

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์
บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2551

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์
บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2551
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์
บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บทคัดย่อ
ของ
โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2551

โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม. (2551). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการ*

ลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).

กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกิตตา.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันภายในองค์กรตลอดจนศึกษาระดับของความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบักในการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ การทดสอบค่าที่ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุดและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพทางการสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

ปัจจัยประสบการณ์ในการทำงานโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร และ ด้านความพึงพอใจขององค์กรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

2. ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรเป็นรายข้อ พบว่า มีความผูกพันอยู่ในระดับมากได้แก่ ความรู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กร ความเต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถ

อย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ มักพูดกับเพื่อนร่วมงานว่าบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ดี ความภาคภูมิใจที่คนอื่นเห็นว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในองค์กร ดีใจมากที่ได้รับเลือกให้เข้ามาทำงานในองค์กร และ มีความเห็นว่า บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์จะทำงานด้วย ส่วนในข้อที่พนักงานพร้อมจะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นทันทีที่มีโอกาสมีความผูกพันอยู่ในระดับปานกลาง

3. เพศ สถานภาพสมรส อายุงาน ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์จากการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร ด้านทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านความสำคัญของตนต่อองค์กร กับ ด้านความพึงพอใจขององค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง และ ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

FACTORS RELATING TO EMPLOYEES' COMMITMENT AT CALL CENTER
IN TRUE CORPORATION PUBLIC COMPANY LIMITED

AN ABSTRACT
BY
SOPONWICH BUABANPROM

Present in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
May 2008

Soponwich Buabanprom. (2008). *Factors Relating to Employees' Commitment at Call Center in True Corporation Public Company Limited*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Associate Professor Supada Sirikudta.

The research was aimed to study the relationship between job trait and work experience and organization commitment including the level of employees' commitment at call center in True Corporation Public Company Limited (True).

Sample size was 400 employees at call center in True. Data was gathered through questionnaires. Percentage, mean, standard deviation, the t-test, One-way ANOVA was provided for statistical analysis tools. When there was the difference in variables with statistically significant, paired sample test would be applied by finding Cronbach's alpha coefficient with the method of Least Significant Difference (LSD). Then, Pearson product moment correlation coefficient was used to measure the correlation of the variables.

The findings were as follows:

1. Demographic Data: Most employees were female, single status, holding bachelor degree, working at True up to five years, having monthly income between 10,001 and 15,000 Baht.

Overall employee job trait factor at call center in True Corporation Public Company Limited in categories of advancement opportunity, freedom at work, employee involvement in management was at moderate level, whereas the work process comprehension was at good level.

Overall employee work experience factor at call center in True Corporation Public Company Limited in categories of the important of person in organization and organizational trust was at moderate level, whereas the goal acceptance and organization, attitude towards colleagues and organization was at good level.

2. The level of overall employees' commitment at call center in True Corporation Public Company Limited was at great level in following categories: organization loyalty; willingness to bring success to organization with their full efforts; talking in good faith on organization among colleagues; pride in being one of True's call center; showing their ability to work with full efforts; delight to work at True's call center; and agreeing that True was the

most recognized firm for call center employees. Whereas, the level of overall employees' commitment in job change to other firms was at moderate level.

3. The difference in employees' demographic data such as gender, marital status and years of work influenced the difference in organization commitment at call center in True Corporation Public Company Limited with statically significant at 0.01 level. The difference in employees' monthly income influenced the difference in organization commitment with statically significant at 0.05 level. The difference in employees' education level influenced no difference in organization commitment with statically significant at 0.05 level.

4. The correlation between job trait in categories of advancement opportunity, freedom at work and work process comprehension and employees' commitment at call center in True Corporation Public Company Limited was at low level in positive direction with statistically significant at 0.01 level, whereas the correlation between job trait in employee involvement in management and employees' commitment was at moderate level in positive direction with statistically significant at 0.01 level.

5. The correlation between work experience and employees' commitment at call center in True Corporation Public Company Limited in category of attitude towards colleagues and organization was at slightly low level in positive direction with statistically significant at 0.01 level, whereas the correlation between work experience and employees' commitment in categories of the importance of person in organization and organizational trust was at moderate level in positive direction with statistically significant at 0.01 level. The correlation between work experience and employees' commitment in goal acceptance and organization value was at slightly high level in positive direction with statistically significant at 0.01 level.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่องปัจจัยที่มีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์
บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น ของ นายโสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏช์ กุลิสร์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

การจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยดีสมความตั้งใจ ซึ่งอาศัยความเพียรพยายามและด้วยความช่วยเหลือของท่านเหล่านี้

รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ซึ่งเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ คำปรึกษาและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยมโดยตลอด

รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณิชกุล กุลิสร์ ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคำชี้แนะต่าง ๆ จึงทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์เป็นอย่างดี

คณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย

เจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตตลอดจนเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ช่วยประสานงานต่าง ๆ ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

เพื่อน ๆ และ พี่ ๆ นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษาที่ดีมาตลอดทุกท่าน ส่งผลให้สามารถดำเนินมาถึงจุดหมายที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

บิดา มารดา และ พี่ ๆ ที่มอบกำลังใจและการสนับสนุนที่ดีมาโดยตลอด

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านทั้งหลายเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณท่านทั้งหลายที่กล่าวไว้ข้างต้นด้วยความเคารพยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ความหมายและความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร	9
แนวคิด ปัจจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร	12
ประวัติความเป็นมาของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	24
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย	31
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	31
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	37
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	38
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	71
ความมุ่งหมายของการวิจัย	71
สมมติฐานการวิจัย	71
ขอบเขตของการวิจัย	72
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล	73
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	74
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	75
การอภิปรายผล	80
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	85
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	88
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	95
ประวัติย่อผู้วิจัย	108

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและคำร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
2 แสดงผลการวัดระดับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	48
3 แสดงปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	50
4 แสดงผลการวัดระดับปัจจัยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	51
5 แสดงปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	53
6 แสดงผลการวัดระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	54
7 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ	56
8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพสมรส	57
9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	58
10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา	59

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
11	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของ พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุงาน	60
12	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพนักงานบริการลูกค้าทาง โทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ ความผูกพันต่อ องค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	61
13	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของ พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	62
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพนักงานบริการลูกค้าทาง โทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ ความผูกพันต่อ องค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	63
15	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ ปฏิบัติประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำ งาน การมีส่วนร่วมในการบริหารและความเข้าใจในกระบวนการทำ งาน กับ ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	64
16	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสบการณ์ทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนต่อองค์กร ความพึงพอใจของ องค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติ ต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร กับ ความผูกพันของพนักงานบริการ ลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	66
17	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	68

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สถานการณ์ในปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง ธุรกิจทุกประเภทต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำพาและขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จ และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการดำเนินงานที่ตรงตามเป้าหมายขององค์กรได้นั้น ปัจจัยหลักที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง ได้แก่ บุคลากรหรือพนักงานที่อยู่ในองค์กรซึ่งพนักงานที่อยู่ในองค์กรนั้นจะเป็นตัวบ่งชี้สำคัญว่าองค์กรจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเพียงใด การที่องค์กรมีพนักงานที่มีประสิทธิภาพยังบ่งบอกถึงการพัฒนาขององค์กรในอนาคตอีกด้วย การที่พนักงานในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องมีองค์ประกอบหรือปัจจัยหลายประการ เช่น งานที่ได้รับมอบหมายนั้นต้องเหมาะสมกับความสามารถของพนักงาน ปริมาณงานที่พนักงานได้รับต้องพอเหมาะกับพนักงาน ผลตอบแทนเทียบกับผลงานต้องเหมาะสมกัน ทักษะคติของพนักงานต่อหัวหน้างานเป็นต้น (สมชาย หิรัญกิติ. 2542 : 10-11) ปัจจัยที่สำคัญหนึ่งที่ส่งผลต่อพนักงานในการปฏิบัติงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดคือความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานซึ่งความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเป็นความเต็มใจของบุคคลที่ยินดีจะทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ เพื่อทำงานให้กับองค์กรและมีความจงรักภักดีต่อองค์กร การขาดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นได้แล้วยังส่งผลต่อการให้บริการที่ไม่ดีอีกด้วย (โสภา ทรัพย์มากอุดม. 2533; อ้างอิงจาก Shervin. 1981 : 5)

การทำงานของพนักงานภายในองค์กรมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรเพื่อการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มความสามารถ ปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานทำงานบรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กรเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและลงทุนน้อยสุด เช่น สภาพแวดล้อมขององค์กร ผลตอบแทน ความก้าวหน้า ลักษณะงาน ตรงตามความสามารถหรือไม่ ความมั่นคงในงานและของบริษัท เป็นต้น องค์กรที่พนักงานมีขวัญและกำลังใจ มีความผูกพันต่อองค์กรย่อมมีความได้เปรียบองค์กรที่ประกอบด้วยพนักงานที่มีขวัญกำลังใจที่ต่ำกว่า ทั้งความผูกพันต่อองค์กรก็มีน้อยกว่า (สมชาย ภคภาสวิวัฒน์. 2546 : 102)

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานมากกว่า 1,500 คน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาวิธีในการควบคุมและส่งเสริมพนักงานเพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มความสามารถ เกิดความผูกพันกับองค์กร ความผูกพันกับองค์กรย่อมจะเป็นตัวชี้วัด

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในองค์กรได้มากกว่าความพึงพอใจ ในการทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรต้องศึกษาสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์กร

กลุ่มบริการลูกค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีหน้าที่หลักในการให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call Center) ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาพบว่าอัตราการลาออกของพนักงานเพิ่มขึ้นซึ่งอาจเกิดจากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการเงิน ความก้าวหน้าในอาชีพ รวมทั้งนโยบายการบริหาร ส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มฯ และ บริษัทฯ ประสบปัญหาในหลายด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน บริษัทฯ ต้องมีการรับพนักงานใหม่เพื่อทดแทนพนักงานที่ลาออกทำให้บริษัทฯ ต้องสูญเสียทรัพยากรในด้านต่าง ๆ เช่น เงิน เวลา ในการคัดเลือกตลอดจนพัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ด้วยความเป็นเลิศ

ในธุรกิจโทรคมนาคมมีระดับการแข่งขันระหว่างบริษัทที่ค่อนข้างสูง บริษัทได้นำกลยุทธ์การผสมผสานผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทในเครือเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดสูงมาก ดังนั้นพนักงานที่ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์จำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถ บริษัทฯ จึงต้องสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร สร้างความจงรักภักดีของพนักงานต่อองค์กร พยายามรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้ปฏิบัติงานกับบริษัทให้ยาวนานที่สุดเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเจริญก้าวหน้าสืบไป

จากปัญหาด้านทรัพยากรบุคคลและความสำคัญของพนักงานในองค์กร ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อที่จะทราบว่าพนักงานมีความผูกพันกับองค์กรเพียงใด ตลอดจนปัจจัยในด้านใดที่จะสนับสนุนให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและมุ่งมั่นที่จะสร้างผลงานที่เป็นเลิศให้แก่องค์กรซึ่งผลที่ได้รับจากการวิจัยดังกล่าวจะนำไปใช้ ในพัฒนาระบบการบริหารงานให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพโดยการสร้างให้พนักงานมีทัศนคติที่ดี พึงพอใจในการทำงานและผูกพันกับองค์กร ซึ่งส่งผลให้พนักงานทุ่มเท ความรู้ ทักษะ และมีพฤติกรรมที่ดีในการทำงานโดยมุ่งมั่น ทุ่มเทให้งานบรรลุตามเป้าหมาย และส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์กรต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้ ที่มีต่อความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์บริษัททู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานกับความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัทฯ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาถึงระดับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัทฯ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการวิจัยจะนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นซึ่งทำให้พนักงานมีทัศนคติที่ดี พึงพอใจในการทำงานและผูกพันกับองค์กรตลอดจนส่งผลให้พนักงานทุ่มเทความรู้ ทักษะและมีพฤติกรรมที่ดีในการทำงานโดยมุ่งมั่น ทุ่มเทให้งานบรรลุตามเป้าหมายและส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จซึ่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัทฯ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 1,619 คน (ข้อมูลจากฝ่าย People Operation กลุ่มงานบริการลูกค้า ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัทฯ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane : 1970) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรออกตามสายงานต่าง ๆ คือ สายงาน Mobile Care Center สายงาน Consumer & Premium Care Center สายงาน Internet Broadband Care Center สายงาน Collection & Debt Enforcement และ สายงาน Tele Revenue Enhancement เพื่อให้ประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

อยู่ในชั้นภูมิเดียวกัน โดยกำหนดเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากรทั้งหมดในแต่ละชั้นภูมิ (Proportional)

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามตามจำนวนสัดส่วนที่คำนวณได้ในขั้นที่ 1

ตัวแปรที่ศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call Center) ที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีตัวแปรที่ใช้ในครั้งนี้ คือ

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variable) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 สถานภาพสมรส

1.1.2.1 โสด

1.1.2.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.1.2.3 หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

1.1.3 ระดับการศึกษาที่สำเร็จแล้ว

1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2 ปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อายุงาน

1.1.4.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี

1.1.4.2 6 – 10 ปี

1.1.4.3 11 – 15 ปี

1.1.4.4 มากกว่า 15 ปีขึ้นไป

1.1.5 ระดับรายได้ต่อเดือน

1.1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.5.2 10,001 – 15,000 บาท

1.1.5.3 ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป

1.2 ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ได้แก่

- 1.2.1 ความก้าวหน้าในอาชีพ
- 1.2.2 ความเป็นอิสระในการทำงาน
- 1.2.3 ความหลากหลายของงาน
- 1.2.4 ความมั่นคงในงาน

1.3 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ได้แก่

- 1.3.1 ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร
- 1.3.2 ความพึงพอใจขององค์กร
- 1.3.3 การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
- 1.3.4 ระบบการพิจารณาความดีความชอบ
- 1.3.5 ความรู้สึกว่าองค์กรมีชื่อเสียง
- 1.3.6 ทักษะติดต่อผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานและองค์กร

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีต่อบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อความเข้าใจร่วมกันในการศึกษาวิจัยจึงได้นิยามศัพท์ที่ใช้เป็นตัวแปรในการวิจัยดังนี้

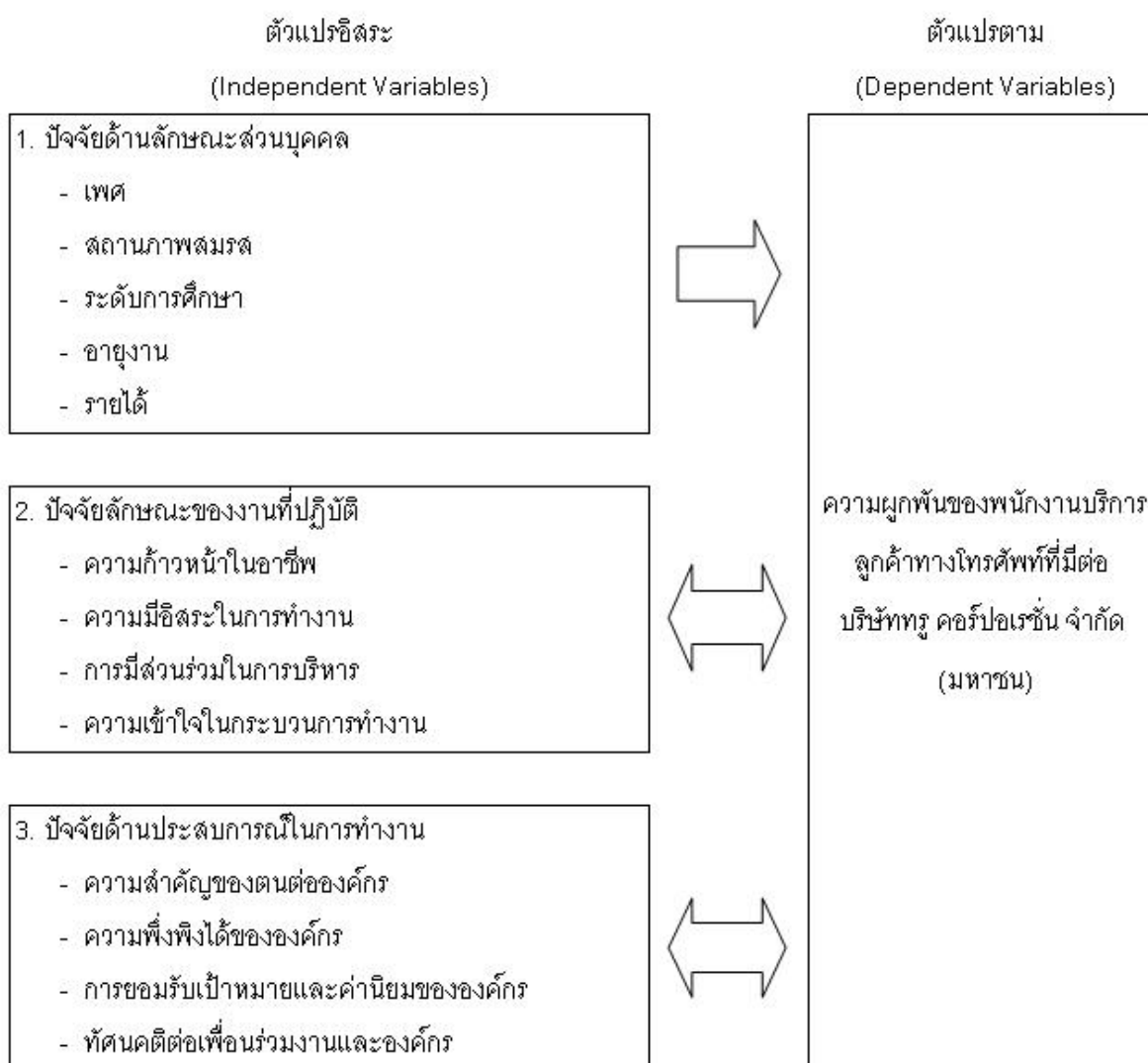
1. พนักงาน หมายถึง พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
2. ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะที่แสดงความแตกต่างของแต่ละบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้ ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. อายุงาน หมายถึง ระยะเวลาเริ่มตั้งแต่เป็นพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
4. รายได้ หมายถึง ค่าตอบแทนการทำงานในรูปแบบเงินเดือนหรือค่าจ้างซึ่งจ่ายให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม ณ เวลาปัจจุบันของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
5. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ หมายถึง ลักษณะของงานที่ผู้ปฏิบัติรับผิดชอบอยู่ ได้แก่ การปฏิบัติงานที่มีความก้าวหน้าในอาชีพ มีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจกระบวนการทำงานของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

