

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวอรทัย ดังทองเพชร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
พฤษภาคม 2547

658.314
03246
8.3

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
1

บทคัดย่อ
ของ
นางสาวอรทัย ตั้งทองเพชร

14 ก.ย. 2547

4 250923
เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว
พฤษภาคม 2547

อรรถัย ตั้งทองเพชร. (2546). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ : ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย คือ เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แบบสอบถามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise)

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงและเมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับสูง ส่วนความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมอยู่ในระดับปานกลาง

2. พนักงานที่มีฝ่ายงานต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนพนักงานที่มีเงินเดือนต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและด้านวิสัยทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนความผูกพันด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง บรรยากาศในองค์กร และระยะเวลาการทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอายุมีความความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ตัวแปรบรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 60.10 โดยมี

$$\begin{aligned} \text{ความผูกพันต่อองค์กร} = & .649 + .276(\text{บรรยากาศในองค์กร}) + .275(\text{เจตคติที่ดีต่อองค์กร}) \\ & + .228 (\text{แรงจูงใจในการทำงาน}) \end{aligned}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\begin{aligned} \text{ความผูกพันต่อองค์กร} = & .363(\text{บรรยากาศในองค์กร}) + .297(\text{เจตคติที่ดีต่อองค์กร}) \\ & + .229 (\text{แรงจูงใจในการทำงาน}) \end{aligned}$$

VARIABLES RELATED TO ORGANIZATIONAL COMMITMENT
OF GMM GRAMMY PUBLIC COMPANY LIMITED OFFICERS

AN ABSTRACT

BY

MISS ORATAI TANGTONGPETH

Presented in Partial fulfillment of the requirements for the
Master of Education degree in Guidance and Counseling Psychology
at Srinakharinwirot University

May 2004

Oratai Tangtongpeth. (2004). Variables Related to Organizational Commitment Of GMM GRAMMY Public Company Limited Officers. Master Project, M.Ed. (Guidance and Counseling Psychology). Bangkok : Graduated School, Srinakharinwirot University. Master Project Advisor: Prof. Dr. Pongpan Kirdpitak.

The purpose of this research was to investigate variables related to organizational commitment of GMM GRAMMY Public Company Limited Officers. The samples consisted of 200 officers of GMM GRAMMY Public Company Limited organization. The research instrument was a questionnaire of variables related to organizational commitment of GMM Grammy Public Company Limited. The data were analyzed by One-way ANOVA, Pearson product-moment correlation coefficient, and Stepwise multiple regression analysis.

The results of the study were as follows :

1. The Officers' organizational commitment mean scores were high. The mean scores of the officers on the scales measuring commitment to "organizational recognition and identification" and "organizational vision" were high, while their mean scores in the scale of "value commitment" were average.

2. No significant differences in the officers' total score and each dimension score of the organizational commitment existed when grouped according to the differences in job divisions. Significant differences in the officers' total score of the organizational commitment and the organizational vision were found when grouped according to the differences in amount of salary. No significant differences were found in the remaining dimensions.

3. Statistical significant relationships were found between the officers' total score of the organizational commitment and the following variables: positive attitudes toward the organization, work motivation, self-worth, organizational atmosphere and work duration. No significant relationship was found between the officers' total score of the organizational commitment and their age.

4. The following variables: organizational atmosphere, positive attitudes toward the organization and work motivation significantly predicted the organizational commitment of the officers at .01 level, with 60.10% of variability in organizational commitment predictable from the stated variables.

4.1 In term of raw scores:

$$\text{organizational commitment} = .649 + .276(\text{organizational atmosphere}) + .275(\text{positive attitudes toward the organization}) + .228 (\text{work motivation})$$

4.2 In term of standard scores:

$$\text{organizational commitment} = .363(\text{organizational atmosphere}) + .297(\text{positive attitudes toward the organization}) + .229 (\text{work motivation})$$

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพร ประเสริฐสุข)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทา สุรักษา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรสุภกุล)
วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่านทั้งในด้านวิชาการ และด้านข้อมูลต่างๆ รวมทั้งทุกท่านผู้ให้ความเมตตา กรุณา และเป็นกำลังใจอยู่เบื้องหลัง ที่นำมาซึ่งความสำเร็จของงานวิจัยชิ้นนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้สละเวลาดูแล ให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และความช่วยเหลือ ในทุกๆด้าน จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทา สุรักษา กรรมการสอบ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่อง และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ทำให้สารนิพนธ์นี้ มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ในภาควิชาการแนะแนว และจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความเมตตา อบรมสั่งสอน และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดียิ่งเสมอมา

ขอขอบคุณ คุณสุวรรณา แสงหงษ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ และอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ทุกท่านที่สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนกระทั่งงานวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ และเจ้าหน้าที่ในภาควิชาจิตวิทยาการแนะแนวทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ และเอื้อเฟื้อ แก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบคุณ นพรัตน์ ศรีแปดริ้ว ที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการทำสารนิพนธ์ และให้ความช่วยเหลือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเป็นอย่างดี รวมทั้งยังเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่น และฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ และขอน้อมรำลึกถึงพระคุณอันยิ่งใหญ่ของ บิดามารดา ของผู้วิจัย ขอบคุณพี่สาวของผู้วิจัยที่เป็นที่ปรึกษาที่ดียิ่งเสมอมา ขอบคุณน้องสาวทั้ง 2 คน ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

สารนิพนธ์ฉบับนี้ ถ้ามีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดแต่เพียงผู้เดียว ส่วนคุณประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้หากมีส่วนดีบ้าง ผู้วิจัยมอบเป็นเครื่องบูชาคุณพระศรีรัตนตรัย บิดามารดา ครูอาจารย์ ทุกท่าน

อรัญญ์ ตั้งทองเพชร

สารบัญ

บทที่

หน้า

1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	10
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร.....	12
ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร.....	12
ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร.....	17
ผลของความผูกพันต่อองค์กร.....	19
การวัดความผูกพันต่อองค์กร.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร.....	22
ประวัติและความเป็นมาของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน).....	24
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านส่วนตัวกับความผูกพันต่อองค์กร..	25
เจตคติที่ดีต่อองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร.....	25
แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร.....	27
การเห็นคุณค่าในตนเองกับความผูกพันต่อองค์กร.....	29
ฝ่ายงานกับความผูกพันต่อองค์กร.....	31
อายุกับความผูกพันต่อองค์กร.....	32
เงินเดือนกับความผูกพันต่อองค์กร.....	33
ระยะเวลาที่ทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร.....	36
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร..	38
ความหมายของบรรยากาศในองค์กร.....	38
ความสำคัญของบรรยากาศในองค์กร.....	39
แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศในองค์กร.....	40
องค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กร.....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในองค์กร.....	43

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การจัดกระทำข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	59
5 สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย.....	71
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	71
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	74
อภิปรายผล.....	76
ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้.....	83
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	84
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก.....	97
ภาคผนวก ก.....	98
ภาคผนวก ข.....	105
ภาคผนวก ค.....	111
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	115

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน).....	57
2	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพัน ในองค์กรโดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง.....	58
3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำแนกตามฝ่ายงาน.....	60
4	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามฝ่ายงาน.....	62
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเงินเดือน.....	63
6	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเงินเดือน.....	65
7	เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกัน.....	66
8	เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกัน.....	66
9	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ระยะเวลาการทำงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง บรรยากาศในองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้าน.....	67
10	ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร.....	68
11	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวเกณฑ์.....	69
12	ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise).....	70
13	ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย.....	106
14	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายเป็นตัวเกณฑ์.....	106

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง

หน้า

15	ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับ เป้าหมายของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise).....	107
16	ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านค่านิยม.....	107
17	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพันต่อองค์กร ด้านค่านิยมเป็นตัวเกณฑ์.....	108
18	ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม ของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise).....	108
19	ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านวิสัยทัศน์.....	109
20	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพันต่อองค์กร ด้านวิสัยทัศน์ เป็นตัวเกณฑ์.....	109
21	ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ ของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise).....	110
22	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Total Correlation Coefficient) และความเชื่อมั่น ของแบบวัดความผูกพันต่อองค์กร.....	112
23	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Total Correlation Coefficient) และความเชื่อมั่น ของแบบวัดด้านลักษณะบุคคล.....	113
24	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Total Correlation Coefficient) และความเชื่อมั่น ของแบบวัดด้านบรรยากาศในองค์กร.....	114

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
2 ความเชื่อมโยงของความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเน้นพฤติกรรม กับกลุ่มเน้นเจตคติ.....	18

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สืบเนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับปัญหาสภาวะทางเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี 2540 ส่งผลกระทบต่อสังคมในทุก ๆ ด้าน ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางองค์กร รวมทั้งด้านธุรกิจต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านการตลาดด้านนโยบาย ด้านรูปแบบองค์กร เป็นต้น เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย และสามารถแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและองค์กรอื่นๆ ได้ ซึ่งตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการปฏิรูปการทำงานขององค์กร ได้แก่ คน (Man) หรือบุคลากรขององค์กร ส่วนตัวแปรพื้นฐานอื่น ๆ ได้แก่ เงิน (Money) วัสดุ (Materials) การจัดการ (Management) ก็มีความจำเป็นที่ต้องคำนึงถึงเช่นกัน (สมพงษ์ เกษมสิน. 2523 : 7) การที่คนหรือบุคลากรขององค์กรเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดเพราะคนหรือบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สอดแทรกอยู่ในเกือบทุกขั้นตอนของการบริหารงาน ซึ่งการทำให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีความพึงพอใจในงานแล้วนั้นจะสามารถอำนวยความสะดวกให้องค์กรเจริญก้าวหน้าได้ (กั้วล เทียนกัณฑ์เทศน์. 2536 : 408) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของแวนนัส (ธีรเดช ฉายอรุณ. 2542 : 2 ; อ้างอิงจาก Wanous. 1978) ที่ศึกษาพบว่า หากบุคคลสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับองค์กรแล้ว จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวแปรที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กรนั้นจะมีลักษณะเป็นพลวัต คือ มีอิทธิพลซึ่งกันและกันไปตามกาลเวลา ในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการทำงานนั้นแม้จะมี นโยบายหรือเทคโนโลยีต่างๆ มากมายก็ตาม แต่ยังคงต้องอาศัยบุคลากรในการดำเนินงานเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพสูงสุด

ในการจูงใจให้บุคลากรในองค์กรเกิดความจงรักภักดี (Loyalty) และใช้ความสามารถที่มีอยู่ในการทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถนั้น ในขั้นต้นควรทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) เพราะบุคคลที่มีความพึงพอใจในงานจะ ปฏิบัติงานได้ดีกว่าผู้ที่ไม่มีความพึงพอใจในงาน (โยธิน ศันสนยุทธ. 2530 : 60) แต่ความพึงพอใจในงานนั้นไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ถึงการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานได้ แต่สิ่งสำคัญที่จะแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการทำงานอย่างเต็มที่นั้นคือ ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) โดยลักษณะของผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย (Porter, et.al. 1974 : 604)

1. ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
2. ความคาดหวังที่จะใช้ความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร และ
3. ความปรารถนาแรงกล้าที่จะดำรงรักษาสถานภาพของการเป็นสมาชิกขององค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นเรื่องของพฤติกรรมของบุคคลที่มีความซับซ้อน โดยบุคคลที่มีการผูกพันต่อองค์กรจะเกิดความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน มีความรู้สึกผูกพันต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร สามารถจำแนกความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ส่วน คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร (Identification) ความเกี่ยวข้องกับองค์กร (Involvement) และ ความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อองค์กร ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้จะอธิบายถึงสาเหตุของการที่บุคคลจะขึ้นชมองค์กร มีความปรารถนาที่จะอยู่ทำงานให้กับองค์กร และไม่เต็มใจที่จะ จากไปทำงานที่องค์กรอื่น และมุ่งมั่นจะทำงานให้แก่องค์กรอย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรยังเป็นตัวทำนายอัตราการลาออก ได้ดีกว่าความพึงพอใจในการทำงาน โดย สเตียร์ (Steers. 1977 : 46) พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะทำงานได้ดีกว่าผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ และความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวชี้ถึงประสิทธิผลขององค์กรที่สำคัญตัวหนึ่ง ในกรณีที่สมาชิกหรือบุคลากรที่ปฏิบัติงานขาดความผูกพันต่อองค์กร แต่ไม่ลาออกและเลือกที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป และไม่ตั้งใจทำงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ก็ย่อมนำมาซึ่งผลเสียต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านทรัพยากรที่องค์กรต้องสูญเสียไปในรูปของเงินเดือน หรือสวัสดิการ ด้านเวลาที่ต้องสูญเสียเวลาในการฝึกบุคลากรใหม่ เพื่อทำหน้าที่แทนบุคลากรเดิมที่ทำงานไม่ได้ผล ส่วนในด้านบรรยากาศขององค์กร ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันไม่ดี ต่อกันระหว่างพนักงาน โดยพนักงานจะขาดอัธยาศัยไมตรีที่ดีในการทำงานต่อกัน รวมทั้งไม่บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ เนื่องจากพนักงานไม่สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้ซึ่งจะทำให้องค์กรขาดความเจริญก้าวหน้าไป (Grusky.1966:489)

ดังนั้น การที่บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรจะเป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนให้การบริหารและการจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากบุคลากรจะมีความรู้สึกเสมือนหนึ่งว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร หากองค์กรดำรงอยู่ได้บุคลากรก็สามารถดำรงอยู่ได้ แต่ถ้าองค์กรไม่สามารถดำรงอยู่ได้บุคลากรก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้เช่นกัน โดยทุกคนต่างมีความผูกพันและภักดีต่อองค์กร ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้องค์กรคงความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ได้เป็นอย่างดี

บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่ในการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆที่มีเนื้อหาที่หลากหลายทั้งในลักษณะที่เป็นความรู้ ข่าวสาร และบันเทิง เป็นต้น ออกสู่สังคมเพื่อรับใช้ประชาชน ซึ่งประชาชนจำนวนมากนิยมบริโภคสื่อประเภทนี้อีกทั้งสื่อทางวิทยุและโทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่สามารถแพร่ได้ทั่วประเทศ จึงนับได้ว่ามีอิทธิพล

ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้บริหารหรือประชาชนทั้งประเทศเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ยังเป็นองค์กรหนึ่งที่มีการปฏิรูประบบงานต่างๆ รวมทั้งพัฒนาโครงสร้าง พัฒนาการทำงาน พัฒนาบุคลากร เพื่อให้บริษัทสามารถผลิตผลงานออกมาได้อย่างมีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อสังคม และต่อผู้บริหารมากที่สุด จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จะต้องให้ความสนใจและมุ่งเน้นการพัฒนาระบบงานในด้านการทำงานขององค์กร และพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำที่โดดเด่นในอุตสาหกรรมสื่อของประเทศไทย ตลอดจนความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งสิ่งสำคัญที่นอกเหนือไปจากความสามารถในการบริหารองค์กร และสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ความร่วมมือร่วมใจและความมีประสิทธิภาพของบุคลากรนับเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยสนับสนุนและผลักดันให้การดำเนินงานของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

แต่ในความเป็นจริงจะต้องยอมรับกันว่ายังมีพนักงานจำนวนไม่น้อย ที่ไม่มีศรัทธาขาดอุดมการณ์ขาดแรงจูงใจ และขาดเจตคติที่ดีต่อวิชาชีพของตน ทำให้ไม่สนใจที่จะพัฒนาการทำงานตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ความประพฤตินี้ที่ไม่เหมาะสมของพนักงานบางคนยังส่งผลให้ภาพพจน์ที่สังคมให้การชมเชย ยกย่องลดต่ำลง ซึ่งสาเหตุแห่งการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพนักงานเหล่านี้พอจะสรุปได้จากการศึกษาผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร ดังเช่นผลการวิจัยของ จิตนา บุญชวน (2541. บทคัดย่อ) ; ทิระ วีระธรรมสาริต (2533) นภาพิณ โหมาศวิน (2533) อนันต์ชัย คงจันทร์ (2529) และปรียาพร วงศ์อนุมาตรโรจน์ (2533) ที่พบว่า สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากต้นสังกัดหรือแม้แต่หัวหน้างานทั้งในด้านปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต และปัจจัยเสริมอื่นๆ ที่ถือว่าเป็นสวัสดิการที่พนักงานทุกคนควรจะได้รับ พนักงานเหล่านี้จึงไม่มีความผูกพันต่อองค์กรและมีการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ปัญหาในการทำงาน การไม่มีศรัทธา ขาดอุดมการณ์ ในการทำงาน นับเป็นปัญหาสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องเข้ามารับรู้และแก้ไขปัญหายอย่างจริงจังและจริงใจไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริม กระตุ้น พัฒนาด้านต่างๆ เพื่อให้พนักงานทุกคนเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มศักยภาพของตนเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวแปรหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาสิ่งต่างๆ ดังกล่าวก็คือ การสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร เพราะความผูกพันเป็นสิ่งที่แสดงออกหรือเป็นตัวบ่งชี้ถึงความรักความภูมิใจ ยอมรับ ยึดมั่นในจุดหมายและอุดมการณ์ของบริษัท อันเป็นผลทำให้พนักงาน มีความเต็มใจที่จะทำงานเพื่อความก้าวหน้าและประโยชน์ของบริษัท ตลอดจน มีความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกของบริษัทตลอดไป (BuchananII. 1974 : 553) การสร้างความผูกพันกับองค์กรเป็นกระบวนการนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย และจะมีผลทำให้บุคคลขององค์กรมีบุคลิกภาพที่ผสมผสาน และพัฒนาไปในทิศทางเดียวกับองค์กร

อีกด้วย (Hall and others. 1970:176) นอกจากนี้ยังมีการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในองค์ประกอบของงานเช่น ลักษณะงาน เงินเดือนจากงาน ก็เป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการพยากรณ์ที่ดีในเรื่องความผูกพันหรือความตั้งใจของบุคคลในองค์กรที่ต้องการจะทำงานอยู่ที่เดิมไม่อยากจะย้ายไปที่อื่น (สุจิตรา จรจิตร. 2532 : 112)

ดังนั้น การศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) นับว่าเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กร การที่บุคคลจะมีความผูกพันต่อองค์กรนั้นอาจจะเกี่ยวข้องกับตัวแปรหลายๆ ด้าน ด้วยกัน เช่น ตัวแปรด้านส่วนตัวซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่อาจจะส่งผลให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมความคิดความพอใจ ในการทำงานที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความถนัด ความรู้ ทักษะบุคลิกภาพ ลักษณะทางกายภาพ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน เจตคติที่ดีต่อการทำงาน ค่านิยม ส่วนตัวแปรด้านสถานการณ์ (Situational Variable) นั้นเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของบุคคลอันเป็นตัวแปรทางด้านกายภาพที่เกี่ยวข้องกับงาน (Physical Variables) ได้แก่ สภาพของเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงาน สภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน เป็นต้น และตัวแปรองค์กรทางสังคม (Organizational Social Variables) ได้แก่ ลักษณะโครงสร้างและนโยบายขององค์กร การบังคับบัญชาการสภาพแวดล้อมในสังคม การช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานตามสภาพการณ์ และรวมถึงการสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support) ได้แก่ ค่าตอบแทน วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน การอบรม การประเมินผลอย่างยุติธรรม (Distribution Justice) รวมทั้งการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อันจะเอื้อต่อการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล

ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นพนักงานของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) และได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรที่จะสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ให้สูงขึ้น โดยความผูกพันต่อองค์กรนับเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการที่จะทำให้พนักงานทุกคนในบริษัทมีความผูกพัน พึงพอใจ พัฒนาศักยภาพ ประสิทธิภาพในการทำงานให้สูงขึ้น นอกจากสภาพแวดล้อมเบื้องต้นของตัวพนักงานเองแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ เช่น เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นต้นที่จะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ทุกคนได้มีความผูกพันต่อองค์กร อันจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อตัวพนักงานเองและและเป็นประโยชน์ต่อบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ยิ่งขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาตัวแปรที่มีเกี่ยวข้องกับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยศึกษา ตัวแปรต่างๆ คือ ตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ อายุ เงินเดือน ระยะเวลาการทำงาน ฝายงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และการเห็นคุณค่าในตนเอง และตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าตัว แปรเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะนำไปใช้ในการพัฒนา บุคลากรของบริษัทให้มีความรักความผูกพันต่อองค์กร ส่งเสริมให้บุคลากรสามารถทำงาน ได้อย่างเต็มที่ตามศักยภาพของแต่ละคน และพัฒนาองค์กร สังคม ตลอดทั้งประเทศชาติ ให้มีความเจริญก้าวหน้าได้ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำแนกตามฝายงาน และเงินเดือน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ อายุ เงินเดือน ระยะเวลาการทำงาน ฝายงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่า ในตนเอง และตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร กับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) และทำให้ทราบถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพัน ต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับ ผู้บริหารและผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ใช้ใน การส่งเสริม พัฒนาพนักงานของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ให้มีความผูกพัน

ต่อองค์ในระดับที่สูงขึ้น เนื่องจากเมื่อพนักงานมีความผูกพันเพิ่มขึ้นจะทำให้การทำงานของพนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และจะส่งผลให้บริษัทมีการพัฒนาในด้านต่างๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำนวน 435 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ในแผนกต่างๆทุกแผนกของบริษัท จำนวน 200 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่จะศึกษาในการวิจัยมีดังนี้

3.1 ตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่

3.1.1 ตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ ฝายงาน อายุ เงินเดือน ระยะเวลาการทำงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และการเห็นคุณค่าในตนเอง

3.1.2 ตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร

3.2 ตัวแปรเกณฑ์ ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร

3.2.1 ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย

3.2.2 ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม

3.2.3 ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)** หมายถึง บุคคลที่ทำงานเป็นพนักงานประจำอยู่ในบริษัท หรือเครือข่ายของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

2. **ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท** หมายถึง คุณลักษณะของพนักงานบริษัทที่มีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นต่อองค์กรที่ตนเองเป็นสมาชิก โดยมีความเชื่อและยอมรับเป้าหมายขององค์กร ค่านิยมขององค์กร และวิสัยทัศน์ขององค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 **ความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายขององค์กร** ได้แก่ องค์กรสามารถบริหารธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีกรอบแนวทางการบริหาร (Strategic Framework) ที่คำนึงถึงลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น แหล่งวัสดุอุปกรณ์ และการบริการชุมชน

2.2 **ค่านิยมขององค์กร (Company Values)** หมายถึง ค่านิยมที่อยู่ในใจของพนักงานขององค์กร ได้แก่ เคารพในความสามารถของพนักงาน ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความไว้วางใจกัน ความน่าเชื่อถือของพนักงาน และความตั้งใจของพนักงานแต่ละคนที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.3 **วิสัยทัศน์ขององค์กร** ได้แก่ การรับรู้ของพนักงานที่รับรู้ว่าจะองค์กรสามารถสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโต บริหารพนักงาน รวมทั้งจัดการปัญหาอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น และสามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ยังสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและดำเนินการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องด้วย

3. **ฝ่ายงาน** หมายถึง หน่วยงานต้นสังกัดที่พนักงานทำงานอยู่ประจำ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายบัญชี-การเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการจัดซื้อ และฝ่ายอื่นๆ

4. **อายุ** หมายถึง อายุของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม

5. **เงินเดือน** หมายถึง เงินเดือนที่เป็นค่าตอบแทนประจำเดือน ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท

6. **ระยะเวลาการทำงาน** หมายถึง ระยะเวลาการทำงานหรือประสบการณ์ในการทำงานพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถาม

7. **เจตคติที่ดีต่อองค์กร** หมายถึง ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยมีความรู้สึกที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านค่าตอบแทน โบนัส เงินสะสม ค่าทำงานล่วงเวลา สวัสดิการในการรักษาพยาบาล สวัสดิการในการประกันชีวิต รวมทั้งการได้สิทธิประโยชน์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทในราคาถูกลงกว่าปกติ

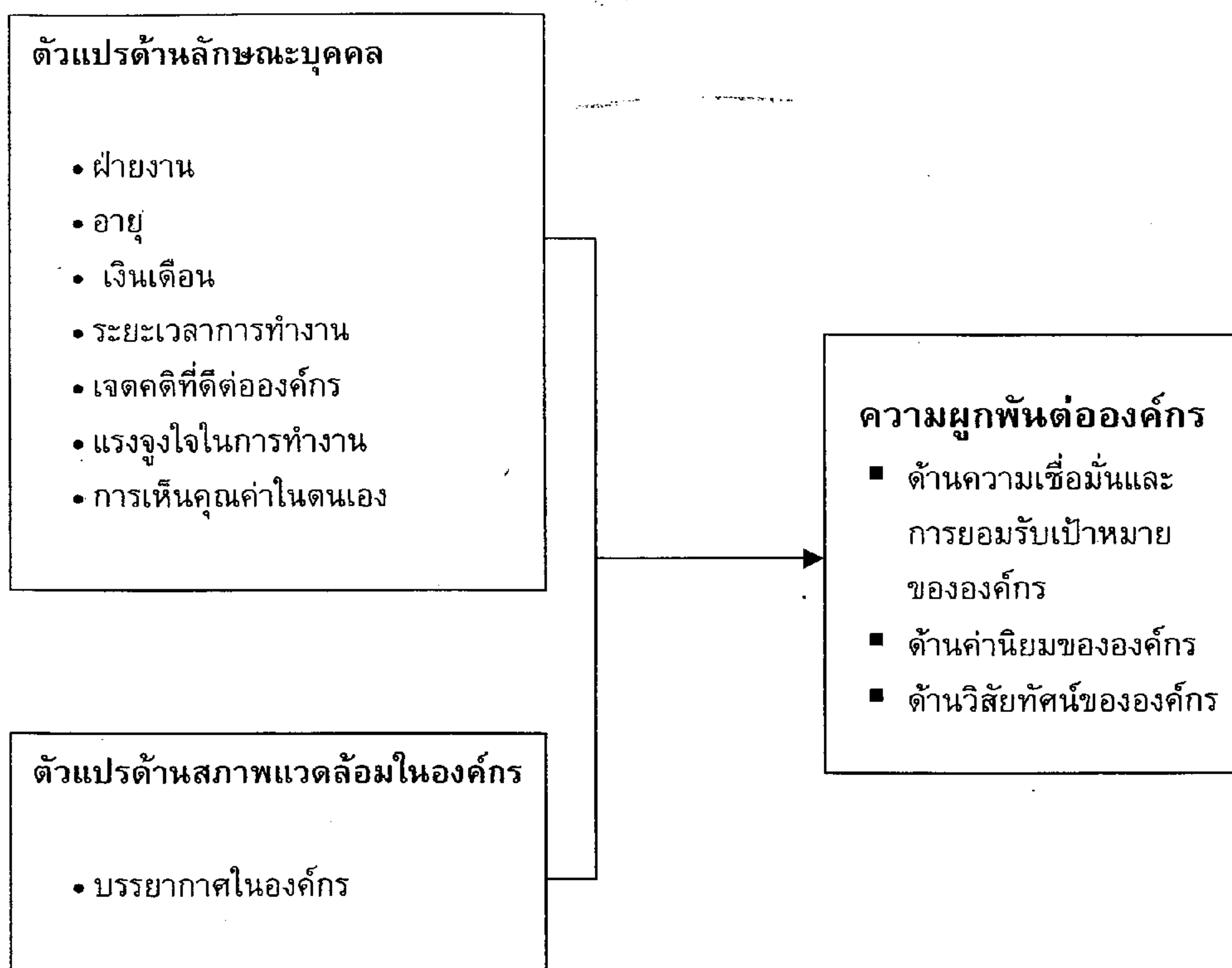
8. **แรงจูงใจในการทำงาน** หมายถึง พลังกายพลังใจของพนักงานที่พร้อมจะทำงานให้ประสบความสำเร็จโดยไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค รวมทั้งทุ่มเทพลัง สติปัญญา ความสามารถให้กับงานที่ตนเองรับผิดชอบ และมีความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะพัฒนาผลงานของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังรวมถึงความตั้งใจจริงในการที่จะทำงานของตนเองตามที่ได้รับมอบหมาย

9. **การเห็นคุณค่าในตนเอง** หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานบริษัทที่มีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น มีความมั่นใจว่า ตนเองเป็นคนที่มีความสามารถในการจัดการเวลาการทำงานได้อย่างเหมาะสม เป็นคนที่มีคุณค่าสำหรับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน รวมทั้งได้รับการยอมรับจากคนในสังคม

