกลุ่มอายุ 20-29 ปี เปรียบเทียบกับอายุ 30-39 ปี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.436

4.3 ระดับการศึกษา ในภาพรวมระดับความผูกพันของพนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.880 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 3 ด้าน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึก โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.712 ความผูกพันต่อเนื่อง

โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.339 และความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.925

4.4 สถานภาพ ในภาพรวมระดับความผูกพันของพนักงานที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.588 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 3 ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึกโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.073 ความผูกพันต่อเนื่องโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.772 และความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.960

4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมระดับความผูกพันของพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.731 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 3 ด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึกโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.795 ความผูกพันต่อเนื่องโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.725 และความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคมโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.532

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานกรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยความมีคุณค่า ความมั่นคง ความพร้อมใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร

#### สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานทั้ง 6 ท่าน ได้กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

ผู้บริหารคนที่ 1 กล่าวถึงสิ่งสำคัญคือต้องทำ คือ การให้พนักงานรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง มีความสัมพันธ์ร่วมกับบุคคลอื่น ในส่วนขององค์กรควรจัดหาทรัพยากรหรืออุปกรณ์สนับสนุนการผลิตให้มีความเหมาะสม และสร้างให้เกิดทัศนคติพนักงานให้รู้สึกรักองค์กร มีความทุ่มเทรักในงานที่ทำ

ผู้บริหารคนที่ 2 กล่าวถึงปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร คือ การพัฒนาคนโดยหัวหน้างาน หัวหน้างานต้องเข้าถึงผู้ใต้บังคับบัญชา ให้สามารถเปิดใจให้พวกเขาเต็มใจที่จะทำงาน กล้าปรึกษาหารือแจ้งปัญหา และรูปแบบการพัฒนาคนไม่สามารถหยุดนิ่งเพียงแค่การสอนงานพนักงานเพียงอย่างเดียว ควรมีการส่งเสริมให้ไปอบรมกับผู้เชี่ยวชาญหรือสถาบันภายนอก

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 1 เน้นเรื่องบทบาทการทำหน้าที่ของผู้บังคับบัญชาเป็นหลัก โดยมองว่าหัวหน้างานที่ดีไม่ใช่แค่การกำกับควบคุมให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย

ขององค์กร แต่ยังคงถือกลงไปถึงการสร้างให้พนักงานมีความสุข มองถึงครอบครัวพนักงาน และสิ่งที้องค์กรควรให้ความสำคัญ คือ การตรวจสอบ ปรับปรุงให้สวัสดิการขององค์กร มีความสามารถในการแข่งขันด้านตลาดแรงงาน สามารถจูงใจผู้มีความรู้ความสามารถให้มาร่วมทำงานในองค์กร

ผู้บังคับบัญชาคนที่ 2 กล่าวถึงการให้เกียรติซึ่งกันและกัน อยู่ร่วมกันอย่างเรียบง่าย เสมือนคนในครอบครัว ไว้ใจในการให้อิสระผู้ใต้บังคับบัญชาในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบ กำกับควบคุมดูแลอยู่ห่าง ๆ แต่ไม่ละเลยที่จะกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกใส่ใจในงานอย่างแท้จริง

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 1 กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน การอยู่ร่วมกันระหว่าง หัวหน้างานและผู้ใต้บังคับบัญชา สื่อถึงความตั้งใจที่จะสร้างทีมงานคุณภาพเพื่อทำงานร่วมกัน อย่างมีความสุข ส่วนขององค์กรคือ สอดส่องดูแลด้านสวัสดิการให้พนักงานสามารถดำรงชีวิต อยู่ในสังคมได้

ผู้ปฏิบัติงานคนที่ 2 กล่าวถึงการทำงานร่วมกันในแผนระหว่างตนเอง เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างาน ลักษณะการทำงานเป็นทีม การช่วยเหลือซึ่งกันและ การสอนงานจากหัวหน้างาน ช่วยส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น อีกทั้งมีความรู้สึกร่วมต่อหัวหน้างานกรณีหัวหน้าถูกตำหนิ

## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดระยอง นั้นมีประเด็นที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานที่นัยสำคัญ 0.05 และนำมาอภิปราย ผลดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารถยนต์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดระยอง พบว่า ระดับความผูกพันของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้สึก ในระดับมาก ด้านความผูกพันต่อเนื่องในระดับมาก ด้านบรรทัดฐานทางสังคมอยู่ในระดับ ปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยที่ทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กร คือ รู้จักหน้าที่ที่ทำอยู่เป็นอย่างดี กล้าที่จะแจ้งปัญหาต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อขอการสนับสนุน การแก้ปัญหาในงาน รู้สึกมีคุณค่าในตนเองเมื่อได้ไปอบรมหรือทำกิจกรรมภายนอก สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปารีชาติ บัวเป็ง (2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน บริษัท ไคกัน-อินดัสทรีส์ประเทศไทย (จำกัด) พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพัน ต่อองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรู้สึกในระดับมาก ด้านความผูกพันต่อเนื่อง ในระดับปานกลาง ด้านบรรทัดฐานทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยที่ทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร คือ พนักงานมีความรู้สึกภูมิใจที่ได้ก้าวเข้ามา

เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อนร่วมงานเปรียบเสมือนคนในครอบครัวของตนเองและองค์กรนี้เปรียบเสมือนบ้านของตนเอง

การวิเคราะห์ระดับความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง เพศหญิงและชายมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันที่แตกต่างกันในด้านความผูกพันด้านความรู้สึก ได้แก่ พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า มีเพียงอายุ 20-29 ปี เปรียบเทียบกับอายุ 30-39 ปี มีระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานไม่แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานไม่แตกต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันของพนักงานไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติมา หลีกทอง (2557) ที่ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ผลิตยารส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งหนึ่ง โดยพบว่า เพศหญิงและชายมีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ไม่แตกต่างกัน กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันที่ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะอายุมากหรือน้อยก็มีความผูกพันต่อองค์กรเหมือนกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันที่ไม่แตกต่างกันเพราะในการทำงานต้องใช้ความชำนาญ ทักษะมาก สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันที่ไม่แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันที่แตกต่างกัน กล่าวได้ว่าพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากมีระดับความผูกพันมากกว่าพนักงานที่มีรายได้น้อย อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยาความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่าอยู่ในระดับมาก ความมั่นคงอยู่ในระดับมาก ความพร้อมใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของ Douglas et al. (2004) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทประกันภัยขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในแถบมิดเวสต์, สหรัฐอเมริกา พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรด้านความมีคุณค่าอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยในระดับปานกลาง ด้านความพร้อมใช้งานอยู่ในระดับมาก อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยารรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง ครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การศึกษานี้ พบว่า องค์กรควรส่งเสริมอิสระในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบให้แก่พนักงานในลักษณะการสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ภายในขอบเขตที่สามารถกระทำได้โดยไม่ส่งผลร้ายแรงแก่องค์กร โดยควรมีผู้บังคับบัญชาพิจารณาร่วมด้วยเพื่อเป็นการชี้แนะแนวทางให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองในอนาคตต่อไป

2. การศึกษานี้ พบว่า พนักงานมีความรู้สึกที่ไม่ได้รับการส่งเสริมจากผู้บังคับบัญชาให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวกในการปฏิบัติงาน トラบใจที่ยังไม่เกิดปัญหาผู้บังคับบัญชาไม่ได้ให้ความเอาใจต่อพนักงาน องค์กรจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมให้ผู้บังคับบัญชาดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาในเชิงรุก สังเกตเพื่อให้พนักงานปลดปล่อยภาระงานให้สามารถทำงาน ได้อย่างไม่เหน็ดเหนื่อยจนเกินไป

3. การศึกษานี้ พบว่า ในการทำงานมีทรัพยากรที่ต้องการมีไม่เพียงพอต่อความจำเป็นเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ สังเกตได้ว่าพนักงานมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจที่จะทำให้งานสำเร็จลุล่วง แต่ขาดการสนับสนุนด้านทรัพยากรที่เพียงพอทำให้ปฏิบัติงานได้ไม่สะดวก ทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ พนักงานมีความต้องการในการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงาน องค์กรควรมีการสำรวจความพอเพียงของทรัพยากรดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมให้พนักงานปฏิบัติงาน ได้อย่างเต็มกำลัง เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตจากการลดช่วงเวลารอทรัพยากร ไม่ควรควบคุมทรัพยากรเพื่อลดค่าใช้จ่ายในเรื่องนี้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เปรียบเทียบทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันในอุตสาหกรรมเดียวกัน คือ ประเภทขางรถยนต์อื่นเพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้

2. ศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความผูกพันเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของพนักงาน และนำผลที่ได้มาปรับปรุงให้เป็นองค์กรแห่งความสุขอย่างยั่งยืน