6. ความก้าวหน้าในอาชีพ หมายถึง การที่พนักงานมีโอกาสเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งในหน้าที่การงานดีขึ้น ปรับวุฒิ ปรับเงินเดือนสูงขึ้น ตลอดจนการได้มีโอกาสศึกษาดูงาน ฝึกอบรมเพิ่มเติม ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
7. ความมีอิสระในการทำงาน หมายถึง การมีโอกาสกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงาน มีอิสระในการตัดสินใจ สามารถใช้วิจารณญาณของตนเองในการคิดและแก้ไขปัญหา และมีโอกาสเสนอแนะวิธีการหรือสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
8. การมีส่วนร่วมในการบริหาร หมายถึง การเข้าไปมีส่วนร่วมในการคัดเลือกวิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนการสนับสนุนวิธีการปฏิบัติงานของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
9. ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน หมายถึง การมีความรู้เกี่ยวกับงานและทราบขั้นตอนวิธีการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
10. ประสิทธิภาพจากการทำงาน หมายถึง สภาพการทำงานที่ผู้ปฏิบัติได้รับ ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กรรวมทั้งสามารถพึ่งพิงองค์กรได้ ตลอดจนการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร อีกทั้งทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
11. ความสำคัญของตนต่อองค์กร หมายถึง บทบาทของตนในองค์กรว่าได้รับการยกย่องยอมรับและให้ความสำคัญจากองค์กรและเพื่อนร่วมงานของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
12. ความพึงพอใจขององค์กร หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการให้ปัจจัยสนับสนุนอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงาน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง สวัสดิการ หรือ ผลตอบแทน เป็นต้น เพื่อให้สมาชิกในองค์กรรู้สึกถึงความมั่นคงในอาชีพของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
13. การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร หมายถึง ความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งความเชื่อและการยอมรับค่านิยมของตนว่าสอดคล้องกับองค์กร การแสดงออกถึงการยอมรับนโยบาย เป้าหมาย และการบริหารงานขององค์กร ซึ่งสามารถสร้างความพอใจและชักชวนให้บุคคลอื่นต้องการร่วมงานกับองค์กรของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
14. ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร หมายถึง แนวโน้มความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเพื่อนพนักงานในเรื่องความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แนวโน้มความรู้สึกของ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์กรในเรื่องการบริหารจัดการขององค์กร ความยุติธรรมในองค์กรและการให้ความสำคัญแก่พนักงานของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ต่อบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. ประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายและความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร
3. ประวัติความเป็นมาของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ความหมายและความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร

ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

มีนักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรได้ให้ความหมายและคำนิยามของความผูกพันต่อองค์กรไว้หลายนัยด้วยกัน ดังนี้

ภรณ์ กิริติบุตร. (2529 : 95) ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์กรหมายถึงความเต็มใจของบุคคลในการรักษาสมาชิกภาพอยู่ในองค์กรต่อไปรวมไปถึงทัศนคติที่หนักแน่นและเป็นไปในในทางบวกต่อองค์กร ความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรจึงมีความหมายลึกซึ้งกว่าความผูกพันทางกายภาพต่อองค์กรโดยที่พนักงานมีความเต็มใจที่จะยอมสละความสุขบางส่วนของตนเองเพื่อการบรรลุเป้าหมายของ

บุคคานัน. (Buchanan. 1974 : 533) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ความผูกพันที่มีต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร การปฏิบัติงานตามบทบาทของตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร (Identification) แสดงออกจากเป้าหมายและค่านิยมต่อองค์กรของผู้ปฏิบัติงาน
2. ความเกี่ยวโยงกับองค์กร (Involvement) โดยการทำงานตามบทบาทของแต่ละคนอย่างเต็มที่

3. ความจงรักภักดีต่อองค์การ (Royalty) ความรู้สึกรักและผูกพันต่อองค์การ

ฮอล. (Hall. 1979 : 176) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การว่าเป็นกระบวนการที่เป้าหมายขององค์การและเป้าหมายของบุคคลดำเนินการไปในทิศทางเดียวกันหรือมีความสอดคล้องกันและ ฮีบิเนียค และ อัลคิต์ (Hrebiniak & Alutto. 1972 : 555-556) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การหมายถึงความไม่เต็มใจหรือไม่ต้องการที่จะออกจากองค์การไป ไม่ว่าจะเพิ่มเงินเดือน รายได้ หรือความเป็นอิสระทางอาชีพ เป็นปรากฏการณ์ของการรับรู้ที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นการลงทุนด้านกำลังกาย กำลังปัญญาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง สิ่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับบทบาทของสมาชิกในองค์การเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ พอร์ตเตอร์ (Porter. 1974 : 603) ได้ให้คำจำกัดความของความผูกพันต่อองค์การว่าเป็นลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อองค์การซึ่งจะถูกแสดงออกมามีดังนี้

1. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะยังคงเป็นสมาชิกขององค์การนั้นต่อไป
2. ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อประโยชน์ต่อองค์การ
3. ความเต็มใจที่จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานให้กับองค์การ

มาร์ช และ แมนนารี (March & Mannari. 1977 : 57) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การหมายถึงระดับความมากน้อยของความรู้สึกการเป็นเจ้าของหรือความจงรักภักดีที่มีต่อองค์การ การยอมรับเป้าหมายขององค์การและการประเมินองค์การในทางที่ดี รวมทั้งเป็นลักษณะความตั้งใจของพนักงานที่ใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการกระทำ เพื่อประโยชน์ต่อองค์การ มีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์การตลอดไป และ สแลนซิค (Salancik. 1983 : 62) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การไว้ หมายถึง สภาพส่วนตัวแต่ละบุคคลที่เกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์การในรูปของการกระทำที่มีความเชื่อว่าการกระทำนั้นสามารถสนับสนุนกิจกรรมและความรู้สึกผูกพันกับองค์การ นอกจากนี้ เชลดอน (Sheldon. 1971 : 143) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การว่า ทศนคติหรือความรู้สึกของผู้ปฏิบัติที่มีต่อองค์การ เป็นการประเมินองค์การในทางบวก ซึ่งทศนคติหรือความรู้สึกนี้จะเป็นสิ่งเชื่อมโยงระหว่างบุคคลนั้นกับองค์การ ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันและปฏิบัติงานที่มีความรู้สึกผูกพันกับองค์การ ตลอดจนถึงตั้งใจที่จะทำงานให้องค์การบรรลุเป้าหมาย

สตีเยร์ (Steers. 1977 : 46) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การว่า หมายถึง ความหนาแน่นของความสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานแต่ละคนที่มีต่อองค์การและเกี่ยวข้องกับองค์การ ซึ่งความผูกพันต่อองค์การประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ

1. ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและยอมรับต่อเป้าหมายรวมทั้งค่านิยมต่อองค์การ

2. ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร
3. ความปรารถนาที่จะคงอยู่หรือรักษาไว้ซึ่งสถานภาพสมาชิกขององค์กร

จากความหมายของความผูกพันต่อองค์กรที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกตลอดจนทัศนคติในด้านบวกของสมาชิกที่มีต่อองค์กรส่งผลให้มีการแสดงออกในลักษณะของความเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร มีความทุ่มเทตลอดจนความศรัทธาที่จะทำให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้และมีความจงรักภักดีต่อองค์กร

ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร

สตีเยร์ (Steers. 1977 : 48) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

1. ความผูกพันต่อองค์กรสามารถให้คำทำนายอัตราเข้าออกจากงานได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กรเป็นแนวคิดซึ่งมีลักษณะที่ครอบคลุมมากกว่าความพึงพอใจในการทำงาน
2. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นแรงผลักดันให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรทำงานได้ดีขึ้น
3. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวชี้ถึงควมมีประสิทธิภาพขององค์กรอีกด้วย

บุคคานัน (Buchanan. 1974 : 533) กล่าวถึงความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรคือ

1. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวเชื่อมระหว่างจินตนาการของมนุษย์กับเป้าหมายขององค์กรหรือช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้
2. ทำให้ผู้ปฏิบัติรู้สึกว่าคุณเองมีส่วนเป็นเจ้าขององค์กรและมีส่วนในการเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กร
3. ทำให้ผู้ปฏิบัติรู้สึกว่าคุณเองมีส่วนเป็นเจ้าขององค์กรและมีส่วนในการเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กร
4. ช่วยลดการควบคุมจากภายนอก

ภรณ์ กิริติบุตร. (2529 : 97) กล่าวว่า ความผูกพันจะนำไปสู่ผลที่สัมพันธ์กับความมีประสิทธิภาพขององค์กร ดังนี้

1. พนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันอย่างแท้จริงต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรอยู่ในระดับสูง

2. พนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรอย่างสูงมักมีปวารณาอย่างแรงที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไปเพื่อทำงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายซึ่งตนเองเลื่อมใสศรัทธา

3. เหตุที่บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรและเลื่อมใสศรัทธาในเป้าหมายขององค์กร บุคคลซึ่งมีความผูกพันดังกล่าวมักมีความผูกพันอย่างมากต่องานเพราะเห็นว่างานคือหนทางที่ตนจะสามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กรให้บรรลุถึงเป้าหมายได้สำเร็จ

4. บุคคลซึ่งมีความรู้สึกผูกพันและเต็มใจที่จะใช้ความพยายามมากพอควรในการทำงานให้กับองค์กรทำให้ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดีกว่าคนอื่น

สุพินดา คิวานนท์. (2545 : 32) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรว่า เปรียบเสมือนเป็นตัวคอยกระตุ่นให้สมาชิกในองค์กรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในที่สุดแล้วองค์กรนั้นก็จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

จากแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร สามารถสรุปได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวเชื่อม เป็นความรู้สึกระหว่างจินตนาการของบุคคลกับเป้าหมายขององค์กร บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร มุ่งหาแนวทางการปฏิบัติงานงานให้องค์กรบรรลุเป้าหมายโดยมีพื้นฐานอยู่ที่ความศรัทธา ความเต็มใจ ประสพการณ์การทำงาน ลักษณะของงานที่รับผิดชอบ ความพึงพอใจ ค่านิยมและความปรารถนา

แนวคิด ปัจจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

ในการศึกษาถึงแนวคิดและปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร มีผู้ศึกษาแนวคิดและตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันหลายท่าน แต่ยังไม่สามารถชี้ชัดถึงแนวคิดและปัจจัยที่ชัดเจนได้ จากการศึกษาถึงงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่ามีแนวคิดและตัวแปรที่ถูกใช้ในการศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรอย่างหลากหลาย ได้แก่

อัลเลน และ เมเยอร์ (Allen & Meyer. 1990 : 1-18) ได้กล่าวถึงลักษณะของความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) หมายถึงความผูกพันที่เกิดขึ้นจากความรู้สึก เป็นความผูกพันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ห่วงเทและอุทิศตนให้กับองค์กร

2. ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึงความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการคิดคำนึงของบุคคลโดยมีพื้นฐานอยู่บนต้นทุนที่บุคคลให้กับองค์กร ทางเลือกที่มีของบุคคลและผลตอบแทนที่บุคคลได้รับจากองค์กรนั้นต่อไปหรือโยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน

3. ความผูกพันที่เกิดจากมาตรฐานทางสังคม (Normative Commitment) หมายถึงความผูกพันที่เกิดขึ้นจากค่านิยม วัฒนธรรมหรือบรรทัดฐานของสังคม เป็นความผูกพันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบแทนในสิ่งที่บุคคลได้รับจากองค์กร การแสดงออกในรูปของความจงรักภักดีของบุคคลต่อองค์กร

สตีเยอร์ (Steers. 1977 : 47) ได้ศึกษาปัจจัยเบื้องต้นของความผูกพันต่อองค์กรแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุ และความต้องการความสำเร็จ

2. ลักษณะของงาน ได้แก่ การปฏิบัติงานที่มีโอกาสความก้าวหน้า ความมีอิสระในงาน ความเข้าใจในกระบวนการการทำงาน และการมีส่วนร่วมในการบริหาร

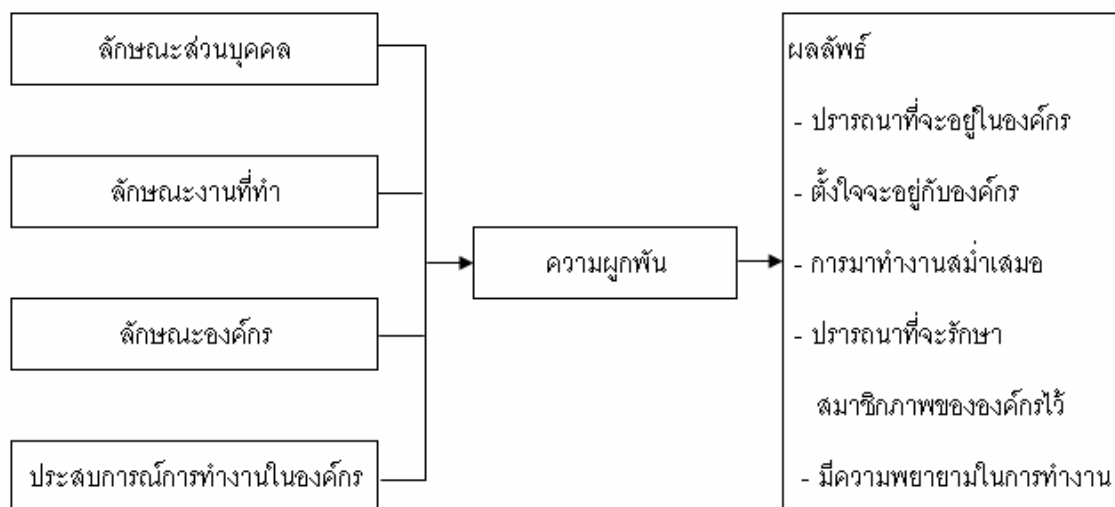
3. ลักษณะของประสบการณ์ในการทำงาน ได้แก่ ทักษะที่มีต่อกลุ่มสมาชิกในองค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความพึงพอใจขององค์กรและความสำคัญของบุคคลต่อองค์กร

สโตว์ และ สแลนซิค (Staw & Salancik. 1977) ศึกษาความสัมพันธ์ของความผูกพันต่อองค์กรได้สรุปว่าความสัมพันธ์ต่อองค์กรมีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดอยู่ 2 ประการระหว่างผู้วิจัยพฤติกรรมองค์กรและนักจิตวิทยาสังคม โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความผูกพันทางพฤติกรรม (Behavioral Commitment) หมายถึง การแสดงออกถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรที่แสดงออกมาเพื่อบ่งบอกให้ทราบว่าเป้าหมายขององค์กร ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรและส่วนบุคคลมีความสอดคล้องกัน

2. ความผูกพันทางด้านทัศนคติ (Attitudinal Commitment) หมายถึง ทัศนคติหรือความคิดเห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรที่แสดงออกมาเพื่อบ่งบอกให้ทราบว่าเป้าหมายขององค์กร ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรและส่วนบุคคลมีความสอดคล้องกัน หรือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