10. **บรรยากาศในองค์กร** หมายถึง สภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ทั้งในด้านสถานที่ทำงาน วัสดุอุปกรณ์ ความเป็นธรรมชาติของหัวหน้างาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รวมทั้งการได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) นั้น พบว่ามีตัวแปรที่สำคัญที่สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ประกอบด้วย ฝ่ายงาน อายุ ระยะเวลาการทำงาน เงินเดือน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง ส่วนตัวแปรด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย บรรยากาศในองค์กร ซึ่งผู้วิจัย คาดว่าตัวแปรต่างๆเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยสามารถอธิบายได้ด้วยกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในฝ่ายงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านต่างกัน
2. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านต่างกัน
3. ตัวแปรด้านลักษณะบุคคลและตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
4. มีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ในการนำเสนอ การประมวล เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้นำเสนอเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.2 ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.4 ผลของความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.5 การวัดความผูกพันต่อองค์กร
 - 1.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร
2. ประวัติและความเป็นมาของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านลักษณะบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.1 เจตคติที่ดีต่อองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.2 แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.3 การเห็นคุณค่าในตนเองกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.4 ฝายงานกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.5 อายุกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.6 เงินเดือนกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 3.7 ระยะเวลาที่ทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร
 - 4.1 ความหมายของบรรยากาศในองค์กร
 - 4.2 ความสำคัญของบรรยากาศในองค์กร
 - 4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในองค์กร

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

1.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร ในงานวิจัยได้มีผู้ให้คำนิยามไว้หลากหลายรูปแบบ โดยภาพรวมแล้วพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรในที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ผูกพันต่อองค์กรที่พวกเขาทำงานอยู่ และความหมายของนิยามปฏิบัติการแตกต่างกันไปตามตัวแปรหรือความเกี่ยวเนื่อง (Bond) ของตัวแปรในงานวิจัยนั้น จากการรวบรวมงานวิจัย ความผูกพันต่อองค์กรมักจะพิจารณาในเชิงเจตคติ (Attitudinal) หรือความรู้สึกที่บุคคลมีต่อองค์กรและวัดโดยแบบวัดของ พอร์ทเตอร์ (Porter) และผู้ร่วมงาน ซึ่งความผูกพันเชิงเจตคติ (Attitudinal Organization Commitment) เป็นการหล่อหลอมความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กร อันเป็นภาวะที่บุคคลจะนำตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และผูกพันในฐานะเป็นสมาชิกขององค์กร (The Relative Strength of An Individual Identification with/and Involvement in A Particular Organization) แนวคิดดังกล่าวประกอบไปด้วยคุณลักษณะของเจตคติ 3 ประการ คือ (กนิษฐา ตันตพันธ์ และคณะ. 2538 : 14) -----

1. มีความเชื่ออย่างแรงกล้าและมีการยอมรับเป้าหมาย ตลอดจนค่านิยมขององค์กร
2. มีความตั้งใจที่จะทำงานอย่างเต็มที่ให้แก่องค์กร
3. มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป

เคนเดอร์ (พรพรสิริ อาสาเสนีย์. 2546 : 31 ; อ้างอิงจาก Kanter. 1968) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความเต็มใจของบุคคลที่จะดำรงไว้ซึ่งความเป็นสังคม และมีความจงรักภักดีต่อระบบสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ เป็นความสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลกับสังคม เชื่อมโยงระบบบุคลิกภาพความสนใจของบุคคลให้เข้ากับความสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้สิ่งที่บุคคลต้องการสอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลต้องกระทำ

สเติร์ (Steers. 1977 : 46) ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์กรว่า หมายถึง ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร เพื่อปฏิบัติภารกิจในองค์กร ความรู้สึกนี้จะต่างจากความผูกพันต่อองค์กร อันเนื่องมาจากสมาชิกขององค์กรโดยปกติตรงที่ พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานที่มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริงจะมุ่งเน้นความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรด้วย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความผูกพันต่อองค์กรจะประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
2. ความคาดหวังที่จะใช้ความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร
3. ความปรารถนาแรงกล้าที่จะดำรงรักษาสถานภาพของการเป็นสมาชิกขององค์กร

เอทซียนี (Etzioni. 1975 : 9) กล่าวว่า เมื่อบุคคลเข้าไปอยู่ในองค์กรจะเกิดความรู้สึกทั้งในทางบวกและทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเรียกว่า ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) ส่วนความรู้สึกในทางลบ เรียกว่า ความรู้สึกแปลกแยกหรือแยกตัวออกห่าง (Alienation) ความผูกพันต่อองค์กร จึงเป็นการแสดงความรู้สึกอย่างแรงกล้าของบุคคลเมื่อเข้าไปอยู่ในองค์กรและรับเอาบรรทัดฐานขององค์กรเข้าไว้อย่างซึมซับ รวมทั้งแสดงตนเป็นฝ่ายขององค์กรอย่างเด่นชัด

ไอเซนเบอร์ก และคนอื่น ๆ (Eisenberger and Others. 1990 : 52) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นเจตคติที่แสดงถึงความรู้สึกรวมเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการที่บุคคลรับรู้ถึงการเกื้อกูลสนับสนุนขององค์กรกับผลที่ตามมา คือ ความอดสาหัสของสมาชิกและความเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กร

ดาราพร นิวาตะบุตร (2546 : 14) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง สภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดและความปรารถนาที่สมาชิกในองค์กรมีความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงาน คุณค่าของงาน การซื่อสัตย์ต่อองค์กร ในแง่ของการยอมรับเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร และความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ตลอดจนปรารถนาที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

ภรณ์ กীরติบุตร (2529 : 97) มีความเห็นว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง เจตคติของสมาชิกที่เป็นไปในทางบวกต่อองค์กร ความรู้สึกยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร มีความหมายที่ลึกซึ้งกว่าความผูกพันทางกายภาพหรือการดำรงในองค์กรเท่านั้นแต่รวมไปถึงการที่สมาชิกมีความเต็มใจที่จะยอมเสียสละความสุขบางส่วนของตน เพื่อให้เป้าหมายขององค์กรบรรลุความสำเร็จ

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรส่วนใหญ่ ได้มีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร และพบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนด้วยเหตุผลที่ว่าตัวแปรทั้งสองเป็นตัวแปรในกลุ่มตัวแปรเจตคติที่มีต่อองค์กร นอกจากนี้พอร์เตอร์และคณะ (Porter, et al. 1974 : 606) ได้ศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรที่จำแนกระหว่างผู้ที่ยังคงอยู่กับองค์กร กับผู้ที่ลาออก

เมเยอร์ , อลีน และสมิท (Meyer, Allen & Smith. 1991) ได้จำแนกความผูกพันต่อองค์กร ตามเหตุผลที่สมาชิกยังคงอยู่กับองค์กรออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก (Affective Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่ยึดติดการทำงาน มีความผูกพัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร โดยการรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่ตระหนักถึงความสัมพันธ์อันยาวนานที่ทำงานอยู่ในองค์กร โดยบุคคลรู้สึกว่าการทำงาานนั้นเป็นการลงทุนให้กับองค์กร อย่างหนึ่งที่มีการสะสม

เรื่อยมา เช่น พนักงานในยุคนुकเบิกจะมีอารมณ์ความรู้สึกที่ผูกพันกับองค์กรในด้านนี้มาก เนื่องจากได้ทุ่มเทให้กับองค์กรไว้มาก จึงไม่ต้องการที่จะไปเริ่มทำงานในองค์กรใหม่ ๆ จึงยังต้องการเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีพันธะผูกพันต่อองค์กร ต่อเพื่อนร่วมงาน เป็นความรู้สึกใน ความรับผิดชอบ ที่ต้องการตอบแทนให้กับองค์กรและเพื่อนร่วมงาน เช่น องค์กรได้ส่ง พนักงานไปฝึกอบรม พนักงานก็จะรู้สึกว่าตนเองจะต้องอยู่ในองค์กรต่อไป เพื่อใช้ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมนั้นมาตอบแทนองค์กร และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งการเข้ารับการอบรม เป็นการผูกมัดจากองค์กรอย่างหนึ่งที่พนักงานจะต้องตอบแทน มีลักษณะคล้ายเป็น ความซื่อสัตย์ที่มีต่อองค์กร

องค์ประกอบทั้ง 3 ด้านของความผูกพันต่อองค์กร เป็นสภาวะทางด้านจิตใจ อย่างหนึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กร และเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ที่จะไปหรือไม่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป โดยเหตุผลที่จะคงอยู่กับองค์กรของแต่ละ บุคคลจะแตกต่างกันไป โดยเฉพาะในด้านความรู้สึกของบุคคลที่ยังคงต้องการอยู่กับองค์กร ต่อไป ความต้องการที่จะทำงานให้กับองค์กรนั้นจริง ๆ ความจำเป็นที่ต้องอยู่ ส่วนด้านบรรทัดฐานนั้น บุคคลจะคงอยู่ในองค์กรต่อไป ด้วยความสำนึกในสิ่งที่ควรจะทำให้ กับองค์กร สำหรับระดับของความผูกพันต่อองค์กรนั้นมักขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการทำงาน ในองค์กรและลักษณะของงานที่ทำ ดังนั้น ความผูกพันต่อองค์กรจึงมีความสัมพันธ์ ในทางลบกับการลาออกจากงาน การขาดงาน แต่มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อผล การปฏิบัติงาน

จากความหมายและความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อองค์กร มีความภาคภูมิใจในองค์กร มีความเกี่ยวพันและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กร มีความภักดีต่อองค์กร และปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

1.2 ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร สามารถเป็นตัวทำนายอัตราการลาออกจากงาน และ ผู้ปฏิบัติงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะสามารถปฏิบัติงานได้ดีกว่าผู้ที่มีความผูกพัน ต่อองค์กรต่ำ และความผูกพันต่อองค์กรยังเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จขององค์กร ที่สำคัญอีกด้วย นอกจากนี้ความผูกพันต่อองค์กรยังมีความสำคัญในเรื่องอื่น ๆ ดังที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ ดังนี้