3. เก็บข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับแผนกที่ปฏิบัติงานเพิ่มเติม เนื่องจากแต่ละพื้นที่ปฏิบัติงานมีสภาพแวดล้อมและลักษณะงานที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบปัจจัยทางจิตวิทยาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันแต่ละแผนก นำไปสู่วิธีการแก้ปัญหาที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- การเมืองกรุงเทพธุรกิจ. (2558). *แนวโน้มสู่ตลาดแรงงานแข่งขันสมบูรณ์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634939>
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภกัต. (2552). *พัฒนาบุคลากรด้วยการเพิ่มคุณค่าในงาน: Job enrichment*. เข้าถึงได้จาก [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=1433&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1433&read=true&count=true)
- จิตติมา หลักทอง. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทฯ ผลผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุพจน์ นาคสวัสดิ์. (2559). *ภาควิชาการและภาคปฏิบัติของ Employee engagement employee*. ใน ลัดดา เตมีย์ (บรรณาธิการ). *Engagement survey* (หน้า 13-64). กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางการพยาบาล (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: ยูแอนดีไออินเทอร์เน็ตมีเดีย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประดิษฐ์พงษ์ สร้อยเพชร. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งหนึ่ง ส่วนงานวิศวกรรมที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน บริษัท ไคกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด)*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยราชมงคัลญบุรี.
- เลิศชัย สุธรรมานนท์ และเกศยา โอสถานุเคราะห์ (2558). *ตัวแบบความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร: กรณีศึกษาธุรกิจบริการรับชำระบริษัท XYZ จำกัด*. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 7(2), 96-106.

- วิชากร เสงษ์ภูิกุล, จิราภรณ์ กลิ่นสุข และภัสสร จินะวงษ์. (2559). รายงานการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทยามาเอชไอไทย จำกัด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- โตมย์ลรี มุลทองทิพย์. (2556). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอท่ามะกา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรพินทร์ ชูชม. (2557). การวิเคราะห์โครงสร้างความยึดมั่นผูกพันในงาน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Admission Premium. (2559). ประเทศไทยไทย 4.0 Thailand 4.0 คือ. เข้าถึงได้จาก <http://www.admissionpremium.com/news/1377>
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1993). Organizational commitment: Evidence of career stage effect. *Journal of Business Research*, 26, 49-61.
- Douglas, R. M., Richard, L. G., & Lynn, M. H. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 11-37.
- Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44, 350-383.
- Florian, V., & Snowden, L. R. (1989). Fear of personal death and positive life regard: A study of different ethnic and religious affiliated American college students. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 20, 64-79.
- Gallup, M. A. (2013). *The relation between engagement at work and organizational outcomes*. Retrieved from <http://employeeengagement.com/wp-content/uploads/2013/04/2012-Q12-Meta-Analysis-Research-Paper.pdf>
- Hackman, J. R., & Oldman, G. R. (1980). *Work redesign*. Massachusetts: Addison Wesley Comp.
- Hall, D. T., & Richter, J. (1989). Balancing work life and home life: What can organizations do to help? *Academy of Management Executive*, 2, 212-223.
- Herzberg, F. B., & Barbara, S. B. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley and Sons.



- Hewitt Associates. (1996). *Salaried employee benefits provided by major U.S. employers in 1990 and 1995: A comparison study*. Lincolnshire, Ill.: Hewitt Associates
- Hochschild, A. (1983). *The managed heart*. Berkeley: University of California Press.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692-724.
- Kristof, A. L. (1996). *Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications*. Retrieved from <http://leedsfaculty.colorado.edu/dahe7472/kristoff1996.pdf>
- Kurnia, F., & Noor M. S. (2014). *Employee emotional engagement and impact on organizational performance after acquisition*. Gadong: School of Bussiness, Institute Technology Brunei.
- Lock, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- M1 (นามสมมติ). (2560, 5 เมษายน). สัมภาษณ์.
- M2 (นามสมมติ). (2560, 5 เมษายน). สัมภาษณ์.
- Maslach, C. H., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review Psychol*, 52, 397-422.
- P1 (นามสมมติ). (2560, 5 เมษายน). สัมภาษณ์.
- P2 (นามสมมติ). (2560, 5 เมษายน). สัมภาษณ์.
- Pennings, J. M., & Woiceshyn, J. (1987). A typology of organizational control and its metaphors. In S. B. Bacharach & S. M. Mitchell (Eds.). *Research in the sociology of organizations* (pp. 75-104). Greenwich, CT: JAI.
- S1 (นามสมมติ). (2560, 5 เมษายน). สัมภาษณ์.
- S2 (นามสมมติ). (2560, 5 เมษายน). สัมภาษณ์.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.