มาวเดย์ (Mowday. 1982 : 30) นำเสนอโครงสร้างที่แสดงความผูกพันต่อองค์กรไว้ดังนี้



ไมเนอร์ (Miner. 1992 : 124) แบ่งแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านพฤติกรรม เป็นแนวคิดที่มองความผูกพันต่อองค์กรในรูปพฤติกรรมการแสดงออกอย่างต่อเนื่องคงเส้นคงวาในการทำงานโดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงานและพยายามรักษาสมาชิภาพขององค์กรไว้ ซึ่งแนวคิดด้านนี้ที่ถูกอ้างอิงถึงอยู่เสมอคือแนวคิดของ Becker. (1960) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นผลมาจากการที่คนเราได้ชั่งน้ำหนักว่า เมื่อเขาทิ้งสถานะสมาชิภาพขององค์กรออกไป เขาจะสูญเสียอะไรบ้าง เนื่องจากการที่คนเราเข้าไปเป็นสมาชิกในองค์กรใดจะเกิดการลงทุนในองค์กรขึ้นซึ่งอาจเป็นเวลา กำลังกาย สติปัญญา หรือกำลังใจที่ให้กับองค์กร ซึ่ง Becker เรียกสิ่งเหล่านี้ว่า Side-bet เมื่อพนักงานได้ลงทุนไปในองค์กร พนักงานก็คาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับจากองค์กรในระดับที่เขาารู้สึกว่าคุ้มค่า แต่ผลการศึกษาที่มีนักวิจัยหลายคนได้ทำไว้ยังไม่สามารถสรุปแน่นอนได้ เนื่องจากตัวแปรด้านลักษณะบุคคลเมื่อนำมาทดสอบโดย Side-bet theory ปรากฏว่ามีเพียงตัวแปรบางตัวเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร และพบว่าปัจจัยทางจิตวิทยาสังคมเป็นตัวแปรที่สามารถใช้ทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ดีกว่าตัวแปร Side-bet แนวคิดนี้มุ่งที่ว่า พนักงานกลัวที่จะสูญเสียประโยชน์หลายอย่างทำให้เขายังคงอยู่ในองค์กร

2. ด้านทัศนคติ เป็นความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรโดยแสดงออกมาในรูปของค่านิยมที่มั่นคงและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถให้กับองค์กร และปรารถนาที่จะรักษาสภาพการเป็นสมาชิกขององค์กรไว้ ผู้นำการศึกษาแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรด้านทัศนคติคือ Steer. และ Porter. โดยจำแนกความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบแรก ความรู้สึกผูกพันอย่างเหนียวแน่นที่มีต่อ

องค์กรที่ตนทำงานอยู่ องค์ประกอบที่สอง เป็นความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าที่จะยอมรับเป้าหมายขององค์กร และองค์ประกอบสุดท้ายมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาไว้ซึ่งสภาพสมาชิกขององค์กร ต่อจากนั้น Mowday; Steers & Porter. ได้พัฒนาแนวคิดของความผูกพันต่อองค์กรซึ่งได้แบ่งองค์ประกอบที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 4 องค์ประกอบได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะงาน ลักษณะองค์กร และลักษณะของประสบการณ์จากการทำงาน ซึ่งแนวคิดนี้มองว่าพนักงานจะยังคงอยู่ในองค์กรเพราะเขามีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

พอร์เตอร์, โลเลอร์ และแฮคแมน (Porter, Lowler & Hackman. 1975 : 277-278) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมีอิสระในการทำงานไว้ว่า คนที่มีอิสระในการทำงานตัดสินใจในเรื่องวิธีการทำงานมากจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าคนที่มีความอิสระในการทำงานด้วยตัวเองน้อย เนื่องจากคนทุกคนปรารถนาที่จะมีอิสระในการกำหนดวิธีการทำงานด้วยตัวเอง การบอกว่าวิธีการทำงานอย่างไรจะเป็นการทำให้แรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่ำและทำให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ ยิ่งกว่านั้นการใช้การควบคุมอย่างใกล้ชิดโดยการกำหนดกฎเกณฑ์จะสร้างความกดดันให้แก่คน ซึ่งหากอยู่ภายใต้ความกดดันมาก ๆ จะทำให้บุคคลเกิดปฏิกิริยาตอบโต้ด้วยการลาออกจากงาน นอกจากนี้ในงานที่มีความเป็นอิสระต่ำ พนักงานอาจรู้สึกว่าการสำเร็จและความล้มเหลวในงานเป็นผลมาจากการทำงานที่ดีหรือการไม่มีความสามารถของคนอื่นหรือผู้บังคับบัญชา ซึ่งตรงกันข้ามลักษณะงานที่เปิดโอกาสให้คนที่มีอิสระในการตัดสินใจในกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบไม่ว่าผลการทำงานจะออกมาเป็นอย่างไร เขาจะรู้สึกว่ามันขึ้นอยู่กับตัวของเขาเอง การที่บุคคลมีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตัวเอง เขาจะมีความผูกพันต่อการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาด้วยตนเองซึ่งนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กร

ฮีปีเนียค และ อัลตโต้ (Hrebiniak & Alutto. 1972 : 566) พบว่าตัวแปรที่ใช้ในการทำนายความผูกพันต่อองค์กรที่ดีที่สุดคือ ความตึงเครียดในบทบาท (role tension) ระยะเวลาของประสบการณ์ในการทำงานในหน่วยงาน และ ความไม่พึงพอใจเนื่องจากความรู้สึกไม่ก้าวหน้าในการทำงาน

เชลดอน (Sheldon. 1971 : 143) ได้ให้ความเห็นว่าองค์ประกอบสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร คือ ระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในองค์กร ความผูกพันต่อเพื่อนร่วมงานซึ่งมีส่วนผลักดันให้เกิดค่านิยมต่ออาชีพ และ การพัฒนาประสบการณ์และความสนใจในอาชีพ

จากแนวคิดข้างต้นเพื่อให้การศึกษาในครั้งนี้อมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงกำหนดกรอบในการศึกษาที่จะเลือกใช้เฉพาะแนวคิดทางด้านทัศนคติเท่านั้นเนื่องจากเป็นแนวคิดที่มุ่งหาปัจจัยที่ทำให้พนักงานปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไปซึ่งสอดคล้องกับหัวข้อของงานวิจัยนี้

การวัดความผูกพันต่อองค์กร

จากแนวคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์กรดังกล่าวข้างต้น มาวเดย์, สเตียร์ และ พอร์เตอร์ (Mowday, Steers & Porter. 1979 : 227-228) ได้พบมาตรวัดที่ใช้วัดความผูกพันต่อองค์กรด้านทัศนคติ จากการนิยามของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มอกเต็มใจที่จะใช้ความพยายามเต็มความสามารถทำงานเพื่อองค์กร และปรารถนาที่จะรักษาสถานะการเป็นสมาชิกในองค์กรไว้ ประกอบด้วยข้อความต่าง ๆ 15 ข้อความที่มีทั้งข้อความเชิงบวกและข้อความเชิงลบ (สุมนา ศิริวรรเกียรติ. 2542 : 13-14) ดังนี้

ข้อความเชิงบวก ประกอบด้วย

1. ข้าพเจ้าเต็มใจที่จะทำงานและจะใช้ความพยายามให้มากกว่าปรกติเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ
2. ข้าพเจ้ามักพูดกับเพื่อนของข้าพเจ้าว่าองค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนั้นเป็นองค์กรที่ดีมาก
3. ข้าพเจ้าจะรับงานที่ข้าพเจ้าได้รับมอบหมายทั้งหมด ถ้าเป็นการทำงานเพื่อองค์กร
4. ข้าพเจ้าพบว่าค่านิยมขององค์กรและข้าพเจ้ามีความคล้ายคลึงกัน
5. ข้าพเจ้าภาคภูมิใจที่คนอื่นว่าข้าพเจ้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
6. องค์กรนี้ทำให้ข้าพเจ้าได้แสดงศักยภาพของข้าพเจ้าอย่างเต็มที่
7. ข้าพเจ้าพอใจมากที่ได้รับเลือกมาทำงานในองค์กรนี้มากกว่าที่จะเลือกองค์กรอื่นตั้งแต่เริ่มต้น
8. ข้าพเจ้ารู้สึกที่ข้าพเจ้าเป็นห่วงอนาคตขององค์กรนี้จริง ๆ
9. องค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ข้าพเจ้าจะทำงานด้วย

ข้อความเชิงลบ ประกอบด้วย

1. ข้าพเจ้ามีความรู้สึกจงรักภักดีกับองค์กรเพียงเล็กน้อย
2. ข้าพเจ้าสามารถทำงานกับองค์กรอื่นได้เช่นกันถ้าลักษณะของการทำงานมีความคล้ายคลึงกัน

3. หากมีเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยจะเป็นสาเหตุให้ข้าพเจ้าออกจากองค์กร
4. ไม่ว่าจะอยู่ในองค์กรต่อไปอีกนานเท่าไร ข้าพเจ้าก็ไม่คิดว่าข้าพเจ้าจะได้อะไรไปกว่านี้
5. ข้าพเจ้ารู้สึกว่ามีหลาย ๆ โอกาสเป็นการยากที่ข้าพเจ้าจะเห็นด้วยกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขององค์กรนี้
6. ข้าพเจ้าตัดสินใจผิดพลาดที่เข้ามาทำงานในองค์กรนี้

มาร์เคย์, สเตียร์ และ พอร์ตเตอร์ ได้นำมาตรวัดนี้ไปทดสอบความเชื่อถือได้ จากกลุ่มตัวอย่าง 6 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันทางอาชีพ พบว่ามีค่า Coefficient α อยู่ที่ 0.90 เราจึงสามารถที่จะใช้มาตรวัดนี้ในการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรในแง่มุมด้านทัศนคติได้

ซอนเนนเบิร์ก (Sonnenberg. 1993 : 16-17) ได้ทำการแบ่งชั้นของระดับความผูกพันต่อองค์กรตั้งแต่วิธีระดับต่ำสุดจนถึงระดับสูงสุดออกมาเป็นสเกล ซึ่งแสดงรายละเอียดดังรูป



Apathetic เป็นระดับของความผูกพันที่น้อยที่สุดซึ่งพนักงานจะแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะการขาดการเอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมายหรือไม่สนใจในการมาทำงานหรือทำงานโดยไม่ตั้งใจ ไม่แนะนำหรือเข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ ขององค์กร

Disgruntle เป็นระดับของความไม่พอใจต่อองค์กรซึ่งรองลงมาจากขั้น Apathetic เกิดจากการที่พนักงานไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย ความหวัง ความปรารถนาและความคาดหวังโดยแสดงออกด้วยการบ่นรำคาญ ไม่พอใจเมื่อต้องทำงานหรือได้รับมอบหมายงานให้ทำ

Obedient เป็นระดับของความผูกพันต่อองค์กรที่พนักงานเชื่อฟังต่อคำสั่ง เนื่องจากพนักงานเกิดความเกรงกลัวหรือพยายามที่จะหลีกเลี่ยงความขัดแย้งด้านบุคคลากรแต่ไม่ได้มีความตั้งใจจริงที่จะปฏิบัติงาน เพียงแต่รับคำสั่งจากหัวหน้า โดยมีความสนใจเพียงเล็กน้อยที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

Motivated เป็นระดับของความผูกพันต่อองค์กรที่พนักงานได้รับการจูงใจแล้วโดยองค์กรมุ่งจะจัดการให้พนักงานมีความสุข พอใจในสถานการณ์ปัจจุบันแต่ก็ยังเป็นความรู้สึกเพียงชั่วคราวอยู่ ที่ระดับนี้จะมุ่งเน้นไปที่การสนใจต่อความสำเร็จด้านบุคคลมากกว่าความสำเร็จขององค์กร

Loyal เป็นระดับของความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง พนักงานจะรู้สึกมีความสุขต่อการมาทำงานและเชื่อว่าที่เขาทำงานนั้นมีความหมายและสนับสนุนต่อองค์กร รวมถึงเชื่อว่าจะได้รับการยอมรับและได้รางวัลอย่างยุติธรรม แต่อย่างไรก็ตามความผูกพันในระดับนี้ก็ไม่ได้รวมถึงการคิดสร้างสรรค์ ความคิดที่มีอิสระ ความรู้สึกมีส่วนร่วมและความเป็นผู้ริเริ่ม

Committed เป็นระดับของความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง โดยมีความรู้สึกผูกพันในระดับลึกต่อองค์กร เข้าใจถึงคุณค่าและเหตุผลอย่างมั่นคงขององค์กรเพื่อการพัฒนาและเติบโต ซึ่งในระดับนี้จะรวมถึงความท้าทาย หลงใหล และความรู้สึกเป็นเจ้าของต่อองค์กร

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of needs) ของ Maslow

มาสโลว์. (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 39-40; อ้างอิงจาก Maslow. n.d.) ได้เสนอทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการซึ่งอธิบายถึงความต้องการและความพอใจของมนุษย์ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัยและการนอน การพักผ่อน Maslow ได้กำหนดตำแหน่งซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดและความต้องการอื่นจะกระตุ้นบุคคลต่อไป

2. ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or Safety Needs) ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกายและความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาหาร หรือที่อยู่อาศัย

3. ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation or Acceptance Needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการยอมรับจากบุคคลอื่น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ เมื่อบุคคลใดได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการการยกย่องจากตัวเองและจากบุคคลอื่น ความ

ต้องการนี้เป็นการพึงพอใจในอำนาจ (Power) ความภาคภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)

1. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) มาร์โลว์ค่านึงว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะสามารถประสบความสำเร็จเพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

ทฤษฎี X และ ทฤษฎี Y ของ McGregor

เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดยนักพฤติกรรมศาสตร์ชื่อ Douglas McGracgor. (Wickens. 1995 : 24-26) ได้ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริหารถึงวิธีการที่ผู้บริหารมองตัวเองสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ทศวรรษนี้ต้องการความคิดในการรับรู้ธรรมชาติของมนุษย์ โดยมีข้อสมมติ 2 ประการเกี่ยวกับลักษณะของบุคคล ดังนี้

1. ข้อสมมติฐานเกี่ยวกับทฤษฎี X (Theory X Assumption) ข้อสมมติฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ดังนี้

- 1.1 มนุษย์ไม่ชอบการทำงานและพยายามหลีกเลี่ยงงานเสมอเมื่อมีโอกาส
- 1.2 ไม่มีความกระตือรือร้น ต้องถูกบังคับ ควบคุม สั่งการ และใช้วิธีการลงโทษ เพื่อให้ใช้ความพยายามเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์
- 1.3 มนุษย์โดยเฉลี่ยไม่ต้องการมีความรับผิดชอบ คิดถึงแต่ตนเอง ไม่คำนึงถึงความต้องการขององค์กร ทะเยอทะยาน และต้องการความปลอดภัย

2. ข้อสมมติฐานเกี่ยวกับทฤษฎี Y (Theory Y Assumption) ข้อสมมติฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ดังนี้

ใช้ความพยายามทางกายภาพ และความพยายามด้านจิตใจในการทำงานตามธรรมชาติ การควบคุมจากภายนอกและอุปสรรคของการลงโทษไม่ใช่วิธีการเดียวในการใช้ความพยายามให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร บุคคลจึงใช้การควบคุมตัวเองเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ระดับของการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขึ้นกับรางวัลที่สัมพันธ์กับความสำเร็จ
มนุษย์โดยเฉลี่ยเรียนรู้ภายใต้สภาพที่เหมาะสม มีการยอมรับความรับผิดชอบ
มีสมรรถภาพ ความซื่อสัตย์ และความคิดสร้างสรรค์

สภาพอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ศักยภาพที่เฉลียวฉลาดของความเป็นมนุษย์มีประโยชน์
บางส่วน

แบบจำลองเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

แบบจำลองของสตีล (Steer. 1977 : 77) ได้แบ่งแบบจำลองออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ปัจจัยกำหนดความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน (Personal Characteristics) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาการทำงานในองค์กร และ ระดับตำแหน่ง

ลักษณะของงาน (Job Characteristics) หมายถึง ลักษณะของงานที่ผู้ปฏิบัติงานรับผิดชอบอยู่ ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และ ผลป้อนกลับของงาน

ประสบการณ์ในงาน (Work Experiences) หมายถึง สภาพการทำงานที่ผู้ปฏิบัติได้รับ ได้แก่ ความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร และ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร

2. ลักษณะของความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันต่อองค์กร

3. ผลของความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย พฤติกรรมที่แสดงออกในด้านดีต่อองค์กร

ทฤษฎี Side-bet

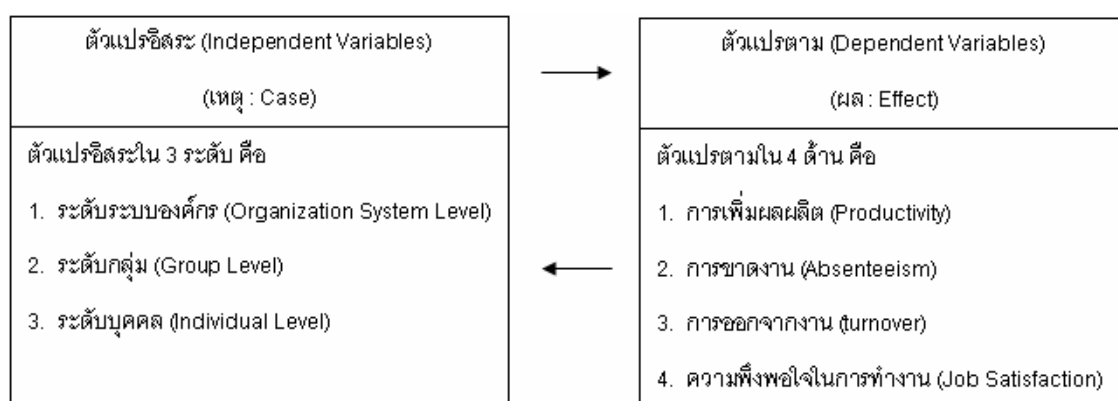
เบคเคอร์ และ คาร์เปอร์ (Becker & Carper. 1956 : 289-296) ได้คิดทฤษฎีที่พัฒนามาจากกรอบการศึกษาของแนวคิดเชิง exchange หรือที่เรียกว่า reward-cost notation ซึ่งสาระสำคัญที่เสนอไว้คือ แนวคิดที่อธิบายถึงเหตุผลที่บุคคลเกิดความผูกพันต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นเพราะว่าบุคคลนั้นได้สร้างการลงทุน (side-bet) ต่อสิ่งนั้น ๆ ไว้ เพราะฉะนั้นถ้าเขาไม่มีความผูกพันต่อสิ่งนั้นต่อไปก็จะทำให้เขาสูญเสียมากกว่าการผูกพันไว้ จึงเป็นสิ่งที่ต้องทำโดยไม่มีทางเลือก ระดับความสำคัญของการลงทุนในบางประการจะผันแปรตามมิติระยะเวลา กล่าวคือคุณภาพของสิ่งที่ลงทุนไป จะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นตามระยะเวลาที่บุคคลได้เสียไปในเรื่องนั้น ๆ เช่น ตัวแปรอายุการทำงานในองค์กร บุคคลที่ทำงานให้กับองค์กรนานเท่าใดก็จะทำให้เกิดการสะสมทรัพยากรที่จะได้รับจากระบบการจ้างงานขององค์กรมากขึ้นในรูปของเงินเดือน สวัสดิการ และอำนาจหน้าที่หรือสิ่งที่ได้อุทิศในรูปของกำลังกาย กำลังใจ ดังนั้นบุคคลที่ทำงานอยู่กับองค์กรนานย่อมตัดสินใจลาออกจากองค์กรได้ยากลำบากกว่าคน

ที่ทำงานกับองค์กรมานานเพราะเขาจะพิจารณาว่าหากลาออกจากองค์กรก็เท่ากับว่าการลงทุนของเขาที่ได้สะสมไว้ย่อมสูญเสียไปด้วยซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่ากับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากองค์กรใหม่

การพัฒนาโมเดลพฤติกรรมองค์กร

โมเดลพฤติกรรมองค์กร (Organizational Behavior Model) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 23 – 25) เป็นส่วนของความเป็นจริงซึ่งเป็นการนำเสนอพฤติกรรมองค์กรที่แสดงการกำหนดโมเดลโดยการนำเสนอการวิเคราะห์ 3 ระดับ คือ การเปลี่ยนแปลงจากระดับส่วนบุคคล (Individual Level) เป็นระดับกลุ่ม (Group Level) และระดับองค์กร (Organizational System Level) ตามลำดับ เราจะเพิ่มความมีระบบเพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมองค์กรแต่ละระดับ จะมีการกำหนดโครงสร้างเกี่ยวกับระดับที่ผ่านมาโดยมีแนวคิดกลุ่มเป็นพื้นฐานของแต่ละบุคคลและกำหนดเงื่อนไขโครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มเพื่อที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมองค์กร

ในส่วนนี้จะนำเสนอโมเดลต่าง ๆ ซึ่งกำหนดขอบเขตของพฤติกรรมองค์กรตลอดจนการระบุถึงตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ



1. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) เป็นตัวแปรผลซึ่งมีสาเหตุจากตัวแปรอิสระ ตัวอย่างของตัวแปรตามในพฤติกรรมองค์กร ได้แก่ การเพิ่มผลผลิต การขาดงาน การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน และความพึงพอใจในการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นการวัดการทำงานซึ่งประกอบด้วยประสิทธิผลและประสิทธิภาพภายในองค์กรหนึ่ง การเพิ่มผลผลิตเป็นเป้าหมายขององค์กร โดยการเปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นผลผลิต (Output) ตัวนี้ถือว่าการเพิ่มผลผลิตซึ่งจะต้องอาศัยทั้งประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) เป็นการบรรลุเป้าหมาย (Achievement of Goals) ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด ตัวอย่าง ประสิทธิภาพของโรงพยาบาลแห่งหนึ่งจะมองที่การตอบสนองความต้องการของคนไข้ แต่ประสิทธิภาพของโรงพยาบาลจะมองที่ความสามารถในการประหยัดต้นทุน โดยทั่วไปประสิทธิภาพเมื่อบรรลุเป้าหมายตามยอดขายหรือส่วนครองตลาดหรือกำไรซึ่งก็คือ การเพิ่มผลผลิตโดยถือหลักเกณฑ์บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างประหยัดเพราะการวัดประสิทธิภาพจะประกอบด้วยการวัดผลตอบแทนในการลงทุนกำไรต่อยอดขายหรือผลผลิตต่อชั่วโมงแรงงาน การเพิ่มผลผลิตหมายถึงอัตราส่วนระหว่างผลผลิตและปัจจัยนำเข้าภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และคุณภาพที่กำหนดตามสมการ

$$\text{การเพิ่มผลผลิต (Productivity)} = \frac{\text{ผลผลิต (Outputs)}}{\text{ปัจจัยนำเข้า (Inputs)}}$$

การขาดงาน (Absenteeism) การที่พนักงานไม่มาทำงานนั้นถือว่าเป็นความล้มเหลวในการทำงานและการจัดการ ในประเด็นนี้เรามีข้อสมมติว่าผลประโยชน์ขององค์กรจะมากขึ้นเมื่อการขาดงานของพนักงานลดลง

การออกจากงาน (Turnover) เป็นการสูญเสียพนักงานขององค์กรเนื่องจากกลุ่มพนักงานต้องออกจากงานด้วยเหตุผลต่าง ๆ การหมุนเวียนที่มากเกินไปหรือผู้ทำงานที่มีคุณค่าจะเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กร

ความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction) เป็นทัศนคติความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่พนักงานมีต่อการทำงานหรือเป็นความแตกต่างระหว่างรางวัลของแรงงานที่ได้รับ หรือจำนวนรางวัลที่เขาเชื่อว่าเขาควรจะได้รับ ดังนั้นความพึงพอใจในการทำงานจึงเป็นทัศนคติไม่ใช่พฤติกรรม โดยทั่วไป พนักงานที่พึงพอใจในงานจะมีผลผลิตมากกว่าพนักงานที่ไม่พึงพอใจในงาน ความพึงพอใจเป็นวัตถุประสงค์ขององค์กร ไม่เพียงแต่ความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการขาดงานหรือลาออกจากงานเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับองค์กรด้วยว่ามีการจัดการบริหารงานที่มีความท้าทายและมีการให้รางวัลหรือไม่ ดังนั้น การมีความพึงพอใจในการทำงานจะสะท้อนถึงทัศนคติมากกว่าพฤติกรรม

2. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) เป็นตัวแปรเหตุที่มีผลกระทบต่อตัวแปรตาม (Dependent Variables) ตัวกำหนดที่สำคัญของผลผลิต การขาดงาน การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน ความพึงพอใจในการทำงาน ตัวแปรอิสระจะสอดคล้องกับความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมองค์กรจะสามารถเข้าใจได้ดีที่สุด เมื่อมีทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างเงื่อนไขที่สลับซับซ้อนและหลักเกณฑ์ของโมเดลในความเข้าใจของพฤติกรรมบุคคล

ตัวแปรในระดับบุคคล (Individual-level Variables) บุคคลจะมีความแตกต่าง ดังนั้นเมื่อเข้าไปในองค์กร หากผู้จัดการต้องการจะใช้งานพนักงาน จะต้องใช้อย่างระมัดระวัง ลักษณะของ

พนักงานแต่ละคนจะแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นอายุ เพศ สภาพ การทำงาน ลักษณะบุคลิกภาพ ค่านิยม ทัศนคติ และระดับความสามารถ ซึ่งลักษณะเหล่านี้จะมีความเกี่ยวข้องกัน เมื่อบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน กำลังแรงงาน ผู้จัดการมีบทบาทน้อยที่จะเปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมของพนักงาน ปัจจัยเหล่านี้คือลักษณะทางชีววิทยา บุคลิกภาพ ค่านิยม ทัศนคติ และความสามารถ ซึ่งถือเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่งตัวแปรอิสระจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมพนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วยการรับรู้ (Perception) การตัดสินใจเฉพาะบุคคล (Individual-level Variables) การเรียนรู้ และ การจูงใจ (Learning and Motivation)

ตัวแปรระดับกลุ่ม (Group-level Variables) พฤติกรรมของมนุษย์ในกลุ่มจะเป็นการปฏิบัติเฉพาะบุคคลในแต่ละกลุ่ม ความสลับซับซ้อนของโมเดลจะเพิ่มขึ้นเมื่อพฤติกรรมมนุษย์มีการจัดกลุ่ม ซึ่งจะแตกต่างกันตามพฤติกรรมของแต่ละคน ดังนั้นในการพัฒนาความเข้าใจขององค์กรจึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มด้วย

ตัวแปรในระดับระบบขององค์กร (Organizational System-level Variables) พฤติกรรมองค์กรจะมีความสลับซับซ้อนสูงสุดเมื่อเราเพิ่มโครงการที่เป็นทางการไปยังความรู้ของบุคคลในอดีต และพฤติกรรมกลุ่ม เพราะองค์กรจะเป็นการรวมกลุ่มสมาชิก

โมเดลพฤติกรรมองค์กรเชิงสถานการณ์ (Contingency OB Model) ในประเด็นนี้จะแสดงซึ่งตัวแปรที่สำคัญ 4 ประการและตัวแปรอิสระจำนวนหนึ่งที่กำหนดโดยระดับของการวิจัย การวิเคราะห์การวิจัยซึ่งระบุถึงผลกระทบที่แตกต่าง ความซับซ้อนของโมเดลนี้คือการพิจารณาถึงความซับซ้อนของพฤติกรรมองค์กร ซึ่งจะต้องอธิบายสาเหตุและพยากรณ์พฤติกรรมของบุคคลในการทำงาน ในส่วนที่สำคัญที่สุดของโมเดลจะอธิบายถึงตัวแปรเชิงสถานการณ์เพราะความซับซ้อนจะเกี่ยวข้องกับไคอะแกรม ตัวแปรเชิงสถานการณ์เหมาะสมจะช่วยปรับปรุงและอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในโมเดลพฤติกรรมองค์กรเป็นอย่างดี

แนวคิดในการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาซึ่งแสดงโมเดลพฤติกรรมขั้นพื้นฐานว่าวิธีการในการพัฒนาเพื่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งผู้จัดการต้องเข้าไปเกี่ยวข้องโดยปรับปรุงตัวแปรอิสระที่มีผลกระทบกับตัวแปรตาม กระบวนการเปลี่ยนแปลงและเทคนิคที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติของพนักงาน การปรับปรุงกระบวนการสื่อสารและการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วยการเชื่อมโยงระหว่างระดับของการวิเคราะห์ คือ โครงสร้างองค์กรเป็นตัวเชื่อมสำหรับภาวะความเป็นผู้นำ สิ่งนี้เป็นสื่อว่าอำนาจหน้าที่ (Authorize) และภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน ผู้เชี่ยวชาญการจัดการจะมี

อิทธิพลต่อพฤติกรรมกลุ่มภายใต้ความเป็นผู้นำ โดยทั่วไปการสื่อสารเป็นวิธีการที่บุคคลมีการส่งข้อมูล เป็นการเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมเฉพาะบุคคลและพฤติกรรมกลุ่ม

ประวัติความเป็นมาของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ทูคือผู้ให้บริการสื่อสารครบวงจรหนึ่งเดียวของประเทศบริษัทก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในเดือน พฤศจิกายน 2533 และในปี 2536 ได้เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในเดือน ธันวาคม 2536 มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA”

ในเดือนเมษายน 2547 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ภายใต้แบรนด์ทู และได้เปลี่ยนชื่อบริษัทมาเป็น บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” โดยมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วทั้งสิ้น 45,015 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2549 และปัจจุบันทูเป็นหนึ่งในแบรนด์ที่แข็งแกร่งที่สุด

วิสัยทัศน์ของกลุ่มทู (Vision) คือการเป็นผู้นำทางด้าน คอนเวอร์เจนซ์ไลฟ์สไตล์ (Convergence Lifestyle) และมีพันธกิจ (Mission) คือการทำให้ลูกค้าสามารถสื่อสารถึงกันและกัน และเข้าถึงคุณค่า ความรู้ และสาระบันเทิงต่างๆ พร้อมๆ กับการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร พนักงานและผู้ถือหุ้น จากวิสัยทัศน์การเป็นผู้นำ คอนเวอร์เจนซ์ไลฟ์สไตล์ ทำให้กลุ่มทูมีความแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น โดยมีการผสมผสานบริการสื่อสารครบวงจร เข้ากับคอนเทนต์ที่หลากหลาย ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ ของลูกค้า

ภายใต้การสนับสนุนจากเครือเจริญโภคภัณฑ์ กลุ่มธุรกิจด้านการเกษตรครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งถือหุ้นทูในสัดส่วนประมาณร้อยละ 30.4 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549) บริษัทได้ขยายธุรกิจมาตามลำดับ จากผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน จนปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการสื่อสารครบวงจรที่ครอบคลุมทั้งบริการเสียง ข้อมูล และภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าทั่วไป ลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้าองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ในปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดสำหรับบริการอินเทอร์เน็ต บริการบรอดแบนด์สำหรับบุคคลทั่วไป และบริการโทรศัพท์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก รวมทั้งยังเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานรายใหญ่ที่สุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้ให้บริการเกมออนไลน์รายใหญ่ และเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่อันดับสามของประเทศ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทุนแบ่งเป็น 5 ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ภายใต้ชื่อ ทรูมูฟ (ชื่อเดิม ทีเอ ออเรนจ์) ธุรกิจออนไลน์ ภายใต้ชื่อ ทรูออนไลน์ (ซึ่งประกอบด้วยบริการโทรศัพท์พื้นฐานและบริการเสริม บริการโครงข่ายข้อมูล บริการอินเทอร์เน็ต และบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือบริการบรอดแบนด์ สำหรับบุคคลทั่วไป และบริการ WE PCT หรือบริการโทรศัพท์พื้นฐานใช้นอกสถานที่) ธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก (ภายใต้ชื่อ ทรูวิชั่นส์ (ชื่อเดิมยูบีซี)) ธุรกิจดิจิทัลคอมเมิร์ซ ภายใต้ชื่อ ทรูมันนี่ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ภายใต้ชื่อ ทรูไลฟ์

บริษัทให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานภายใต้สัญญาร่วมการงานและร่วมลงทุนกับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (“ทีโอที”) ตามเงื่อนไข Build-Transfer-Operate (BTO) เพื่อจัดหา ติดตั้ง และควบคุม ตลอดจนบำรุงรักษาอุปกรณ์ในระบบ ในการขยายบริการโทรศัพท์จำนวน 2.6 ล้านเลขหมาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นระยะเวลา 25 ปี สิ้นสุดเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 โดยบริษัทเริ่มมีรายได้จากการให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานในเดือนพฤศจิกายน 2535

นอกจากนี้ยังได้รับอนุญาตให้เปิดบริการเสริมต่างๆ เช่น บริการโทรศัพท์สาธารณะและบริการอื่นๆ เพิ่มเติม ในปี 2542 บริษัทได้เปิดให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานใช้นอกสถานที่ PCT และในปี 2544 บริษัทผ่านบริษัทย่อยได้เปิดให้บริการโครงข่ายสื่อสารข้อมูลความเร็วสูง ซึ่งประกอบด้วยบริการ ADSL และบริการ Cable Modem นอกจากนั้นในปี 2546 ได้เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหรือบริการ Wi-Fi และในปี 2549 กลุ่มบริษัทได้รับใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ระหว่างประเทศ

ในเดือนตุลาคม 2544 บริษัทได้เข้าถือหุ้น ในบริษัท กรุงเทพอินเตอร์เทเลเทค จำกัด (มหาชน) (ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ถือหุ้นในบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด) ในอัตราร้อยละ 41.1 ซึ่งนับเป็นการเริ่มเข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ ทีเอ ออเรนจ์ได้เปิดให้บริการอย่างเต็มที่ในเดือนมีนาคม 2545 และต่อมาบริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท กรุงเทพอินเตอร์เทเลเทค จำกัด (มหาชน) มากขึ้นตามลำดับจนกระทั่งปัจจุบัน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549) บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท กรุงเทพอินเตอร์เทเลเทค จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 93.4 ทรูได้เริ่มรับรู้ผลประกอบการของบริษัท กรุงเทพอินเตอร์เทเลเทค จำกัด (มหาชน) และทีเอ ออเรนจ์ อย่างเต็มที่นับตั้งแต่ต้นไตรมาส 4 ของปี 2547 ทั้งนี้ ทีเอ ออเรนจ์ได้เปลี่ยนชื่อเป็นทรูมูฟ เมื่อต้นปี 2549

ทรูมูฟให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM (Global System for Mobile Communications) ที่ความถี่ 1800 MHz ภายใต้การได้รับอนุญาตจาก บมจ. กสท โทรคมนาคม (“กสท”) ตามเงื่อนไข Build-Transfer-Operate (BTO) สิ้นสุดเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2556

ในเดือนมกราคม 2549 บริษัทได้เข้าซื้อหุ้น ยูบีซี จาก MIH ทั้งหมด และต่อมาได้ดำเนินการเข้าซื้อหุ้นสามัญจากรายย่อย (Tender Offer) ทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นทางอ้อมใน ยูบีซี ร้อยละ 91.8 ภายหลังการเข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายย่อยเสร็จสิ้นในเดือนมีนาคม 2549 ทั้งนี้บริษัทได้รวมผลประกอบการของยูบีซีอย่างเต็มที่ตั้งแต่ต้นไตรมาสที่ 1 ปี 2549 และ ยูบีซี ได้เปลี่ยนชื่อเป็นทิวทัศน์ เมื่อต้นปี 2550 ทิวทัศน์ดำเนินงานภายใต้สัญญาสัมปทานจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลา 25 ปี สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน ปี 2557 สำหรับการให้บริการผ่านดาวเทียม และสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 สำหรับการให้บริการผ่านเคเบิล