- Sebastian, R. (2010). Factors associated with employee engagement in South Africa.  
*SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde*, 36(2), 1-12.
- Steers, R. M. (1997). Antecedents and outcomes of organizational commitment.  
*Administrative Science Quarterly*, 22, 46-56.
- Wister, W. (2014). *What is meaningfulness?*. Retrieved from <https://www.quora.com/What-is-meaningfulness>
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. New Jersey: Prentice-Hall

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



## วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### แบบสอบถาม

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์  
รถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

แบบสอบถามชุดนี้มีขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาของนิสิตปริญญาโท หลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา โดยจะศึกษาถึงปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความ  
ผูกพันของพนักงาน ทัศนศึกษา บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์รถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง วัตถุประสงค์  
เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และ  
ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อองค์กร

---

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

**คำชี้แจง** ให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดโดยให้เลือกเพียงคำตอบ  
เดียว

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ (มากกว่า 6 เดือนนับเป็น 1 ปี)

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 20-29 ปี

3. 30-39 ปี

4. 40-49 ปี

5. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาปัจจุบัน

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี/ เทียบเท่า

3. ปริญญาโท

4. ปริญญาเอก

## 4. สถานภาพ

1. โสด  2. สมรส  
 3. หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท  2. 10,001-14,000 บาท  
 3. 14,001-18,000 บาท  4. 18,001-22,000 บาท  
 5. 26,001-30,000 บาท  6. มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ภูมิศึกษา บริษัทฯ  
 ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

คำชี้แจง ให้ท่านตอบคำถามต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความจริงของ  
 ท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร “ด้านความมีคุณค่า”	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย อย่างมาก (4)	เห็น ด้วย (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)
<b>1. การเพิ่มคุณค่าของงาน</b>					
1.1 งานที่ท่านทำช่วยพัฒนาทักษะ ความชำนาญ ต่อยอดความรู้เดิม					
1.2 ท่านได้รับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชา อย่างดีเสมอ					
1.3 ท่านรู้จักหน้าที่ที่ท่านทำอยู่เป็นอย่างดี					
<b>2. บทบาทการทำงาน</b>					
2.1 ท่านมีอิสระในการตัดสินใจในงานที่ รับผิดชอบ					
2.2 งานและตำแหน่งที่ท่านได้รับมอบหมาย มีคุณค่า					
2.3 งานที่ท่านทำเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่					

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร “ด้านความมีคุณค่า”	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยอย่างมาก (4)	เห็นด้วย (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>3. ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน</b>					
3.1 ท่านไว้วางใจในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน					
3.2 เพื่อนร่วมงานช่วยส่งเสริมให้ท่านทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
3.3 ท่านมีประสบการณ์ในการทำงานที่ดีร่วมกับเพื่อนร่วมงาน					

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร “ด้านความมั่นคง”	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยอย่างมาก (4)	เห็นด้วย (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>1. ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา</b>					
1.1 ผู้บังคับบัญชาของท่านส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานให้ท่านสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น					
1.2 ผู้บังคับบัญชาของท่านส่งเสริมการเพิ่มทักษะในการทำงานเพื่อพัฒนาตัวท่าน					
1.3 ท่านกล้าที่จะแจ้งปัญหาต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อขอการสนับสนุนการแก้ปัญหาในงาน					
<b>2. บรรทัดฐานของเพื่อนร่วมงาน</b>					
2.1 ในการทำงานท่านสามารถเล่าปัญหาต่าง ๆ ให้เพื่อนร่วมงานของท่านฟังได้					
2.2 ท่านสามารถเป็นตัวของตัวเองได้เมื่อทำงาน					
2.3 ท่านรู้สึกว่เพื่อนร่วมงานเสมือนคนในครอบครัวของท่าน					

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร “ด้านความพร้อมใช้งาน”	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วย มากที่สุด (5)	เห็นด้วย อย่างมาก (4)	เห็น ด้วย (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)
<b>1. ทรัพยากร</b>					
1.1 ในการทำงาน ท่านได้รับการสนับสนุนใน สิ่งที่ต้องการจากองค์กรเพื่อทำภารกิจของท่าน ให้แล้วเสร็จ					
1.2 ในการทำงานท่านมีทรัพยากรที่ท่าน ต้องการอย่างเพียงพอเพื่อทำงานของท่านให้ บรรลุวัตถุประสงค์					
1.3 องค์กรของท่านได้มีการแบ่งปันทรัพยากร ส่วนกลางในการทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุน การทำงาน					
<b>2. การรับรู้ถึงตัวตน</b>					
2.1 ในการทำงาน ท่านรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับ งานทั้งอารมณ์และจิตใจ					
2.2 ท่านรู้สึกว่าองค์กรเป็นเสมือนครอบครัว					
2.3 ท่านสามารถแสดงพฤติกรรมความเป็น ตัวตนของท่านได้ในที่ทำงาน					
<b>3. กิจกรรมภายนอก</b>					
3.1 ท่านมีทักษะและได้รับการฝึกอบรมใน ระดับที่เหมาะสมเพื่อสามารถทำงานให้บรรลุ วัตถุประสงค์					
3.2 การทำกิจกรรมภายนอกช่วยส่งเสริมให้ ท่านมีความพร้อมในการทำงานมากยิ่งขึ้น					
3.3 ท่านรู้สึกมีคุณค่าในตนเองเมื่อได้ไปอบรม หรือทำกิจกรรมภายนอก					



### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

**คำชี้แจง** ให้ท่านตอบคำถามต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความเห็นด้วย				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยอย่างมาก (4)	เห็นด้วย (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>1. ความผูกพันด้านความรู้สึก</b>					
1.1 ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ก้าวมาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้					
1.2 ท่านมีความรู้สึกว่าเป็นปัญหาขององค์กรเปรียบเสมือนปัญหาของท่าน					
1.3 ท่านมีความรู้สึกที่ท่านพร้อมที่จะเสียสละและอุทิศตนให้กับองค์กรนี้					
<b>2. ความผูกพันต่อเนื้อ</b>					
2.1 องค์กรนี้สามารถตอบสนองในสิ่งที่ท่านต้องการได้อย่างเพียงพอ					
2.2 ท่านคิดว่าองค์กรนี้ให้สิ่งที่ท่านต้องการมากกว่าองค์กรอื่น					
2.3 ท่านยังคงทำงานที่องค์กรนี้ เนื่องจากได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่เหมาะสม					
<b>3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม</b>					
3.1 ท่านต้องการทำงานให้องค์กรประสบความสำเร็จ					
3.2 ท่านจะรู้สึกไม่สบายใจหากลาออกในขณะที่องค์กรมีปัญหา					
3.3 ท่านไม่เคยมีความคิดที่จะไปร่วมงานกับองค์กรคู่แข่ง					

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อองค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



แบบสอบถามเชิงคุณภาพ

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน  
กรณีศึกษา บริษัทฯ ผลิตยางรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง

แบบสอบถามจากการสัมภาษณ์พนักงานจำนวน 6 ท่าน ที่มีหน้าที่กำหนดนโยบาย และเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องด้านการคงอยู่ในองค์กร มีความเข้าใจและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างดี

1. คำถามเกี่ยวกับแนวคิดและข้อเสนอแนะปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมีคุณค่า
2. คำถามเกี่ยวกับแนวคิดและข้อเสนอแนะปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความมั่นคง
3. คำถามเกี่ยวกับแนวคิดและข้อเสนอแนะปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพร้อมใช้งาน
4. คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในมุมมองที่จะทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร

ภาคผนวก ข  
อักษรวิสุทธิ

## บทที่ 1

**Plagiarism Checking Report**

Created on Apr 8, 2017 at 12:33 PM

*Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
446119	Apr 8, 2017 at 12:33 PM	57750125@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	All บทที่ 1.doc	Completed	0.00 %

*Match Overview*

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

## บทที่ 2

**Plagiarism Checking Report**

Created on Apr 8, 2017 at 12:36 PM

*Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
446120	Apr 8, 2017 at 12:36 PM	57750125@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	All บทที่ 2.doc	Completed	2.15 %

*Match Overview*

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี, Organizational commitment among employees working for an automotive parts company in Amata Nakorn Industrial Estate\, Chon Buri Province	ฐิติมา หลักทอง	มหาวิทยาลัยบูรพา	2.15 %

## บทที่ 3

**Plagiarism Checking Report**

Created on Apr 8, 2017 at 12:36 PM

*Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
446121	Apr 8, 2017 at 12:36 PM	57750125@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	All บทที่ 3.doc	Completed	0.00 %

*Match Overview*

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

## บทที่ 4

**Plagiarism Checking Report**

Created on Apr 8, 2017 at 12:36 PM

*Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
446122	Apr 8, 2017 at 12:36 PM	57750125@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	All บทที่ 4.doc	Completed	0.00 %

*Match Overview*

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

## บทที่ 5

**Plagiarism Checking Report**

Created on Apr 8, 2017 at 12:36 PM

*Submission Information*

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
446123	Apr 8, 2017 at 12:36 PM	57750125@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	All บทที่ 5.doc	Completed	0.00 %

*Match Overview*

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				