ในปี 2549 กลุ่มบริษัททิวทัศน์มีรายได้รวมมากกว่า 50,000 ล้านบาท และมีสินทรัพย์ทั้งหมดกว่า 1 แสนล้านบาท โดยมีจำนวนพนักงานประมาณ 10,000 คน

แผนผังองค์กร บริษัท ทิวทัศน์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

ลิวอิส (Lewis. 1967 : 629) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกมีเกียรติยศชื่อเสียงของสถาบัน และความรู้สึกมีเกียรติยศชื่อเสียงในวิชาชีพกับความรู้สึกจงรักภักดีของอาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐแถบตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกาจำนวน 509 คน พบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยที่รู้สึก

ว่าสถาบันที่ตนเองสนใจมีเกียรติยศชื่อเสียงจะมีความรู้สึกจงรักภักดีต่อสถาบันมากกว่าอาจารย์ซึ่งไม่เห็นความสำคัญของสถาบันที่ตนเองสอนอยู่ แสดงให้เห็นว่าความรู้สึกต่อสถาบันที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อความจงรักภักดีและความผูกพันต่อสถาบันนั้น

ฮิบเนียค และ อัลคิตโต้ (Hrebiniak and Alutto. 1972 : 555) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประจำตัวบุคคลกับบทบาทในความผูกพันต่อองค์กรของครูประถมศึกษา ครูมัธยมศึกษาและพยาบาลอาชีพในโรงพยาบาล 3 แห่ง ทางตะวันตกของรัฐนิวยอร์ก พบว่าบุคคลที่มีอายุมากจะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง ทั้งนี้เนื่องจากการมีอายุมากจะมีการสั่งสมประสบการณ์เกี่ยวกับคุณค่าของระบบการทำงานภายในองค์กรนั้นเอาไว้มาก

สตีเยร์ (Steers. 1977 : 48-49) ได้ศึกษาเจ้าหน้าที่ภายในโรงพยาบาลจำนวน 382 คน และนักวิทยาศาสตร์กับวิศวกร 119 คน พบว่างานที่มีลักษณะท้าทายความสามารถไม่มีความขัดแย้งในบทบาทและควมมีอิสระในการทำงานจะมีความสัมพันธ์ต่อองค์กรสูง นอกจากนั้นยังพบว่าลักษณะตัวแปรย่อยของประสบการณ์ทำงานเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมาก ได้แก่ ความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกที่ดีต่อผู้ร่วมงาน ความรู้สึกว่าการพิจารณาความดีความชอบมีความยุติธรรม

แองเกิล และ เพอร์รี่ (Angle and Perry. 1981 : 1-14) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความผูกพันต่อองค์กรกับประสิทธิผลขององค์กร เน้นความสำคัญของพนักงานระดับปฏิบัติการสำหรับกลุ่มประชากรที่ศึกษา เป็นพนักงานให้บริการของบริษัทรถประจำทางจำนวน 24 แห่ง ทางตะวันออกของอเมริกา ผลการวิจัยพบว่าผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าผู้ชาย

ดอนสไตน์ และ มาเทโลว (Dornstein and Matalow. 1989 : 192-203) ได้ทำการศึกษาทหารบกอิสราเอลจำนวน 250 คน พบว่างานที่มีลักษณะน่าสนใจ ความมีอิสระในองค์กร มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร

เซอร์มาร์คเกอร์ และ คณะ (ชวลิต ตนานนท์ชัย. 2532 : 16; อ้างอิงจาก Shermaker and others. n.d.) เป็นคณะที่พยายามทดสอบ Side-bet Theory ของ Becker. โดยทำการศึกษากับเจ้าหน้าที่สวนสาธารณะและเจ้าหน้าที่วนอุทยานแห่งชาติสหรัฐ พบว่า อายุและประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

บอชฮอฟ และ เมล (Boshoff and Mels. 1995 : 23-42) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Casual Model เพื่อที่จะประเมินความสัมพันธ์ระหว่าง Supervision, Role stress, ความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพของการบริหารภายใน โดยวิจัยองค์กร แสดงให้เห็นว่า Supervisory Behavior ก่อให้เกิดสภาวะแวดล้อมที่นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่เหนือกว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายประกันมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมากต่อคุณภาพการบริการภายในและยังมีผลกระทบเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วย แต่ผลกระทบเชิงลบต่อความขัดแย้งด้านบทบาท

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

เชิดชัย คงวัฒนกุล. (2530 : 154-160) ศึกษาปัจจัยพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของปลัดอำเภอ พบว่า อายุราชการ ระดับตำแหน่ง ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร แต่ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตและการใช้ทักษะต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน เอกลักษณะของงาน ความเด่นของงาน ความเป็นอิสระของงาน และการสะท้อนกลับของงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ความขัดแย้งในบทบาท ความคลุมเครือในบทบาท ความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันต่อองค์กร

สุวรรณดิณ คณานุกัณณ์. (2536) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะงาน ลักษณะองค์กรและลักษณะประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารจากบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่าตัวแปรทั้ง 4 ที่ทำการศึกษาตามแนวคิดของ Steer และ Porter มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรและสามารถบ่งบอกถึงตัวแปรย่อยที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์กรซึ่งสามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรได้ดังนี้คือ ความสำคัญของงาน ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร ความขัดแย้งในบทบาท อายุงานในบริษัท และ ความรู้สึกว่าคุณมีความยุติธรรมในระบบการพิจารณาความดีความชอบ

สะอาด วงศ์อนันต์นันท์. (2538) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะงาน ประสิทธิภาพในการทำงานและบทบาททางวิชาชีพกับความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลในโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาล ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายในงาน ความมีเอกลักษณะของงาน ความสำคัญของงาน ผลป้อนกลับของงาน ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่าคุณคือคนที่พึ่งได้ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร ทศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน และองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ความขัดแย้งในบทบาทและความคลุมเครือในบทบาท มี

ความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันต่อองค์กร กลุ่มตัวแปรที่สามารถร่วมกันทำนายความผูกพันต่อองค์กรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร ความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพิงได้ ความคลุมเครือในบทบาท อายุ ทักษะติดต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร และความมีอิสระในการทำงาน สามารถอธิบายความผันแปรของความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 52.49

กฤษกร ดวงสว่าง. (2540 : 48-49) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กร กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นพนักงานฝ่ายจัดการของสหกรณ์การเกษตรทั้ง 4 ภาค รวมทั้งหมด 231 คน ผลการศึกษาพบว่า อายุ และ รายได้ เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล มีตัวแปร 9 ตัว ได้แก่ โอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน ความมีอิสระในการทำงาน การสื่อสารในองค์กร การรวมอำนาจ รายได้ สวัสดิการในการทำงาน ความยึดมั่นผูกพันองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน ความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กร พบว่า ความยึดมั่นผูกพันในองค์กรมีผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กรมากที่สุด ส่วนตัวแปรอื่นเป็นตัวแปรที่อยู่เบื้องหลังความยึดมั่นในองค์กร

พินิจ พวงดอก. (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมสื่อสารทหารอากาศ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กร ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ โอกาสความก้าวหน้าในงานที่ทำ การมีส่วนร่วมในการทำงาน การเห็นความสำคัญของงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความผูกพันในองค์กรและพบว่า ข้าราชการกรมสื่อสารทหารอากาศมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง

ศิริพงษ์ เจริญสุข. (2545 : 65-72) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายวิศวกรรม ศึกษาเฉพาะองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ โดยการกรอกแบบสอบถามจำนวน 351 คน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส พื้นฐานการศึกษา และอายุงานในองค์กร ปัจจัยลักษณะงาน ได้แก่ โอกาสความก้าวหน้าในงาน ความเป็นอิสระในงาน และความมั่นคงในงาน ปัจจัยลักษณะองค์กร ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และนโยบายองค์กร และ ปัจจัยด้านลักษณะประสบการณ์ทำงาน ซึ่งประกอบด้วย การเห็นความสำคัญของงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความยุติธรรมในการพิจารณาความดีความชอบ ปัจจัยทั้ง 4 ข้างต้นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้วยกันทั้งสิ้น ยกเว้นเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

พงศกร เฝ้าไพโรจน์กร. (2546 : 79) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ซีเมนส์ จำกัด โดยการกรอบแบบสอบถามจำนวน 325 คน พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยลักษณะองค์กรและปัจจัยประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรทั้งสิ้น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรสูงที่สุดคือ ปัจจัยลักษณะงาน รองลงมาคือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและปัจจัยด้านกฎ ข้อบังคับและขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงาน ตามลำดับ และปัจจัยที่มีต่อความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรต่ำสุดคือปัจจัยประสบการณ์ในการทำงานด้านการเห็นความสำคัญของงาน

สุวัฒน์ ฉลภูมิญ. (2547 : 70) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน โดยศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทป๋วยแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มประชากรที่เป็นพนักงานประจำของบริษัทจำนวน 425 คน พบว่าปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ยกเว้นความพึงพอใจขององค์กร และพบว่าระดับความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริษัทป๋วยแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง

สรุปแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในงานวิจัย

จากการศึกษาเอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของสเติร์มาใช้เป็นแนวทางในกำหนดชื่อเรื่องการวิจัย กรอบแนวคิดและกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ซึ่งได้แก่องค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของงานที่ปฏิบัติและประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call Center) ที่มีต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีสาระสำคัญถึงวิธีการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและจะนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 1,619 คน (ข้อมูลจากฝ่าย People Operation กลุ่มงานบริการลูกค้า ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane : 1970) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 400 คน ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร จากประชากร 1,619 คน ค่าความคลาดเคลื่อน 5% หรือ 0.05 แทนค่าในสูตรดังนี้

$$n = \frac{1,619}{1+1619(0.05)^2} = 399.79$$

ดังนั้น ผลที่ได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงคิดเป็นจำนวน 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรออกตามสายงานต่าง ๆ คือ สายงาน Mobile Care Center สายงาน Consumer & Premium Care Center สายงาน Internet Broadband Care Center สายงาน Collection & Debt Enforcement และ สายงาน Tele Revenue เพื่อให้ประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันอยู่ในชั้นภูมิเดียวกัน โดยกำหนดเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากรทั้งหมดในแต่ละชั้นภูมิ (Proportional)

สูตรการคำนวณดังนี้

จำนวนพนักงานที่สุ่มมา = $\frac{\text{จำนวนพนักงานที่ต้องการสุ่มทั้งหมด} \times \text{พนักงานทั้งหมดในกลุ่มที่สนใจ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$

ซึ่งแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

ลำดับที่	สายงาน	ประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1	Mobile Care Center	813	201
2	Consumer & Premium Care Center	274	68
3	Internet Broadband Care Center	362	89
4	Collection & Debt Enforcement	120	30
5	Tele Revenue Enhancement	50	12
รวม		1,619	400

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามตามจำนวนสัดส่วนที่คำนวณได้ในขั้นที่ 1

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีคำถามจำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายปิด (Close-ended response questions) มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบให้ตรงกับความเป็นจริงให้มากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 4 อายุงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 5 รายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานซึ่งครอบคลุมตัวแปรในเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร โดยข้อความแต่ละข้อนั้นจะมีคำตอบให้เลือกในลักษณะของการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert Scale คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็น scale แบบ Interval ซึ่งมีการกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับของความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยคำถามที่ใช้ทั้งหมดรวมทั้งสิ้น 25 ข้อ สามารถแสดงรายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้วัดปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1-3

ความมีอิสระในการทำงาน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4-6

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 7-9

ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 10-11

ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 12-14

ความพึงพอใจขององค์กร จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 15-18

การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 19-21

ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 22-25

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร

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

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันดังนี้

4.21-5.00	มีความคิดเห็นต่อลักษณะของลักษณะงานที่ปฏิบัติและ ประสบการณ์จากการทำงานในระดับ ดีมาก
3.41-4.20	มีความคิดเห็นต่อลักษณะของลักษณะงานที่ปฏิบัติและ ประสบการณ์จากการทำงานในระดับ ดี
2.61-3.40	มีความคิดเห็นต่อลักษณะของลักษณะงานที่ปฏิบัติและ ประสบการณ์จากการทำงานในระดับ ปานกลาง
1.81-2.60	มีความคิดเห็นต่อลักษณะของลักษณะงานที่ปฏิบัติและ ประสบการณ์จากการทำงานในระดับ ไม่ดี

1.00-1.80 ความคิดเห็นต่อลักษณะของลักษณะงานที่ปฏิบัติและ
ประสบการณ์จากการทำงานในระดับไม่ดีมาก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร โดยข้อความแต่ละข้อนั้นจะมีคำตอบให้เลือกตอบในลักษณะของการประเมินค่าเป็น 5 ระดับตามแนวของ Likert Scale คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ได้แบ่งลักษณะของข้อความออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อความเชิงบวก (Positive) และข้อความเชิงลบ (Negative) โดยกำหนดคะแนนความเห็นแตกต่างกันดังต่อไปนี้

ข้อความเชิงบวก (Positive)

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนน	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	1	คะแนน

ข้อความเชิงลบ (Negative)

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	1	คะแนน
เห็นด้วย	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนน	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนน	5	คะแนน

โดยมีคำถามรวมทั้งสิ้น 8 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกข้อ 27, 28, 30, 31, 32, 33 และคำถามเชิงลบข้อ 26, 29 เป็น scale แบบ Interval scale

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนจากการกำหนดดังกล่าวมาประเมินค่า เพื่อแปลความหมายค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร

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

$$= 0.8$$

จากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยการประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันดังนี้

<u>คะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความผูกพัน</u>
4.21-5.00	มีความผูกพันอย่างมาก
3.41-4.20	มีความผูกพันมาก
2.61-3.40	มีความผูกพันปานกลาง
1.81-2.60	มีความผูกพันน้อย
1.00-1.80	มีความผูกพันน้อยมาก

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์ในเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นจะนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้แก่ ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสม และสามารถนำไปใช้วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

สำหรับความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทดสอบใช้กับพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ สายงาน Internet Broadband Care Center กลุ่มงานบริการลูกค้า บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 40 คน แล้วนำมาคำนวณหาความเชื่อถือได้โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient method) ของ Cronbach's Alpha (กัลยา วนิชย์บัญชา. 449 : 2546) ซึ่งมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ co variance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ co variance / variance}}$$

เมื่อ	α	แทน ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน จำนวนคำถาม
<u>Covariance</u>		แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
<u>Variance</u>		แทน ความเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

โดยในการวิจัยครั้งนี้

ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีดังนี้

1. ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา = 0.8560
2. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา = 0.8646
3. ความผูกพันต่อองค์กร ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา = 0.8620

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งในการเก็บข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานตามสัดส่วนที่คำนวณไว้ทั้งหมดจำนวน 400 ฉบับ
2. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ
3. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาบันทึกลงรหัสและตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistic Package for Social Sciences) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1-5

ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกันเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1

2.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าสองกลุ่มขึ้นไปโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-5 ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 2-5

2.3 สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 36)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ของคะแนน

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$$\sum x \quad \text{แทน} \quad \text{ผลรวมของคะแนนทั้งหมด}$$

$$n \quad \text{แทน} \quad \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 38)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 43)

$$\text{Cronbach's alpha : } \alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของ

ประชากรกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 178) ใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ในส่วนของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ โดยมีสูตรในการหาค่า t โดยมีสูตรดังนี้

โดยใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศ

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\overline{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\overline{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 293) โดยดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances และจะใช้สถิติวิเคราะห์จากค่า ANOVA(F) หรือ ค่า Brown-Forsythe(B) ใช้ในกรณีความแปรปรวนต่างกันหรือไม่เท่ากัน (Hartung. 2001 : 300)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยใช้สถิติ Brown-forsythe (B) ในกรณีความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Hartung. 2001 : 300) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW'}$$

$$\text{โดย ค่า } MSW' = \sum_{i=1}^K (1 - \frac{n_i}{N}) S_i^2$$

เมื่อ	B	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe
	MSB	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSW'	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown-forsythe
	K	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดประชากร
	S_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ใช้ F Test กรณีความแปรปรวนเท่ากัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม(B)	k-1	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม(W)	n-k	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n-k}$	
รวม (T)	n-1	$SS_{(T)}$		

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n-k)
	k	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
	$SS_{(B)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares)
	$SS_{(W)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)
	$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 332-333)

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 332-333) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)
n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel.1982 : 153-155) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{s}}$$

เมื่อ $\bar{d}_D$ แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test

q_D แทน ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test

$MS_{S/A}$ แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

S แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการทดสอบ เป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 333) มีสูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n - k

MSE แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม ($MS_{(w)}$)

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่มที่ j

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (ฐศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 310-311) มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด x และชุด y
	n	แทน	ขนาดของตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของ ค่า r คือ

- 1) ค่า r เป็น ลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- 2) ค่า r เป็น บวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์. 2542 : 508) ค่าสัมประสิทธิ์ (r)

0.01 - 0.20	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ต่ำ
0.21 - 0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ
0.41 - 0.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
0.61 - 0.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง
0.81 - 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์สูง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F- Distribution
F-Prob.,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาที่สำเร็จแล้ว อายุงาน และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	128	32.00
หญิง	272	68.00
รวม	400	100.00
2. สถานภาพสมรส		
โสด	336	84.00
สมรส/อยู่ด้วยกัน	55	13.80
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	9	2.20
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษาที่สำเร็จแล้ว		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	1.50
ปริญญาตรี	394	98.50
รวม	400	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. อายุงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	271	67.80
6 – 10 ปี	72	18.00
11 - 15 ปี	44	11.00
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	13	3.20
รวม	400	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	61	15.20
10,001-15,000 บาท	217	54.30
ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป	122	30.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

สถานภาพสมรส กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมาเป็นกลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และกลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาที่สำเร็จแล้ว กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 39.30 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 และกลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

อายุงาน กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ

67.80 รองลงมาเป็นกลุ่มพนักงานที่มีอายุงาน 6 - 10 ปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 กลุ่มพนักงานที่มีอายุงาน 11 - 15 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และกลุ่มพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา คือ กลุ่มพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และกลุ่มพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงผลการวัดระดับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน								
1. ได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถจากองค์กรของท่านอย่างต่อเนื่อง	1	37	85	266	11	3.62	0.70	ดี
2. มีโอกาสก้าวหน้าขึ้นไปในตำแหน่งที่สูงขึ้น								
3. คิดว่าการเลื่อนตำแหน่งของท่านในองค์กรไม่ใช่เรื่องยากและลำบาก	24	79	185	102	10	2.99	0.89	ปานกลาง
ด้านความมีอิสระในการทำงาน								
4. มีอิสระในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่	35	140	128	88	9	2.74	0.97	ปานกลาง
5. มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในหน่วยงานได้อย่างเต็มที่								
5. มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในหน่วยงานได้อย่างเต็มที่	2	82	114	196	6	3.31	0.83	ปานกลาง
5. มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในหน่วยงานได้อย่างเต็มที่	3	48	123	214	12	3.46	0.77	ดี

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
6. ทำงานที่ได้รับมอบหมายโดยไม่มีใครแทรกแซงการทำงาน	8	80	90	210	12	3.35	0.90	ปานกลาง
ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหาร								
7. มีส่วนในการแสดงความคิดเห็นเพื่อหาทางออกในการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน	4	62	115	205	14	3.41	0.83	ดี
8. การแสดงความคิดเห็นของท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการ	16	58	135	172	19	3.30	0.91	ปานกลาง
9. มีส่วนในการสนับสนุนให้ทดลองใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน	15	71	101	188	25	3.34	0.97	ปานกลาง
ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน								
10. มีความรู้และความเข้าใจในงานเป็นอย่างดี	8	1	56	289	46	3.91	0.66	ดี
11. เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการทำงาน ท่านสามารถแก้ไขปัญหานั้นให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี	0	1	75	264	60	3.96	0.59	ดี

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นรายชื่อพบว่า

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในระดับปานกลางคือ คิดว่าการเลื่อนตำแหน่งของท่านในองค์กรไม่ใช่เรื่องยากและลำบาก และมีโอกาสก้าวหน้าไปในตำแหน่งที่สูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และ 2.99 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในระดับดีคือ ได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถจากองค์กรของท่านอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความมีอิสระในการทำงานในระดับปานกลางคือ มีอิสระในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ และทำงานที่ได้รับมอบหมายโดยไม่มีใครแทรกแซงการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และ 3.35 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้า

ทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความมีอิสระในการทำงานในระดับดีคือ มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในหน่วยงานได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารในระดับปานกลางคือ การแสดงความคิดเห็นของท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการ และมีส่วนในการสนับสนุนให้ทดลองใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และ 3.34 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารในระดับดีคือ มีส่วนในการแสดงความคิดเห็นเพื่อหาทางออกในการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานในระดับดีคือ มีความรู้และความเข้าใจในงานเป็นอย่างดี และเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการทำงาน ท่านสามารถแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 3.96 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.12	0.69	ปานกลาง
2. ด้านความมีอิสระในการทำงาน	3.37	0.68	ปานกลาง
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหาร	3.35	0.81	ปานกลาง
4. ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน	3.93	0.53	ดี

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นรายด้านพบว่า

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในระดับปานกลาง

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านความมีอิสระในการทำงานในระดับปานกลาง

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารในระดับปานกลาง

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานในระดับดี

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 4 แสดงผลการวัดระดับปัจจัยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยประสิทธิภาพ ในการทำงาน	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร								
12. ได้รับการยอมรับจาก ผู้บังคับบัญชาเสมอว่าเป็นพนักงาน ที่มีความสำคัญต่อองค์กร	0	55	174	162	9	3.31	0.73	ปานกลาง
13. ท่านลาหยุดงาน งานใน หน่วยงานของท่านจะไม่คล่องตัว	32	115	134	107	12	2.88	0.99	ปานกลาง
14. มักได้รับการเชิญให้เข้าร่วมงาน สำคัญ ๆ ในองค์กรบ่อยครั้ง	18	103	154	113	12	3.00	0.92	ปานกลาง
ด้านความพึงพอใจของตนเอง								
15. ได้รับเงินเดือน สวัสดิการ และ ค่าตอบแทนอย่างเหมาะสมกับ ความรู้ความสามารถของท่าน	36	124	100	127	13	2.89	1.05	ปานกลาง
16. ทำงานในองค์กรนี้แล้วไม่ต้อง ทำงานอื่นเพื่อหารายได้เสริม	32	170	85	112	1	2.70	0.97	ปานกลาง
17. ได้รับสวัสดิการที่องค์กรจัดหา ได้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการ	10	136	116	123	15	2.99	0.95	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยประสบการณ์ ในการทำงาน	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ระดับความคิดเห็น		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
18. ท่านมีปัญหา องค์กรให้ความ ช่วยเหลือท่านเป็นอย่างดี	6	38	208	143	5	3.26	0.71	ปานกลาง
ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร								
19. มีความเต็มใจที่จะยอมรับใน นโยบายขององค์กร	0	5	89	260	46	3.87	0.61	ดี
20. เห็นด้วยกับแนวทางการปฏิบัติ ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการ ทำงานของท่าน	8	22	90	240	40	3.71	0.80	ดี
21. เชื่อมั่นว่าเป้าหมาย ค่านิยม และนโยบายขององค์กรสามารถทำ ให้องค์กรประสบความสำเร็จได้	6	4	95	261	34	3.78	0.67	ดี
ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร								
22. ได้รับความร่วมมือจากเพื่อน ร่วมงานทุกครั้งเมื่อต้องการความ ช่วยเหลือ	0	12	44	248	96	4.07	0.68	ดี
23. เห็นว่าองค์กรมีระบบการ จัดการที่ดีกว่าองค์กรอื่น	10	48	176	151	15	3.28	0.82	ปานกลาง
24. เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญ และตระหนักในคุณค่าของพนักงาน เป็นอย่างมาก	6	54	97	194	49	3.57	0.92	ดี
25. เห็นว่าเพื่อนร่วมงานมีความ สามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	6	13	86	251	44	3.78	0.74	ดี

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นรายชื่อพบว่า

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญของตนต่อองค์กรในระดับปานกลางคือ ได้รับการยอมรับจาก บังคับบัญชาเสมอว่าท่านเป็นพนักงานที่มีความสำคัญต่อองค์กร ลาหยุดงานงานในหน่วยงาน

ของท่านจะไม่คล่องตัว และมักได้รับการเชิญให้เข้าร่วมงานสำคัญ ๆ ในองค์กรบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31, 2.88 และ 3.00 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความพึงพอใจขององค์กรในระดับปานกลางคือ ได้รับเงินเดือน สวัสดิการ และค่าตอบแทนอย่างเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน ทำงานในองค์กรนี้แล้วไม่ต้องทำงานอื่นเพื่อหารายได้เสริม ได้รับสวัสดิการที่องค์กรจัดหาได้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการ และท่านมีปัญหา องค์กรให้ความช่วยเหลือท่านเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 2.89, 2.70, 2.99 และ 3.26 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรในระดับดีคือ มีความเต็มใจที่จะยอมรับในนโยบายขององค์กร เห็นด้วยกับแนวทางการปฏิบัติขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการทำงานของท่าน และเชื่อมั่นว่าเป้าหมาย ค่านิยม และนโยบายขององค์กรสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ มีค่าเฉลี่ย 3.87, 3.71, 3.78 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรในระดับดีคือ ได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานทุกครั้งเมื่อต้องการความช่วยเหลือ เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญและตระหนักในคุณค่าของพนักงานเป็นอย่างมาก และเห็นว่าเพื่อนร่วมงานมีความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.07, 3.57 และ 3.78 ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรในระดับปานกลางคือ เห็นว่าองค์กรมีระบบการจัดการที่ดีกว่าองค์กรอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.28

ตาราง 5 แสดงปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร	2.92	0.70	ปานกลาง
2. ด้านความพึงพอใจขององค์กร	2.96	0.77	ปานกลาง
3. ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.79	0.56	ดี
4. ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร	3.73	0.95	ดี

จากตาราง 5 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นรายด้านพบว่า

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กรในระดับปานกลาง

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม ด้านความพึงพอใจของตนเองต่อองค์กรในระดับปานกลาง

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรในระดับดี

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวม ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรในระดับดี

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยแจกแจงจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตาราง 6 แสดงผลการวัดระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ความผูกพันต่อองค์กร	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ระดับความผูกพัน		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านรู้สึกมีความจงรักภักดีต่อองค์กรนี้มาก#	6	43	88	199	64	3.68	0.92	มาก
2. เต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ	0	21	46	262	72	3.96	0.71	มาก
3. มักพูดกับเพื่อนว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีมาก	0	17	102	236	45	3.77	0.70	มาก
4. ท่านไม่เคยคิดที่จะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นหากมีโอกาส#	11	90	155	80	64	2.71	1.05	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ความผูกพันต่อองค์กร	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความผูกพัน		
						$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5. ภาควิชาใจที่คนอื่นเห็นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	0	5	76	257	62	3.94	0.63	มาก
6. ได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในองค์กรนี้	0	22	113	205	60	3.76	0.77	มาก
7. ดีใจมากที่ได้รับเลือกมาทำงานในองค์กรนี้	1	8	69	267	55	3.92	0.64	มาก
8. เห็นว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ท่านจะทำงานด้วย	7	34	115	211	33	3.57	0.83	มาก
รวม						3.66	0.54	มาก

คือข้อคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกและกลับ scale เรียบร้อยแล้ว

จากตาราง 6 เมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

เมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นรายข้อพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในประเด็นที่อยู่ในระดับมากคือ ประเด็นที่พนักงานรู้สึกมีความจงรักภักดีต่อองค์กรนี้มาก ประเด็นเต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ ประเด็นมักพูดกับเพื่อนว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีมาก ประเด็นภาควิชาใจที่คนอื่นเห็นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ประเด็นได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในองค์กรนี้ ดีใจมากที่ได้รับเลือกมาทำงานในองค์กรนี้ และประเด็นเห็นว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ท่านจะทำงานด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.68, 3.96, 3.77, 3.94, 3.76, 3.92 และ 3.57 ตามลำดับ

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลางคือ ประเด็นท่านไม่เคยคิดจะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นหากมีโอกาส มีค่าเฉลี่ย 2.71

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาที่สำเร็จ อายุงาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยทำการทดสอบสมมติฐานความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม ซึ่งเป็นตัวแปรตามกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาที่สำเร็จ อายุงาน และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ โดยแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะส่วนบุคคล ได้ดังนี้

1. เพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

H_0 : เพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกันจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 7 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

ความผูกพันต่อองค์กร	t-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ชาย	3.81	0.49	3.892**	398	0.000
	หญิง	3.59	0.55			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ใน

การทดสอบพบว่า ค่า Probability (p) ของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพศชายมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมากกว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพศหญิง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ 3.59 ตามลำดับ

2. สถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกันจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความผูกพันต่อองค์กร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ระหว่างกลุ่ม	11.342	2	5.671	21.291**	0.000
	ภายในกลุ่ม	105.739	397	0.266		
	รวม	117.081	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงาน

บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส / อยู่ด้วยกัน	หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่
		3.59	4.08	3.74
โสด	3.59		-0.489** (0.000)	-0.143 (0.412)
สมรส / อยู่ด้วยกัน	4.08			0.346 (0.063)
หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่	3.74			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 9 พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพสมรสโสด กับพนักงานที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานมีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยพนักงานที่มีสถานภาพสมรสโสด มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมน้อยกว่าพนักงานที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าเฉลี่ยความต่างเท่ากับ -0.489

3. ระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกันจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับการศึกษา	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.88	0.00	0.964	398	0.336
	ปริญญาตรี	3.66	0.55			

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Probability (p) ของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 0.336 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. อายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

H_0 : อายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกันจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุงาน

ความผูกพันต่อองค์กร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ระหว่างกลุ่ม	13.071	3	4.357	16.589**	0.000
	ภายในกลุ่ม	104.010	396	0.263		
	รวม	117.081	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุงานกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

อายุงาน	$\bar{X}$	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปีขึ้นไป
		3.58	3.62	4.13	3.97
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	3.58		-0.035 (0.611)	-0.556** (0.000)	-0.388** (0.008)
6 – 10 ปี	3.62			-0.521** (0.000)	-0.353* (0.023)
11 – 15 ปี	4.13				0.168 (0.300)
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	3.97				

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 12 พบว่า พนักงานที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี กับพนักงานที่มีอายุงาน 11 – 15 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าพนักงานมีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยพนักงานที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุงาน 11 – 15 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าเฉลี่ยความต่างเท่ากับ -0.556 และพนักงานที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าเฉลี่ยความต่างเท่ากับ -0.388 และพนักงานที่มีอายุงาน 6 – 10 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุงาน 11 – 15 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าเฉลี่ยความต่างเท่ากับ -0.521 และพนักงานที่มีอายุงาน 6 – 10 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยความต่างเท่ากับ -0.353

5. รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

H_0 : รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกันจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความผูกพันต่อองค์กร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ระหว่างกลุ่ม	2.393	2	1.197	4.413*	0.017
	ภายในกลุ่ม	114.687	397	0.289		
	รวม	117.081	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผล

การวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป
		3.70	3.60	3.77
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.70		0.106 (0.175)	-0.066 (0.437)
10,001-15,000 บาท	3.60			-0.171** (0.005)
ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป	3.77			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 14 พบว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท กับพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานมีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมน้อยกว่าพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าเฉลี่ยความต่างเท่ากับ -0.171

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ในการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะของงานที่ปฏิบัติประกอบด้วยความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นตัวแปรต้น สำหรับตัวแปรตามคือความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

H_1 : ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ตาราง 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงาน กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ	0.290**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับ ค่อนข้างต่ำ
ด้านความมีอิสระในการทำงาน	0.400**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับ ค่อนข้างต่ำ
ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหาร	0.458**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับ ปานกลาง
ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน	0.258**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับ ค่อนข้างต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงาน กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.290 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากขึ้นก็必将มีความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความมีอิสระในการทำงาน กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.400 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีความมีอิสระในการทำงานมากขึ้นก็必将มีความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหาร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.458 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีส่วนร่วมในการบริหารมากขึ้นก็必将มีความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.258 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีความเข้าใจในกระบวนการทำงานมากขึ้นก็必将มีความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ในการทดสอบสมมติฐาน ประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร ซึ่งเป็นตัวแปรต้น สำหรับตัวแปรตาม คือ ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

H_1 : ประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ตาราง 16 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยด้านประสพการณ์จากการทำงาน	ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร	0.493**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

ตาราง 16 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน	ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความพึงพอใจขององค์กร	0.469**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง
ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	0.682**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง
ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร	0.250**	0.000	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.493 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ให้ความสำคัญกับตนเองต่อองค์กรมากขึ้นก็จะมี ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านความพึงพอใจขององค์กร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.469 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับ

ปานกลาง กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์สามารถพึงพิงองค์กรได้มากขึ้นก็จะมี ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านประสพการณ์จากการทำงาน ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร กับ ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.682 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กรมากขึ้นก็จะมี ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านประสพการณ์จากการทำงาน ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.2502 หมายความว่า ตัวแปรข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน และองค์กรที่ดีขึ้นก็จะมี ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ตาราง 17 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1	เพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent Sample t-test
2	สถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One Way ANOVA
3	ระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Independent Sample t-test

ตาราง 17 (ต่อ) แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
4	อายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One Way ANOVA
5	รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One Way ANOVA
6	ลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
7	ลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านความมีอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
8	ลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
9	ลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
10	ประสบการณ์จากการทำงานด้านความสำคัญของตนต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation

ตาราง 17 (ต่อ) แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
11	ประสบการณ์จากการทำงานด้านความพึงพอใจขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
12	ประสบการณ์จากการทำงานด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation
13	ประสบการณ์จากการทำงานด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Correlation

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้ ที่มีต่อความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาถึงระดับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ต่อบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. ประสบการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 1,619 คน (ข้อมูลจากฝ่าย People Operation กลุ่มงานบริการลูกค้า ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane : 1970) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรออกตามสายงานต่าง ๆ คือ สายงาน Mobile Care Center สายงาน Consumer & Premium Care Center สายงาน Internet Broadband Care Center สายงาน Collection & Debt Enforcement และ สายงาน Tele Revenue Enhancement เพื่อให้ประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันอยู่ในชั้นภูมิเดียวกัน โดยกำหนดเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากรทั้งหมดในแต่ละชั้นภูมิ (Proportional)

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามตามจำนวนสัดส่วนที่คำนวณได้ในขั้นที่ 1

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีคำถามจำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายปิด (Close-ended response questions) มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบให้ตรงกับความเป็นจริงให้มากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 2 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 4 อายุงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ข้อที่ 5 รายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานซึ่งครอบคลุมตัวแปรในเรื่องความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร โดยข้อความแต่ละข้อนั้นจะมีคำตอบให้เลือกในลักษณะของการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert Scale คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็น scale แบบ Interval โดยคำถามที่ใช้ทั้งหมดรวมทั้งสิ้น 25 ข้อ สามารถแสดงรายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้วัดปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1-3

ความมีอิสระในการทำงาน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4-6

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 7-9

ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 10-11

ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 12-14

ความพึงพอใจขององค์กร จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 15-18

การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 19-21

ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 22-25

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร โดยข้อความแต่ละข้อนั้นจะมีคำตอบให้เลือกตอบในลักษณะของการประเมินค่าเป็น 5 ระดับตามแนวของ Likert Scale คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ได้แบ่งลักษณะของข้อความออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อความเชิงบวก (Positive) และข้อความเชิงลบ (Negative) โดยมีคำถามรวมทั้งสิ้น 8 ข้อ เป็นคำถามเชิงบวกข้อ 27, 28, 30, 31, 32, 33 และคำถามเชิงลบข้อ 26, 29 เป็น scale แบบ Interval scale

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งในการเก็บข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานตามสัดส่วนที่คำนวณไว้ทั้งหมดจำนวน 400 ฉบับ
2. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ
3. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาบันทึกลงรหัสและตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistic Package for Social Sciences) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1-5

ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกันเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1

2.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าสองกลุ่มขึ้นไปโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-5 ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 2-5

2.3 สถิตีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาค้นคว้าที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สรุปผลได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.00 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.00 สำหรับสถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมามีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และกลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ ส่วนระดับการศึกษาที่สำเร็จแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 98.50 และกลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 1.50 ส่วนอายุงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.80 รองลงมามีอายุงาน 6 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 กลุ่มพนักงานที่มีอายุงาน 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.00 และกลุ่มพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.20 ตามลำดับ สำหรับรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.50 และกลุ่มพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.20

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ

จากการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติเป็นรายด้านของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวมด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.12

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านความมีอิสระในการทำงานในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวม ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานเป็นรายด้านของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กรในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.92

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ด้านความพึงพอใจของตนเองต่อองค์กรในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.96

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม พบว่า ในภาพรวมความผูกพันต่อองค์กร

ของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นรายชื่อพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในประเด็นที่อยู่ในระดับมากคือ ประเด็นไม่รู้สึกว่ามีความจงรักภักดีต่อองค์กรนี้เลย ประเด็นเต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ ประเด็นมักพูดกับเพื่อนว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีมาก ประเด็นภาคภูมิใจที่คนอื่นเห็นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ประเด็นได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในองค์กรนี้ ดีใจมากที่ได้รับเลือกมาทำงานในองค์กรนี้ และประเด็นเห็นว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดในที่ท่านจะทำงานด้วย มีค่าเฉลี่ย 3.68, 3.96, 3.77, 3.94, 3.76, 3.92 และ 3.57 ตามลำดับ สำหรับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลางคือ ประเด็นพร้อมที่จะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นทันทีที่มีโอกาส มีค่าเฉลี่ย 2.71

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาที่สำเร็จ อายุ งาน และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

1. เพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกันที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพศชายมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมากกว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพศหญิง

2. สถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สถานภาพสมรสของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. อายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุงานของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รายได้ต่อเดือนของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในอาชีพ ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร และความเข้าใจในกระบวนการทำงาน กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำกับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากขึ้นก็จะมี ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความมีอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีความมีอิสระในการทำงานมากขึ้นก็จะมี ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีส่วนร่วมในการบริหารมากขึ้นก็就会有ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีความเข้าใจในกระบวนการทำงานมากขึ้นก็就会有ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์จากการทำงาน ประกอบด้วย ความสำคัญของตนเองต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยด้านประสพการณ์จากการทำงาน ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ให้ความสำคัญกับตนเองต่อองค์กรมากขึ้นก็就会有ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านประสพการณ์จากการทำงาน ด้านความพึงพอใจขององค์กรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์สามารถพึงพอใจองค์กรได้มากขึ้นก็就会有ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านประสพการณ์จากการทำงาน ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวในระดับค่อนข้างสูง กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมากขึ้นก็就会有ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวในระดับค่อนข้างต่ำ กับความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวคือ ถ้าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์มีทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรที่ดีขึ้นก็就会有ความผูกพันต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผลตามความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะบุคคล

ปัจจัยด้านเพศ จากการศึกษา พบว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น มหาชน (จำกัด) ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพงษ์ เจริญสุข (2545) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายวิศวกรรม ศึกษาเฉพาะองค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ โดยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส พื้นฐานการศึกษา และอายุงานในองค์กร ล้วนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้วยกันทั้งสิ้น ยกเว้นเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าพนักงานเพศชายมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานเพศชาย เมื่อได้มาปฏิบัติงานในองค์กรแล้วส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีความผูกพันต่อเป้าหมายขององค์กร และพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทของตนเองเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ในขณะที่พนักงานเพศหญิงมักจะสนใจหนทางที่ตนเองจะสามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กรได้ โดยที่องค์กรต้องให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับคืนมาเช่นกัน หากผลตอบแทนที่ได้รับไม่เพียงพอหรือไม่คุ้มค่า ก็อาจจะส่งผลให้ความผูกพันต่อองค์กรลดลงได้

ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส จากการศึกษา พบว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ ฯ ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพงศกร เผ่าไพโรจนกร (2546) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ซีเมนส์ จำกัด โดยพบว่าปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าพนักงาน ฯ ที่

สถานภาพสมรสแล้ว จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานฯ ที่ยังมิได้สมรส ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานฯ ที่สมรสแล้ว มีภาระหน้าที่ในการดูแลครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงมากกว่าพนักงานฯ ที่ยังมิได้สมรส จึงต้องการความมั่นคง และปลอดภัย และหากไปหาสถานที่ทำงานใหม่ ก็มีความกังวลว่าจะสูญเสียผลประโยชน์ และสวัสดิการต่าง ๆ ที่เคยได้รับจากองค์กรเดิม ในขณะที่พนักงานฯ ที่ยังมิได้สมรส ส่วนใหญ่จะมีความคล่องตัวในการตัดสินใจ ดังนั้นหากคิดว่าองค์กรเดิมยังไม่เหมาะสมกับตนเอง ก็มีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยน โดยมิได้คำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เท่ากับพนักงานฯ ที่สมรสแล้ว

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริพงษ์ เจริญสุข (2545) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายวิศวกรรม ศึกษาเฉพาะองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ โดยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส พื้นฐานการศึกษา และอายุงานในองค์กร ล้วนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้วยกันทั้งสิ้น จากการศึกษานี้พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะไม่มีผลต่อความผูกพันต่อบริษัท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานทุกท่านไม่ว่าจะมีการศึกษาในระดับใด องค์กรก็ให้การปฏิบัติ และการยอมรับพนักงานทุกท่านอย่างยุติธรรม จึงส่งผลให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และมีความเชื่อมั่นต่อองค์กร

ปัจจัยด้านอายุงาน จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีอายุงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสะอาด วงศ์อนันต์นนท์ (2538) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะงาน ประสิทธิภาพในการทำงานและบทบาททางวิชาชีพกับความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลในโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดยจากการศึกษาในครั้งนี้จะขอแบ่งอายุงานของพนักงานออกเป็น 2 ช่วงคือ

- พนักงานที่มีอายุงานตั้งแต่ 11-15 ปี จะมีความผูกพันกับองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานฯ ที่มีอายุงานตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปบางส่วนถือว่าเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานสูง แต่เนื่องจากระยะเวลาการทำงานที่ยาวนาน อาจจะทำให้สิ่งท้าทายความสามารถในการทำงานลดลง โอกาสที่จะได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อการปรับปรุงวิธีการทำงาน ก็น้อยลงตามไปด้วย ซึ่งเกิดความเบื่อหน่ายในงานที่ทำ ดังนั้นจึงอาจเกิดความต้องการที่

จะแสวงหางานใหม่ขึ้น ซึ่งมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่ลดน้อยลง เนื่องจากขาดแรงกระตุ้นที่จะปฏิบัติงานตามภารกิจของตนเอง

- พนักงานที่มีอายุงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จะมีความผูกพันกับองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานต่ำกว่า 10 ปี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก พนักงานที่ปฏิบัติงานกับองค์กรมานาน ย่อมเกิดความชำนาญในงานที่ปฏิบัติ และการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในสถานะของตนเอง และมีความผูกพันต่อเพื่อนร่วมงานซึ่งมีส่วนผลักดันให้เกิดค่านิยมต่ออาชีพ และการพัฒนาประสิทธิภาพและความสนใจในอาชีพ และมีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่รายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งจากการศึกษาของกฤษกร ดวงสว่าง (2540) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กร กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทยผลการศึกษาพบว่า อายุ และ รายได้ เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าพนักงาน ที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไปจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงาน ที่มีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานที่ได้รับรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป จะคิดว่าการที่ได้มาเป็นสมาชิกในองค์กรใดจะเกิดการลงทุนในองค์กรขึ้นซึ่งอาจเป็นเวลา กำลังกาย สติปัญญา หรือกำลังใจที่ให้กับองค์กร ซึ่งเมื่อพนักงานได้ลงทุนไปกับองค์กร พนักงานก็คาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับจากองค์กรในระดับที่เขาารู้สึกว่าคุ้มค่า ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เขามีความรู้สึกผูกพัน และยังคงอยู่ภายในองค์กรต่อไป

2. ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยเรียงตามลำดับค่าความสัมพันธ์ จากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหาร จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแม้ว่ากลุ่มพนักงานจะมีการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานมากเพียงใด ก็มีเพียงบางส่วนที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดให้เป็นเกณฑ์การปฏิบัติงาน ซึ่งทำให้ความรู้สึกที่คิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรลดลง และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น และการยอมรับในเป้าหมายขององค์กรด้วย

ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความมีอิสระในการทำงาน จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานต้องการความมีอิสระในการตัดสินใจในเรื่องของวิธีการทำงานของตนเอง ยิ่งหากองค์กรมีการควบคุมอย่างใกล้ชิด โดยการกำหนดกฎเกณฑ์ จะยิ่งสร้างความกดดันให้แก่พนักงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะ

เกิดปฏิกิริยาตอบโต้ด้วยการลาออกจากงาน ซึ่งหากองค์กรมีการเปิดโอกาสให้พนักงานฯ มีอิสระในการตัดสินใจในกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบ ไม่ว่าผลจะออกมาเป็นอย่างไร เขาจะรู้สึกว่ามันขึ้นอยู่กับตัวของเขาเอง การที่พนักงานฯ มีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตัวเอง เขาจะมีความผูกพันต่อการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาด้วยตนเองซึ่งนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรที่เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานอาจจะยังไม่เข้าใจถึงเกณฑ์การพิจารณาความดีความชอบขององค์กร ดังนั้นจึงคิดว่าถึงแม้จะทำงานของตนเองให้มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์เพียงใด ก็ไม่มีผลต่อการพิจารณาเลื่อนขั้นขององค์กรดังนั้น จึงทำให้มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานยังต้องการความรู้เกี่ยวกับงานและขั้นตอนวิธีการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานขององค์กรเพิ่มขึ้น โดยที่ผ่านมานี้เนื่องจากยังมิได้เข้ารับการฝึกอบรม หรือให้ความรู้เพิ่มเติมจึงมีผลทำให้การปฏิบัติงานไม่สามารถบรรลุถึงเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ได้

3. ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน โดยเรียงตามลำดับค่าความสัมพันธ์ จากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร จากการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเป้าหมายและนโยบายขององค์กรมีความชัดเจน ทำให้พนักงานสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของตนเองเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านความสำคัญของตนต่อองค์กร จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานทุกคนต้องการการยอมรับความรู้ ความสามารถจากสังคม และองค์กร ดังนั้นการที่พนักงานฯ รู้สึกว่าตนเองมีส่วนเป็นเจ้าขององค์กรและมีส่วนในการเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กรให้สามารถขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ ก็ย่อมมีผลต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านความพึงพอใจขององค์กร จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์กรสามารถที่จะสนับสนุนปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ความเป็นอยู่ของพนักงานฯ ดีขึ้น เช่น เงินเดือน และสวัสดิการ เพื่อให้

เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สมาชิกในองค์กรรู้สึกถึงความมั่นคงในอาชีพที่มีอยู่ จะเป็นผลต่อระดับความผูกพันขององค์กรที่จะเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร จากการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการปฏิบัติงานในทุกประเภทย่อมต้องมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้น ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ ยุติธรรมภายในองค์กรและการให้ความสำคัญแก่พนักงานขององค์กร ซึ่งหากพนักงานฯ ประสบกับปัญหา และไม่สามารถหาทางแก้ไข ก็จะมีส่งผลกระทบต่อความผูกพันที่มีต่อองค์กรให้ยิ่งลดลง

ทั้งนี้ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านประสบการณ์จากการทำงาน กับความผูกพันต่อองค์กรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของสตีเยร์ (Steers. 1977 : 47) ที่ได้ทำการได้ศึกษาปัจจัยเบื้องต้นของความผูกพันต่อองค์กรแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุ และความต้องการความสำเร็จ
2. ลักษณะของงาน ได้แก่ การปฏิบัติงานที่มีโอกาสความก้าวหน้า ความมีอิสระในงาน ความเข้าใจในกระบวนการการทำงาน และการมีส่วนร่วมในการบริหาร และ 3. ลักษณะของประสบการณ์ในการทำงาน ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อกลุ่มสมาชิกในองค์กร การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความพึงพอใจขององค์กรและความสำคัญของบุคคลต่อองค์กร

4. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติกับความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นการเลื่อนขั้นหรือตำแหน่งภายในองค์กรเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานในองค์กรยังเห็นว่าเกณฑ์การพิจารณาเลื่อนขั้นหรือตำแหน่งยังไม่ชัดเจน หรือยุติธรรม โดยยังไม่สัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน แต่พบว่าปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะประเด็นเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น พนักงานสามารถที่จะแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งเกิดจากการให้อิสระทางความคิดและการทำงานขององค์กร เพื่อให้พนักงานเรียนรู้ที่จะแก้ไขปัญหาด้วยตนเองมากยิ่งขึ้น

5. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยประสบการณ์ในการทำงานด้านความสำคัญต่อตนขององค์กร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยเฉพาะประเด็นหากพนักงานมีการลาหยุดงาน ก็มีได้ส่งผลกระทบต่องานในองค์กร ทั้งนี้อาจ

เนื่องมาจากลักษณะของงานเป็นการให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์แก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งหากต้องการทำธุรกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ให้บริการทางพนักงานฯ ก็จะแนะนำให้ลูกค้าไปใช้บริการตามศูนย์ต่าง ๆ ขององค์กรที่เปิดบริการตามสถานที่ต่าง ๆ แทน แต่พบว่าปัจจัยประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะประเด็นท่านมีความเต็มใจที่จะยอมรับนโยบายขององค์กร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก พนักงานเข้าถึงนโยบาย และเป้าหมายขององค์กร โดยมีความพร้อมที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร และปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการทำงานในให้องค์กรสามารถดำเนินงานไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้

6. จากการศึกษาค้นคว้าความผูกพันภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า ประเด็นท่านพร้อมที่จะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นทันทีที่มีโอกาส มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานมีความมั่นใจ และผูกพันกับองค์กร ถึงแม้ว่าองค์กรอื่นจะมีอัตราเงินเดือน หรือสวัสดิการที่ดีกว่า ก็ไม่สนใจให้เกิดการเปลี่ยนงาน เนื่องจากองค์กรที่ทำอยู่ในปัจจุบันสร้างความมั่นคง และความเจริญก้าวหน้าให้กับพนักงานได้ แต่พบว่า ประเด็นท่านเต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก พนักงานในองค์กรมีความรู้ ความสามารถ และพร้อมที่จะให้การสนับสนุนแก่องค์กรอย่างเต็มที่ โดยรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งในองค์กร มีความยอมรับในนโยบาย และเป้าหมายการทำงาน รวมทั้งต้องการที่จะร่วมผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินไปถึงจุดมุ่งหมายที่วางไว้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น ดังต่อไปนี้

1. บริษัทฯ ควรเร่งสร้างความผูกพันและแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์เพศหญิงมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะการเพิ่มสวัสดิการให้เช่นการเพิ่มระยะเวลาการลาคลอด และการจัดหาสถานที่รับเลี้ยงเด็กก่อนให้กับพนักงานหญิงที่มาทำงานในบริษัท เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่พนักงานหญิงมากยิ่งขึ้นเพราะข้อมูลจากการวิจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลระบุว่าพนักงานเพศชายมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าเพศหญิง

2. จากการวิจัยพบว่าพนักงานที่สมรสแล้วมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่ยังโสด ดังนั้นบริษัทฯ ต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานให้กับพนักงาน ต้องให้พนักงานมีความรู้สึกมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่ของตนเอง เพราะส่วนใหญ่พนักงานที่สมรสแล้ว มักไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำงาน โดยจะคำนึงถึงอนาคตมากกว่าพนักงานที่ยังโสด โดยพบว่า การเปลี่ยนงานส่วนใหญ่จะเกิดในพนักงานที่ยังโสดมากกว่า ดังนั้นหากบริษัทสามารถแสดงให้เห็นถึงความมั่นคงและก้าวหน้าในหน้าที่การงานได้ ก็จะเป็นแรงจูงใจให้กับพนักงานที่ยังโสดที่มีความผูกพันที่จะทำงานต่อไป

3. บริษัทฯ ต้องปฏิบัติต่อพนักงานทุกท่านอย่างเท่าเทียมและยุติธรรม เนื่องจากการวิจัยพบว่าระดับการศึกษาของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรได้โดยไม่ขึ้นกับปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาของพนักงาน

4. ผลการวิจัยพบว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีอายุงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน โดยพนักงานที่มีอายุงาน 11 – 15 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี และพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 10 ปีลงไป ดังนั้นบริษัทฯ ควรต้องดูแลพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีอายุงานมากกว่า 15 ปี โดยพนักงานกลุ่มนี้เป็นวัยที่ต้องการความมั่นคงทางชีวิตมากยิ่งขึ้น ด้วยการจัดหาสวัสดิการสินเชื่อในการซื้อที่พักอาศัยโดยทำความร่วมมือกับสถาบันการเงินต่าง ๆ ในการซื้อสังหาริมทรัพย์อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ สำหรับพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 10 ปี นั้น บริษัทฯ ควรจัดหาสวัสดิการสินเชื่อสำหรับคุณภาพชีวิตในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าสถาบันการเงินทั่วไปโดยพนักงานสามารถนำไปใช้ในการอุปโภคบริโภคหรือในกรณีฉุกเฉินได้โดยไม่ต้องไปกู้ยืมระบบหรือจากสถาบันการเงินที่ต้องชำระคืนในอัตราดอกเบี้ยที่สูง

5. บริษัทฯ ควรให้ความช่วยเหลือพนักงานที่มีรายได้น้อยโดยให้ความช่วยเหลือในส่วนของสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลหรือการจัดทำโรงอาหารโดยหาร้านค้าที่สะอาดและราคาประหยัดมาบริการแก่พนักงานก็จะเป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ได้ เนื่องจากการวิจัยพบว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน โดยพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,0001 ขึ้นไป จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท

6. บริษัทฯ ควรเร่งสร้างความมั่นใจและทำความเข้าใจกับพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ เพื่อให้ทราบถึงหลักเกณฑ์ในการประเมินผลงานที่มีความยุติธรรมและชัดเจน โดยแสดงให้เห็นว่าหากทุกท่านสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ก็ต้องให้ผลตอบแทนด้วยการเลื่อนขั้นหรือตำแหน่งให้กับพนักงานอย่างแน่นอน เนื่องจากการวิจัยพบว่าปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยเฉพาะในประเด็นการเลื่อนตำแหน่งในองค์กรเป็นเรื่องที่ทำไต่ยาก

7. ปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะประเด็นเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการทำงาน พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้ด้วยดีซึ่งแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีประสบการณ์และความชำนาญในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการประกาศชมเชยหรือให้รางวัลแก่พนักงานเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ตลอดจนส่งเสริมการฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ในงานอยู่เสมอซึ่งจะทำให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กรที่ทำงานอยู่มากยิ่งขึ้น

8. บริษัทฯ จำเป็นต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานโดยต้องแสดงให้เห็นว่าการที่องค์กรจะสามารถขับเคลื่อนไปอย่างมั่นคงและสามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือในการทำงานของพนักงานทุกท่านซึ่งงานทุกประเภทขององค์กรมีความสำคัญเท่าเทียมกันเนื่องจากการวิจัยพบว่าพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์เริ่มมองไม่เห็นถึงความสำคัญของตนเองที่มีต่องานที่รับผิดชอบในประเด็นของความสำคัญของตนเองต่อองค์กรในด้านประสบการณ์จากการทำงาน

9. ผลจากการวิจัยในลักษณะของงานที่ปฏิบัติพบว่าลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรในระดับที่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นองค์กรต้องเร่งฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับงานและขั้นตอนวิธีการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานเพื่อที่พนักงานจะสามารถให้บริการและช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ และพบว่าลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ดังนั้นบริษัทต้องเพิ่มการมีส่วนร่วมในการคัดเลือกวิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนสร้างกลไกสนับสนุนวิธีการปฏิบัติงานของบริษัท โดยพนักงานที่เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่จะทราบเป็นอย่างดีว่าสิ่งใดที่เป็นข้อจำกัดและสิ่งใดที่ควรจะทำเพิ่มเติมจากขอบเขตการทำงานเดิมได้ ดังนั้นการให้บริการแก่ลูกค้าก็จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

10. จากการวิจัยพบว่าปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรในประเด็นท่านพร้อมจะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นทันทีที่มีโอกาสมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและความพึงพอใจในงานบริษัท อาจจะต้องพิจารณาเรื่องเส้นทางอาชีพอื่น ๆ ในบริษัทแก่พนักงานเพื่อให้พนักงานมีโอกาสในการแสดงศักยภาพในงานด้านอื่น ๆ ภายในบริษัท

11. การที่บริษัท จะได้รับความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งความเชื่อ และการยอมรับค่านิยมของตนว่าสอดคล้องกับองค์กรหรือไม่ บริษัท จำเป็นต้องแสดงให้เห็นพนักงานทราบถึงนโยบายและเป้าหมายการบริหารงานที่ชัดเจนเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกันกับองค์กรเนื่องจากการวิจัยพบว่าประสบการณ์จากการทำงานด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ในระดับค่อนข้างสูง

12. เพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท ต้องเร่งสร้างความเข้าใจและถ่ายทอดนโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจไปยังพนักงานเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน เนื่องจากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ประเด็นการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะในประเด็นพนักงานมีความเต็มใจที่จะยอมรับในนโยบายขององค์กรซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่จะร่วมมือกับองค์กรในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

13. การวิจัยพบว่าประสบการณ์จากการทำงานด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่ค่อนข้างต่ำแม้ว่าพนักงานจะพึงพอใจเพื่อนร่วมงานเพียงใด ดังนั้นบริษัท ต้องมีการจัดกิจกรรมพัฒนาพนักงานเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและมีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริษัท ต้องมีจุดยืนในการบริหารจัดการที่มีความยุติธรรม โดยการให้ความสำคัญแก่พนักงานทุกท่านอย่างเท่าเทียมซึ่งจะมีผลต่อความผูกพันของพนักงานภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. จากการศึกษาวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันของ

พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ขององค์กรเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานในแผนกต่าง ๆ เพื่อการศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบ และปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการจัดการของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการอื่น ๆ นอกจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และควรมีการเพิ่มระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลให้สูงขึ้น เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมและมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาประเมินคุณภาพการให้บริการคำปรึกษาทางโทรศัพท์ โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และศึกษาเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการปรึกษาทางโทรศัพท์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานของความต้องการที่แท้จริง และเป็นประโยชน์ในการนำมาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ เพื่อความเหมาะสมในการแก้ปัญหามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กฤษกร ดวงสว่าง. (2540). **ความผูกพันต่อองค์การของบุคคลากรในธุรกิจปิโตรเลียม.**

วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). **การวิเคราะห์สถิติ.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2546). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชวลิต ตนานนท์ชัย. (2532). **การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยึดมั่นต่อองค์การ : ศึกษา**

กรณีศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

เชิดชัย คงวัฒนกุล. (2530). **ปัจจัยพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การของปลัดอำเภอ.** วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (2551). ออนไลน์.แหล่งที่มา: <http://www.truecorp.co.th> วันที่สืบค้น 15 มกราคม 2551.

พินิจ พวงดอก. (2541). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการกรมสื่อสารทหารอากาศ.** สารนิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

พงศกร เผ่าไพโรจน์กร. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานบริษัท ซีเมนส์ จำกัด.** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ภรณ์ (กิริติบุตร) มหานนท์. (2529). **การประเมินประสิทธิผลขององค์การ.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). **องค์การและการจัดการ.** กรุงเทพฯ : บ้านเสรีรัตน์.

ศิริพงษ์ เจริญสุข. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานสายวิศวกรรมศึกษาเฉพาะองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่.** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สะอาด วงศ์อนันต์นนท์. (2538). **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะงาน ประสิทธิภาพในการทำงาน บทบาททางวิชาชีพ กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของ**

- พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลของรัฐ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สุพินดา คิวานนท์. (2545). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์.** วิทยานิพนธ์ วท.บ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุวัฒน์ ฉลภิบุญ. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันภายในองค์กรของพนักงาน ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท ปู่แห่งชาติ จำกัด (มหาชน).** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุวรรณิน คณานุกุณ. (2536). **ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะของงาน ลักษณะขององค์กร และลักษณะของประสบการณ์จากการทำงานของผู้บริหารในองค์กรเอกชน.** วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- โสภา ทรัพย์มากอุดม. (2533). **ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2546). **การบริหารเชิงกลยุทธ์.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สมชาย หิรัญกิติ. (2542). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990, march). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative to the Organizations. Commitment to the Organizations. Journal of Occupational Psychology. 63 : 1-18.
- Angle H. L. and J. L. Perry. (1981, March). An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness. Administrative Science Quarterly. 26 : 1-14.
- Becker, H. S. and J. W. Carper. (1956). Organization Psychology. Boston : Allyn and Bacon.
- Boshoff, Christo and Mels, Gerhand. (1995, March). A causal model to evaluated the relationship among supervision, role stress, organizational commitment and internal service quality. European Journal of Marketing. (19): 29.

- Buchanan II, B. (1974, march). **Building Organizational Commitment : The Socialization of Managers in ork Organizations.** Administrative Science Quarterly. 19 : 533.
- Dornstein, M. and Y. Matalow. (1989, June). **A Comprehensive Analysis of the predictors of Organizational Commitment : A Study of Voluntary Army Personal in Israel.** Journal of Vocational Behavior. 2 : 192-203.
- Hall, D. and J. W. Slocum. (1979, June). **Personal Factors in Organizational Identification.** Administrative Science Quarterly. 15 : 176-190.
- Hrebiniak, L. C. and J. A. Alutto. (1972, June). **Personal and Role-related Factors in Development of Organizational Commitment.** Administrative Science Quarterly. 15 : 555-572.
- Hrebiniak, L. C. and J. A. Alutto. (1972, December). **Personal and Role-Related Factors in the Development of Organizational Commitment.** Administrative Science Quarterly. 17 : 556-566.
- Kotler, Philip. (1999). **Marketing Management : analysis, planning, implementation and control.** 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company.
- Lewis, L. 1967, March). **On prestige and Loyalty of University Faculty.** Administrative Science Quarterly. 11 : 629.
- March, R. and H. Mannari. (1977, March). **Organizational Commitment and Turnover : A Prediction Study.** Administrative Science Quarterly. 22 : 58.
- McGragor, Douglas, (1952). **The human Side of Enterprise.** New York : Harper & Brothers Co.
- Miner. J. B. (1992). **Industrial – Organization Psychology.** New York : The State University of New York at Buffalo.
- Mowday, r. Steers R. M. and L. Porter. (1982). **Employee Organization Linkage : The Psychology of Commitment, Absent and Turnover.** New York : Academy Press.
- Porter, L. W. (1974, December). **Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Among Psychiatric Technicians.** Journal of Applied Psychology. 59 : 603-609.
- Sheldon, M. E. (1971, June). **Investment and Involvement Mechanisms Producing Commitment to the Organization.** Administrative Science Quarterly. 16 : 143.

Steers, R. M. (1977, March). **Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment.** Administrative Science Quarterly. 22 : 46-49, 77.

Steers, R. M. and Porter, L. W. (1983). **Motivation and Work Behavior.** New York : McGraw-Hill.

Taro Yamane. (1970). **Statistics-An Introductory Analysis.** Tokyo : John Weatherhill, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามนี้ทุกข้อตามความคิดเห็นของท่าน โดยคำตอบจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับและนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่กำหนดให้ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1.1 เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

1.2 สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส / อยู่ด้วยกัน

☐ หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

1.3 ระดับการศึกษาที่สำเร็จแล้ว

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ปัจจุบันท่านทำงานกับบริษัท มาแล้ว

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี

☐ 6 – 10 ปี

☐ 11 – 15 ปี

☐ มากกว่า 15 ปีขึ้นไป

1.5 ระบุว่าได้เดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 10,001-15,000 บาท

☐ ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติและด้านประสบการณ์ในการทำงาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านที่สุดเพียงข้อเดียวและกรุณาตอบคำถามทุกข้อ

ข้อที่	คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่แน่ใจ (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน						
1	ท่านได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถจากองค์กรของท่านอย่างต่อเนื่อง					
2	ท่านมีโอกาสก้าวขึ้นไปในตำแหน่งที่สูงขึ้น					
3	ท่านคิดว่าการเลื่อนตำแหน่งของท่านในองค์กรไม่ใช่เรื่องยากและลำบาก					
ความมีอิสระในการทำงาน						
4	ท่านมีอิสระในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่					
5	ท่านมีโอกาสแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในหน่วยงานได้อย่างเต็มที่					
6	ท่านทำงานที่ได้รับมอบหมายโดยไม่มีใครแทรกแซงการทำงานของ ท่าน					
การมีส่วนร่วมในการบริหาร						
7	ท่านมีส่วนในการแสดงความเห็นเพื่อหาทางออกในการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน					
8	การแสดงความคิดเห็นของท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน					
9	ท่านมีส่วนในการสนับสนุนให้ทดลองใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน					
ความเข้าใจในกระบวนการทำงาน						
10	ท่านมีความรู้และความเข้าใจในงานเป็นอย่างดี					
11	เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการทำงาน ท่านสามารถแก้ไขปัญหาให้คล่องไปได้ด้วยดี					

ข้อที่	คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่แน่ใจ (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
12	ท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาเสมอว่า ท่านเป็นพนักงานที่มีความสำคัญต่อองค์กร					
13	ท่านลาหยุดงาน งานในหน่วยงานของท่านจะไม่คล่องตัว					
14	ท่านมักได้รับการเชิญให้เข้าร่วมงานสำคัญ ๆ ในองค์กรบ่อยครั้ง					
ความพึงพอใจขององค์กร						
15	ท่านได้รับเงินเดือน สวัสดิการ และค่าตอบแทนอย่างเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่าน					
16	ท่านทำงานในองค์กรนี้แล้วไม่ต้องทำงานอื่นเพื่อหารายได้เสริม					
17	ท่านได้รับสวัสดิการที่องค์กรจัดหาได้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการ					
18	เมื่อท่านมีปัญหา องค์กรให้ความช่วยเหลือท่านเป็นอย่างดี					
การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร						
19	ท่านมีความเต็มใจที่จะยอมรับในนโยบายขององค์กร					
20	ท่านเห็นด้วยกับแนวทางการปฏิบัติขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการทำงานของท่าน					
21	ท่านเชื่อมั่นว่าเป้าหมาย ค่านิยม และนโยบายขององค์กรสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้					
ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร						
22	ท่านได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานทุกครั้งเมื่อต้องการความช่วยเหลือ					
23	ท่านเห็นว่าองค์กรมีระบบการจัดการที่ดีกว่าองค์กรอื่น					
24	ท่านเห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญและตระหนักในคุณค่าของพนักงานเป็นอย่างมาก					
25	ท่านเห็นว่าเพื่อนร่วมงานมีความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ข้อที่	คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่แน่ใจ (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)
26#	ท่านไม่รู้สึกรู้ว่ามีความจงรักภักดีต่อองค์กรนี้เลย					
27	ท่านเต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ					
28	ท่านมักพูดกับเพื่อนว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีมาก					
29#	ท่านพร้อมที่จะเปลี่ยนไปทำงานกับองค์กรอื่นทันทีที่มีโอกาส					
30	ท่านภาคภูมิใจที่คนอื่นเห็นว่าท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร					
31	ท่านได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในองค์กรนี้					
32	ท่านดีใจมากที่ได้รับเลือกมาทำงานในองค์กรนี้					
33	ท่านเห็นว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ท่านจะทำงานด้วย					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ภาคผนวก ค

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์

อาจารย์พิเศษ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณิชภัฏ กุณิสร์

รองประธานกรรมการบริหาร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ง
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ – สกุล	นายโสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม
วันเดือนปีเกิด	19 เมษายน 2522
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2544	สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2551	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