บุชาแนน (Buchanan II. 1974 : 340) มีความเห็นว่า ความผูกพันเป็นเจตคติที่สำคัญยิ่ง สำหรับองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรแบบใด เพราะความผูกพันเป็นตัวเชื่อมระหว่างจินตนาการของมนุษย์กับจุดมุ่งหมายขององค์กร ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร และเป็นผู้มีส่วนในการเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขององค์กร รวมทั้งช่วยลดการควบคุมจากภายนอกอีกด้วย ดังนั้น โดยสรุปแล้ว ความผูกพันต่อองค์กรเป็นเงื่อนไขล่วงหน้าสำหรับองค์กรทางสังคมที่ประสบผลสำเร็จ และความผูกพันของผู้จัดการต่อองค์กรเป็นส่วนสำคัญต่อความอยู่รอดและความมีประสิทธิภาพขององค์กร เพราะความรับผิดชอบในการรักษาองค์กรให้คงอยู่ในสถานะที่ดีนั้น มีความจำเป็นต่อการดำเนินงาน การบริหารที่มีประสิทธิผลมักถูกมองว่ามีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกรับผิดชอบ และการอุทิศตนเพื่อเกื้อกูลให้องค์กรอยู่ในสภาพที่สามารถปฏิบัติงานต่อไปได้

สตีเยร์ (Steer. 1977 : 48) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถใช้ทำนายอัตราการเข้าออกจากงานของสมาชิกในองค์กรได้ดีกว่า การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงานเสียอีก คือ

1. ความผูกพันต่อองค์กร เป็นแนวคิดซึ่งมีลักษณะครอบคลุมมากกว่าความพึงพอใจในงาน สามารถสะท้อนถึงผลโดยทั่วไปที่บุคคลสนองตอบต่อองค์กรโดยส่วนรวม ในขณะที่ความพึงพอใจในงานสะท้อนถึงการตอบสนองของบุคคลต่องานในแง่ใดแง่หนึ่งเท่านั้น
2. ความผูกพันต่อองค์กรค่อนข้างจะมีเสถียรภาพมากกว่าความพึงพอใจในงาน สะท้อนถึงการตอบสนองของบุคคลต่องานหรือแง่ใดแง่หนึ่งเท่านั้น
3. ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวชี้ที่ดีถึงความสามารถขององค์กร

ภรณ์ กীরติบุตร (2529. 97) มีความเห็นว่า ความรู้สึกผูกพันจะนำไปสู่ผลที่สัมพันธ์กับความสามารถขององค์กร ดังนี้ คือ

1. สมาชิกซึ่งมีความรู้สึกผูกพันอย่างแท้จริง ต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรอยู่ในระดับสูง
2. สมาชิกซึ่งมีความรู้สึกผูกพันอย่างสูง มักมีความปรารถนาอย่างแรงที่จะคงอยู่กับองค์กรต่อไป เพื่อทำงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายซึ่งตนเองเลื่อมใสศรัทธา
3. เนื่องจากที่บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กร และเลื่อมใสศรัทธาในเป้าหมายขององค์กร สมาชิกซึ่งมีความรู้สึกผูกพันอย่างมากต้องงาน เพราะเห็นว่างานคือหนทางซึ่งตนจะสามารถทำประโยชน์กับองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ
4. สมาชิกซึ่งความรู้สึกผูกพันสูง จะเต็มใจที่จะใช้ความพยายามมากพอสมควรในการทำงานกับองค์กร ซึ่งในหลายกรณี ความพยายามดังกล่าวมีผลทำให้การปฏิบัติงานอยู่ในระดับดีเหนือคนอื่น

5. สามารถใช้ทำนายอัตราการเข้า และออกจากงานของสมาชิกองค์กรได้ดีกว่าการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงานเสียอีก กล่าวคือ

5.1 ความผูกพันต่อองค์กร เป็นแนวความคิดซึ่งมีลักษณะครอบคลุมมากกว่าความพึงพอใจในงาน สามารถสะท้อนถึงผลโดยทั่วไปที่บุคคลสนองตอบต่อองค์กรโดยรวม ขณะที่ความพึงพอใจในงานสะท้อนถึงการสนองตอบของบุคคลต่องานหรือแง่ใดแง่หนึ่งของงานเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ความผูกพันต่อองค์กรจึงเน้นความผูกมัดของบุคคลต่อองค์กร โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน

5.2 ความผูกพันต่อองค์กรค่อนข้างจะมีเสถียรภาพมากกว่าความพึงพอใจในงาน แม้ว่าเหตุการณ์ประจำวันในสถานที่ทำงาน อาจจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงาน แต่เหตุการณ์ชั่วคราวนั้น อาจจะไม่ค่อยมีผลกระทบต่อความผูกมัดของบุคคลที่มีต่อองค์กรโดยรวม ความผูกพัน ดูเหมือนว่าจะมีการพัฒนาอย่างช้าๆ แต่จะอยู่อย่างมั่นคง สำหรับความพึงพอใจนั้น พบว่า มีเสถียรภาพน้อยกว่าความผูกพัน และสะท้อนถึงปฏิกิริยาโดยตรงต่อแง่ของสภาวะแวดล้อมของงานที่จับต้องได้ เช่น ค่าจ้าง, ผู้บังคับบัญชา ฯลฯ

ความผูกพันต่อองค์กร เป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดและความมีประสิทธิภาพขององค์กร ในระดับผู้บริหารหากมีความผูกพันต่อองค์กรสูงแล้ว ความผูกพันต่อองค์กรจะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลทุ่มเทพยายามในการบริหารงานอย่างเต็มที่ และสอดคล้องกับเป้าหมาย ตลอดจนค่านิยมขององค์กรที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่เป็นผลให้กิจการขององค์กรเจริญก้าวหน้า ส่วนในระดับผู้ปฏิบัติงานนั้น ความผูกพันต่อองค์กรจะเป็นแรงผลักดันให้ปฏิบัติงานในองค์กรได้ดีกว่าผู้ไม่มีความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าขององค์กรด้วยนั่นเอง นอกจากนั้นพนักงานขององค์กรใดที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กรนานกว่าพนักงานที่ไม่มี ความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรในแง่ของบุคคลเป็นความรู้สึกอย่างลึกซึ้งซึ่งมีพื้นฐานมาจากองค์กร มิใช่เกิดจากภายในตัวหรือความต้องการของตัวบุคคล กล่าวโดยสรุปแล้ว ความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งบ่งชี้ถึง ความทุ่มเท และความพยายามของพนักงานในการปฏิบัติงาน ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพและความเจริญก้าวหน้าขององค์กรโดยรวมตลอดจนเป็นตัวบ่งบอกถึงอัตราการลาออก การขาดงาน และการมาทำงานสายของพนักงานในองค์กรด้วย

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

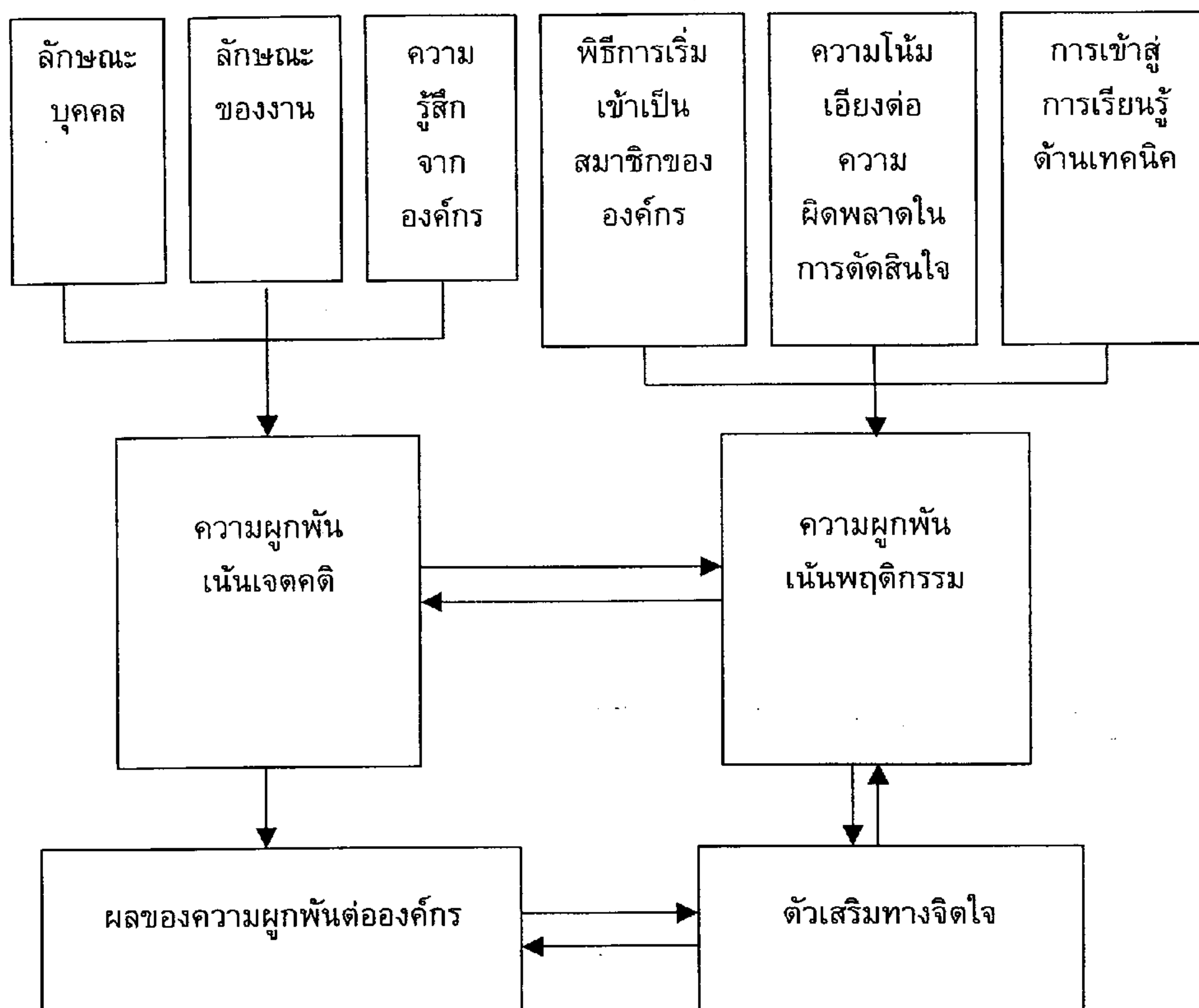
* สเตียร์ (Steers. 1977 : 46) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) ไว้ว่าเป็นลักษณะที่บุคคลมีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นต่อองค์กรที่เป็นสมาชิกอยู่ โดยการแสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรนั้น โดยมีความเชื่ออย่างแรงกล้า และยอมรับต่อเป้าหมาย ตลอดจนค่านิยมต่อองค์กร มีความตั้งใจจะทุ่มเทความพยายามอย่างมากในการปฏิบัติงานเพื่อองค์กรและมีความปรารถนาอย่างแรงกล้า ที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร และสเตียร์ยังให้ความสนใจในเจตคติที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน (Work Related Behavior) โดยศึกษาพฤติกรรมการทำงาน 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการทำงาน (Job Involvement) เป็นลักษณะที่บุคคลแสดงให้เห็นถึงความสนใจที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่ได้หมายความว่าบุคคลที่สนใจทำงานจะมีความสุขหรือความพึงพอใจต่องานนั้น แต่หมายถึงความรับผิดชอบที่บุคคลมีต่องาน เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายถูกต้องและมีมาตรฐานสูง

2. ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) เป็นลักษณะที่บุคคลมีความสุข หรือมีความพอใจในงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย

3. ความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) เป็นลักษณะที่บุคคลมีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นต่อองค์กร โดยการแสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร มีความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย ตลอดจนค่านิยมขององค์กร มีความตั้งใจที่จะทุ่มเทความพยายามในการปฏิบัติงาน ตลอดจนมีความปรารถนาที่จะดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

ในช่วงต้นทศวรรษ 1970 พอร์ทเตอร์และคนอื่นๆ (กนิษฐา ตันตพันธ์ และคณะ. 2538 : 14 ; อ้างอิงจาก Porter, Steers, Mowday and Boulin. 1977) ได้ทำการศึกษาวิจัยที่มา (Antecedents) และผล (Outcomes) ของความผูกพันต่อองค์กร และเขาได้ศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กร และความพึงพอใจในงานในการทำนายการลาออกของพนักงาน ซึ่งจากผลงานวิจัยเหล่านี้ร่วมกับงานวิจัยอื่นๆ เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร เขาได้แสดงกรอบความคิดที่แสดงถึงสาเหตุและผลของความผูกพันต่อองค์กรในปี ค.ศ. 1977 ต่อมาเมื่อผสมผสานกับแนวคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์กรที่เน้นด้านพฤติกรรม (Behavioral Commitment) ได้เสนอรูปแบบที่เชื่อมโยงกลุ่มเน้นพฤติกรรมกับกลุ่มเน้นเจตคติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงที่มาและผลของความผูกพันต่อองค์กร (Steers and Porter. 1983 : 304) ดังนี้



ภาพประกอบ 2 ความเชื่อมโยงของความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเน้นพฤติกรรม กับกลุ่มเน้นเจตคติ

กล่าวโดยสรุป สเตียร์ ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรโดยเน้นด้านเจตคติ เขาเชื่อว่า ในบริบทของสังคมการทำงาน เจตคติของบุคคลต่องานมีพื้นฐานจากข้อมูล หรือการบอกเล่าของสังคมโดยรอบตัวเขา มิใช่เกิดขึ้นเองภายในตัวบุคคล จากการรวบรวมงานวิจัยที่ผ่านมาเขาได้นำเสนอที่มาของความผูกพันต่อองค์กรไว้ 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะของงาน และปัจจัยด้านความรู้สึกจากองค์กร ส่วนผลของความผูกพันต่อองค์กร สเตียร์ได้เสนอในรูปของความตั้งใจและความปรารถนาที่จะอยู่ในองค์กร การปฏิบัติงานการลาออก หรือการขาดงาน

ในยุคหลังนี้ได้เริ่มมีนักวิชาการบางท่านศึกษาวิจัยและสรุปผลว่าความผูกพันต่อองค์กรมีหลายโครงสร้าง อาทิ เมเยอร์ (Meyer. 1991) ได้วิจัยพิสูจน์ว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีหลายมิติหรือหลายแง่มุม (Multidimensional Construct) มิใช่มีเพียงแง่มุมเดียว (Unidimensional Construct) อันประกอบด้วย ความผูกพันเชิงต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึง ความปรารถนาที่จะอยู่และทุ่มเทให้องค์กรต่อไป และความผูกพันเชิงค่านิยม (Value Commitment) หมายถึง ความเชื่อและยอมรับในเป้าหมายค่านิยมขององค์กร ตลอดจนเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานให้องค์กร ความผูกพันต่อองค์กรนี้มีลักษณะที่แตกต่างไปจากความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อองค์กร บุคคลมีได้เพียงแต่จะภักดีต่อองค์กรแบบที่เป็นฝ่ายรับเท่านั้น แต่บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรนั้น จะเต็มใจให้บางสิ่งบางอย่างของตน เพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จและความเจริญรุ่งเรืองอย่างสูง นอกจากนี้ความผูกพันต่อองค์กรยังแตกต่างไปจากความพึงพอใจในการทำงาน กล่าวคือ ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์กรโดยรวมทั้งหมด แต่ความพึงพอใจในการทำงานเป็นการตอบสนองของบุคคลต่อเฉพาะเรื่องงานหรือบางแง่มุมของงานเท่านั้น และความผูกพันต่อองค์กรจะค่อย ๆ พัฒนาขึ้น แต่มันคงมากขึ้นตามกาลเวลา จึงมีความมั่นคงต่อองค์กรลึกซึ้งมากกว่าความพึงพอใจในการทำงาน (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 ; 15 – 41 ; อ้างอิงจาก Steers. 1983)

1.4 ผลของความผูกพันต่อองค์กร

แนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กร เป็นปัจจัยที่สามารถใช้พยากรณ์การคงอยู่ หรือโยกย้ายออกนอกองค์กร ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร ดังนี้

มาวเดย์ และคณะ (Mowday and others. 1982) ศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ

สเตียร์ (Steers. 1984 : 465 - 466) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรส่งผลทางบวกต่อความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรตลอดไป

อนันต์ชัย คงจันทร์ (2529) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร สามารถพยากรณ์พฤติกรรมของสมาชิกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อัตราการเปลี่ยนแปลง สมาชิกที่มีความผูกพันต่อองค์กรมีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนานกว่าและเต็มใจที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

ส่วน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2533 : 18) กล่าวว่า ผลของความผูกพันต่อองค์กรของบุคคลจะแสดงออกในด้านการเพิ่มผลงาน ความพึงพอใจในงาน และความคงอยู่ในองค์กร

จเร นาคจุ (2544) กล่าวว่า บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจและเต็มใจที่จะใช้ความสามารถของตนเองทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยวัตถุประสงค์ของบุคลากรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร มีความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัย ในการปฏิบัติงาน และต้องการคงความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปนานๆ

นอกจากนี้ ชฎาภา ประเสริฐทรง (2541) ได้ทำการรวบรวมงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลของความผูกพันขององค์กร สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กร เป็นตัวทำนายการเพิ่มผลผลิตและความพึงพอใจในการทำงาน
2. ความผูกพันขององค์กรมีผลทางบวกต่อการคงอยู่ในองค์กร และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการขาดงาน
3. ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางลบกับการเปลี่ยนงาน และมีรายงานว่าผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะมีการมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ

และความผูกพันต่อองค์กรยังสามารถใช้เป็นเครื่องพยากรณ์พฤติกรรมของสมาชิกขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราการเปลี่ยนงานสมาชิกที่มีความผูกพันต่อองค์กรมีแนวโน้มที่จะขึ้นอยู่กับองค์กรนานกว่าและเต็มใจที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

จากการค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลของความผูกพันต่อองค์กร พอจะสรุปได้ว่าผลของความผูกพันต่อองค์กรมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคคล ได้แก่ ความสม่ำเสมอในการมาทำงาน การขาดงาน และการคงอยู่ในองค์กร รวมไปถึงใช้เป็นตัวทำนายความพึงพอใจในการทำงานของบุคคล และการเพิ่มผลผลิตขององค์กร

1.5 การวัดความผูกพันต่อองค์กร

เครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดคือ เครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment Questionnaire ; OCQ) ซึ่งพัฒนามาโดย พอร์ทเตอร์และคนอื่นๆ (Porter and others. 1974) เป็นแบบวัดความผูกพันต่อองค์กรทางทัศนคติตามแนวความคิดว่าบุคคลจะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร มีความตั้งใจ พร้อมทั้งจะใช้ความพยายามที่มีอยู่ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร และมีความเชื่อพร้อมทั้งยอมรับในคุณค่าและเป้าหมายขององค์กร แบบวัดนี้ประกอบไปด้วยข้อคำถามเชิงประมาณค่า (Likert Scale) 7 ระดับ จาก “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” โดยแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของ พอร์ทเตอร์และคนอื่นๆ มีข้อคำถาม 15 ข้อ

ในการทดสอบแบบวัดความผูกพันต่อองค์กร (OCQ) นี้ มาวเดย์ และคนอื่นๆ (Mowday and others. 1982 : 224 - 227) ได้นำเครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กร (OCQ) ไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจาก 9 องค์กร ซึ่งมีสาขาวิชาชีพหลากหลาย เช่น ข้าราชการ พยาบาล นักบริหาร เลขานุการ นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร ช่างโทรทัศน์ นักบัญชี เสมียน เป็นต้น จำนวน 2,563 คน และได้รายงานระดับความคงเส้นคงวา (Internal Consistency) ของมาตรวัดไว้ คือ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่า จาก .82 ถึง .93 โดยมีมาตรฐานเท่ากับ .90 สำหรับค่าความเชื่อมั่นแบบทดสอบซ้ำ (Test - Retest Reliability) มีค่า r .53 ถึง .75 และจากการศึกษาพบว่าเครื่องมือที่ใช้วัดความผูกพันต่อองค์กรของพอร์ทเตอร์และคนอื่นๆ (Porter and others. 1974) ได้รับความนิยมสูงและเป็นที่ยอมรับของนักวิชาการทั่วไป

นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรของเชลดอน (Sheldon. 1971) ที่สร้างขึ้นใช้กับกลุ่มตัวอย่างนักวิทยาศาสตร์ และวิศวกร โดยนิยามความผูกพันต่อองค์กร เป็นทัศนคติหรือการหล่อหลอมเชื่อมโยงบุคคลให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร เครื่องมือนี้มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเชิงประเมิน 7 ระดับ จำนวน 4 ข้อคำถาม มีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ .89 ซึ่งหากผู้ตอบไปในทางบวก ข้อคำถามจำนวน 2 หรือ 3 ข้อ ให้ถือว่ามีความผูกพันต่อองค์กร สำหรับ บุชาแนน (Buchanan II. 1974) ได้วัดความผูกพันต่อองค์กรจาก 3 องค์ประกอบคือ การยอมรับเป้าหมายขององค์กร (Identification) ได้แก่ การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรเป็นของตนเอง วัดโดยใช้เครื่องมือชื่อ Organizational Identification Scale ของฮอลล์ ชไนเดอร์ และไนเกรน (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 : 15 - 89 ; อ้างอิงจาก Hall, Schneider and Nygren. 1972) การทุ่มเท (Involvement) ได้แก่ การรับกิจกรรมตามบทบาทของตนเข้าไปไว้ในจิตใจ วัดจากเครื่องมือชื่อ Job Involvement Scale ของโลดัล และเคย์เนอร์ (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 ; อ้างอิงจาก Lodahl and Keijner. 1965) ความจงรักภักดี (Loyalty) ได้แก่ ความรู้สึกทางจิตใจที่ต้องการปกป้องคุ้มครององค์กร และมีความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร วัดจากเครื่องมือที่บุชาแนนสร้างขึ้น

ส่วนธอร์นตัน (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 : 15 - 89 ; อ้างอิงจาก Thornton. 1970) ได้สร้างเครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กร เพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ในวิทยาลัย มีลักษณะเป็นแบบประเมิน 6 ระดับ จาก เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ยังไม่ตัดสินใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และไม่ตอบ จำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 7 ข้อ เครื่องมือนี้มีค่าระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ .90 และเครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรอีกอันหนึ่ง ได้แก่ เครื่องมือของคูดและคนอื่นๆ (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 : 15 - 89 ; อ้างอิงจาก Cook and other. 1981) ที่สร้างขึ้นเพื่อวัดความผูกพันต่อองค์กรที่มีนิยามซึ่งประกอบไปด้วย การยอมรับเป้าหมายขององค์กร (Identification) การทุ่มเท (Involvement) ความจงรักภักดี (Loyalty) เครื่องมื่อดังกล่าวประกอบไปด้วยข้อคำถามเชิงประเมินค่า 7 ระดับ จาก “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น .87 และ .80

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับใช้เครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรของ พอร์เตอร์และคนอื่นๆ (Porter and others. 1974) โดยได้นำมาพัฒนาข้อคำถามในด้านต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องกับบริบทในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ แบบสอบถามที่ได้ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ ลักษณะเครื่องมือวัดเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 4 ระดับ จาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” ผู้ที่ตอบได้คะแนนสูงแสดงว่ามีความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าผู้ตอบที่ได้คะแนนต่ำกว่า

1.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

ลิทวิน และสตริงเจอร์ (ลัดดา สัจพันธุ์โรจน์. 2545 ; อ้างอิงจาก Litwin and Stringer. 1968 : 45 - 46) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้บรรยากาศขององค์กรน่าทำงานหรือไม่นั้น การศึกษาพบว่า ความชัดเจนเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน การรับรู้ความท้าทายของงานจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐานในตนเองเดียวกัน การรับรู้ผลของการปฏิบัติงานเท่ากับเป็นการบอกให้พนักงานรู้ถึงความแตกต่างระหว่างงานที่ทำได้กับมาตรฐานที่องค์กรคาดหวังไว้ การรับรู้ตนเองเป็นสิ่งที่กระตุ้นและจูงใจความต้องการประสบความสำเร็จในงานอันจะทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน และนำไปสู่การพัฒนาการเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรได้ในที่สุด

สเตียร์ (ธีระ วีระธรรมสาธิต. 2533 : อ้างอิงจาก Steers. n.d.) ให้ทรรศนะว่าลักษณะของงานจะเป็นสิ่งหนึ่งที่จะบอกถึงประสิทธิผลของงานได้ ทำนองเดียวกันกับความพึงพอใจในงาน เขาสรุปลักษณะของงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรไว้ว่า หมายถึง ความท้าทายของงาน ความหลากหลายของงานที่จะต้องรับผิดชอบ ความมีอิสระในงาน และการได้รับมอบหมายงานที่ชัดเจน จะไม่ทำให้เกิดความขัดแย้งในบทบาทซึ่งตัวแปรต่างๆ เหล่านี้ได้มาจากการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลจำนวน 382 คน และนักวิทยาศาสตร์กับวิศวกรอีก 19 คน และพบว่า ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

ดีคอนิกส์ และสติลเวลล์ (ชัยสิทธิ์ วุฒิพงศ์วรกิจ. 2543 ; อ้างอิงจาก Deconinck & Srilwell. 1996) ได้ทำการศึกษาดังปัจจัยที่จะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในสตรีที่เป็นผู้บริหารฝ่ายการโฆษณา ได้ค้นพบตัวแปรที่ใช้ในการทำนายความผูกพันต่อองค์กรของสตรีได้แก่ ระดับความพึงพอใจในงานที่สูงขึ้น โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและการกระจายความยุติธรรม โดยตัวแปรเหล่านี้นำไปสู่การยกระดับความผูกพันต่อองค์กร หากระดับความรู้ถึงความขัดแย้งและการเลือกปฏิบัติสูงขึ้นจะทำให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรลดลง ความพึงพอใจในงานและโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งเป็นตัวแปรสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงานหญิงสามารถลดการเปลี่ยนงานได้ ส่วนการรับรู้การเลือกปฏิบัติความสำคัญรองลงมาจากความพึงพอใจ

ในงาน ฉะนั้นการรับรู้การเลือกปฏิบัติในระดับสูงขึ้นจึงเป็นสาเหตุให้ความผูกพันต่อองค์กร ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

ไอร์วิง และเมเยอร์ (ดาราพร นิวาตะบุตร. 2546 : 29 ; อ้างอิงจาก Deconinck & Srilwell. 1996) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมมติฐานของการบรรลุความคาดหวัง (Met - Experiences Hypothesis) พบว่า ความคาดหวังของพนักงานที่เข้ามาใหม่มีผลกระทบต่อทัศนคติ และพฤติกรรมในการทำงานเป็นอย่างมาก โดยปัญหาทาง Methodology ที่อยู่ใน การทดสอบส่วนบุคคลของสมมติฐานการบรรลุความคาดหวังช่วยยืนยันผลการศึกษานี้ การศึกษาแนวทางตอบสนองกรรมวิธีได้ด้วยการตรวจสอบสิ่งสนับสนุนการแบ่งแยก และเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงาน ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจเปลี่ยนงาน ในปีแรกของการทำงาน ผลการศึกษา กล่าวว่า องค์กรสามารถเพิ่มทัศนคติและการลดความตั้งใจเปลี่ยนงานของพนักงานได้ โดยเน้นประสบการณ์การทำงานจริงในเชิงบวกมากกว่าการเน้นความคาดหวังของพนักงาน

ชัยสิทธิ์ วุฒิพงศ์วรกิจ (2543 : 41 - 43) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความผูกพันต่อ องค์กรของข้าราชการพยาบาล กรณีศึกษา โรงพยาบาลตากสิน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็น ข้าราชการพยาบาล โรงพยาบาลตากสิน จำนวน 447 คน พบว่า ปัจจัยทั่วไปส่วนบุคคลที่มี อิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร คือ อายุ และเงินเดือน แต่ระดับการศึกษา สถานภาพ สมรส ระดับข้าราชการ นั้นไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนตัวแปรของปัจจัย ด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยส่วนโครงสร้าง ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร คือ โอกาส ในการหางานใหม่ในองค์กรอื่น ระบบการสนับสนุนจากเครือข่าย ความคาดหวังที่จะได้รับ การตอบสนองจากองค์กร การมีส่วนร่วมในการทำงาน ความเป็นอิสระของพนักงาน และโอกาสก้าวหน้าในงาน

ลัดดา สัจพันธ์โรจน์ (2545) ศึกษาเรื่อง บรรยากาศองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร ในทรศนะของพนักงานบริษัท ชีโน - ไทย เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ บริษัท ชีโน - ไทย เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 210 คน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มี เพศ และระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีอายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษาและรายได้ ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และบรรยากาศในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

พรรษสิริ อาสาเสนีย์ (2546) ได้ทำการศึกษาคุนภาพชีวิตการทำงานของวิศวกร บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) พบว่า วิศวกรที่มีตำแหน่งงาน สถานที่ ตั้งของหน่วยงาน ระดับเงินเดือนที่ได้รับ และความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน จะมี คุนภาพชีวิตการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ประวัติและความเป็นมาของบริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน

บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2526 โดยมีหุ้นส่วนใหญ่ 4 คน ได้แก่ คุณ ไพบุลย์ ดำรงชัยธรรม คุณ กิตติศักดิ์ ช่างอรุณ คุณ เรวัต พุฒินันท์ และคุณ บุษบา ดาวเรือง จนบริษัทมั่นคง ในระยะเริ่มแรกของการดำเนินงาน บริษัทจะทำหน้าที่รับผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพลงให้กับบริษัทเพลงต่างๆ และผลิตรายการโทรทัศน์เป็นงานหลัก บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เริ่มผลิตนักร้องและผลงานเพลงของบริษัทเองโดยมีนักร้องคนแรกของบริษัท คือ คุณเรวัต พุฒินันท์ อัลบั้มชุด เต๋อ 1 ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตนักร้องและงานเพลงไทยสากลของบริษัท

ในเวลาต่อมา บริษัทได้เริ่มมีนักร้องในสังกัดเพิ่มขึ้นอีกหลายคน ซึ่งนักร้องและผลงานเพลงแต่เพลงก็สร้างความสำเร็จมาให้กับบริษัท เช่น นันทิดา แก้วบัวสาย หรือ ธงไชย แมคอินไตย์ และอัสนี-วสันต์ เป็นต้นโดยในช่วงนั้น บริษัทมีสื่อเป็นของตนเอง ทั้งโทรทัศน์และวิทยุ แต่จะจัดหน่ายผลงานผ่านบริษัท ออเน้า จำกัด ในปี พ.ศ. 2531 บริษัทจึงได้ขยายธุรกิจและได้เปิดบริษัทจำหน่ายเป็นของตนเอง ชื่อ บริษัท เอ็ม.จี.เอ. จำกัด เพื่อจำหน่ายเทปเพลง และสินค้าอื่นๆ ของบริษัท จึงทำให้บริษัทเป็นธุรกิจเพลงอย่างครบวงจร และในปีเดียวกันนี้บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ยังเริ่มผลิตรายการวิทยุรายการแรก คือ รายการร่มไม้รายทาง

หลังจากนั้น บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ก็ได้บุกเบิกธุรกิจในการบันเทิงอย่างจริงจัง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวของธุรกิจวิทยุในประเทศไทย โดยในขณะนั้น โดยในการผลิตรายการวิทยุหนึ่งรายการ จำเป็นต้องใช้ทั้งเงินทุน, บุคลากร และกลยุทธ์ในรูปแบบเช่นเดียวกับธุรกิจประเภทอื่น ๆ ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จึงได้เร่งพัฒนา และสร้างสรรค์สื่อวิทยุให้มีความทันสมัยพร้อมมอบประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้บริโภค ด้วยความเชื่อมั่นว่า คนทำงานมืออาชีพเท่านั้นที่จะสามารถพัฒนาสื่อวิทยุให้มีศักยภาพในทางธุรกิจได้ ด้วยความมุ่งมั่นและจริงจังต่อการผลิตรายการ ทำให้ปัจจุบันบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตรายการวิทยุของประเทศไทยอีกด้วย

นอกจากนั้น บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ยังได้ขยายธุรกิจบันเทิงทางด้านอื่นๆ อีก เช่น ผลิตภัณฑอาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑเครื่องสำอาง เป็นต้น จนเปลี่ยนมาเป็นบริษัทมหาชน ในปัจจุบันถือว่า บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทธุรกิจเพลงและบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย บริษัทดำเนินธุรกิจบันเทิงในทุกๆ สื่อ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยการดำเนินงานของบริษัทในเครือ ได้แก่

1. กลุ่มธุรกิจเพลง ผลิตนักร้องและผลงานเพลงไทยสากล เป็นหลัก และแนวเพลงอื่น ๆ ประกอบด้วยเพลงลูกทุ่ง เพลงเพื่อชีวิต

2. กลุ่มสายงานธุรกิจจัดจำหน่ายและค้าปลีกดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลงานทุกชนิด เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เป็นต้น

3. กลุ่มธุรกิจโทรทัศน์ ผลิตรายการโทรทัศน์ทุกประเภท เช่น รายการเพลง รายการคอนเสิร์ต รายการละคร รายการเกมโชว์ เป็นต้น

4. กลุ่มธุรกิจวิทยุ ดำเนินการผลิตรายการวิทยุเพื่อความบันเทิง ซึ่งในปัจจุบันบริษัทมีรายการวิทยุทั้งหมด 6 สถานี ได้แก่

4.1	รายการ GREEN WAVE	F.M. 106 MHZ
4.2	รายการ RADIO VOTE SATELLITE	F.M. 93.5 MHZ
4.3	รายการ RADIO NO PROBLEM	F.M. 88.0 MHZ
4.4	รายการ HOT WAVE	F.M. 91.5 MHZ
4.5	รายการ BANGKOK RADIO	F.M. 94.0 MHZ
4.6	รายการ MUSIC BOX	F.M. 94.5 MHZ

5. กลุ่มสิ่งพิมพ์ ได้แก่ นิตยสาร อิมเมจ เป็นต้น

6 กลุ่มธุรกิจอื่นๆ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบันเทิง และธุรกิจการศึกษา

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านลักษณะบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กร

3.1 เจตคติที่ดีต่อองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร คือ เจตคติที่ดีต่อองค์กร ซึ่ง “เจตคติ” มีความหมายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2525 : 235) ว่าหมายถึง เป็นท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนงานตา วณิชทานนท์ (2535 : 215) กล่าวว่า เจตคติ คือ จิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคลเกิดจากการรู้คิดเชิงประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำนองประโยชน์หรือโทษ ทำให้มีความรู้สึกโน้มเอียงไปทางชอบ พอใจมากน้อยต่อสิ่งนั้นๆ หรือกล่าวได้ว่า เจตคติเป็นความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบรวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง ส่วนเกรซ และคณะ (วิชัย เอียดบัว, 2534 : 34 อ้างอิงจาก Krech, Crutchfield and Ballachy. 1962) กล่าวว่า เจตคติ (Attitude) หมายถึง การที่บุคคลประเมินสิ่งหนึ่งสิ่งใดในลักษณะของความหมายชอบหรือไม่ชอบ

เจตคติจะรวมเอาความรู้สึกนึกคิดหรือความเชื่อว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์หรือโทษไว้ด้วย เจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบด้วยกันคือ

- 1) องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) โดยการรับรู้ว่ามีประโยชน์หรือมีโทษเพียงใด
- 2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) ความรู้สึกของบุคคลในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้น
- 3) องค์ประกอบด้านความตั้งใจที่จะกระทำ (Behavioral Intention Component) หรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรู้สึกของตน (Action Tendency Component)

นอกจากองค์ประกอบทั้ง 3 ประการที่เป็นตัวเนื้อหาแล้ว เจตคดียังมีอีก 2 ประการคือ

- 1) มีทิศทาง (Direction) หมายถึง เจตคติของบุคคลมีทิศทางไปในทางบวกหรือลบ ดีหรือเลว พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด
- 2) มีปริมาณ (Magnitude) หมายถึง ความเข้มหรือความรุนแรงของเจตคติ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2523 : 5 - 9)

ดังนั้น จึงควรที่จะวัดเจตคติตามองค์ประกอบ และคะแนน แสดงทิศทางตลอดจน รุนแรงของเจตคติต่อสิ่งหนึ่งๆ ด้วย

จากเอกสารต่างๆ พอจะสรุปได้ว่า เจตคติที่ดีต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อในองค์กรว่า องค์กรได้ตอบสนองต่อความต้องการของตนได้มากน้อยเพียงใด หรือช่วงที่ตนปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรนั้น ตนได้รับประสบการณ์ในทางเป็นคุณหรือโทษอย่างไรบ้าง โดยที่ผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อองค์กร ก็ย่อมจะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เพราะบุคคลจะรู้สึกว่า องค์กรมีการตอบสนองตนเองในเรื่องต่างๆ ทั้งในด้านของความคิด ความรู้สึก และการกระทำของบุคคลได้อย่างเต็มที่ รวมถึงองค์กรยังสร้างความรู้สึกมั่นคงในการทำงานแก่ผู้ปฏิบัติงาน เป็นต้น จากผลงานวิจัยหลายชิ้น ได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติของผู้ปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรไว้ เช่น ฮอลล์ ชไนเดอร์ และไนเกรน (กนิษฐา ตันทพันธ์. 2538 ; อ้างอิงจาก Hall, Schneider and Nygren, 1972 : 176 - 187) ที่ได้ศึกษาระดับเจตคติต่อองค์กรและความสำคัญของเจตคติต่อองค์กรของพนักงานป่าไม้ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งเจตคติต่อองค์กรก็เป็นองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรนั่นเอง เขาทั้งสาม พบว่า อายุการทำงาน ในองค์กรป่าไม้มีความสัมพันธ์กับเจตคติในทางที่ดีต่อองค์กร กล่าวคือ ผู้ที่ทำงานมานานจะมีระดับเจตคติในทางที่ดีต่อองค์กรสูงขึ้น สอดคล้องกับ คอห์นสไตน์ และมาทาลอน (กนิษฐา ตันทพันธ์. 2538 ; อ้างอิงจาก Dorstein and

Matalon. 1989) ที่ได้ศึกษาตัวทำนายความผูกพันต่อองค์กร เฉพาะกรณีทหารอาสาสมัคร ในประเทศอิสราเอล ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน พบว่า เจตคติของกลุ่มต่อองค์กร ความรู้สึกที่ตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร และความพึงพอใจขององค์กร มีความสัมพันธ์ กับความผูกพันต่อองค์กร และสามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 6.5 ในขณะที่งานของ วรูม (Vroom.1964) ที่ศึกษาเจตคติของคณานกับการทำงาน พบว่า เจตคติที่ดีกับ ความสามารถในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันในปริมาณระหว่าง .03 ถึง .68 ส่วน วีระ วีระธรรมสาริต (2533) ศึกษาความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหาร หรือเทียบเท่าของเครือซีเมนต์ไทย พบว่า เจตคติของกลุ่มต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อองค์กรในทุกช่วงอายุ ยกเว้น ผู้บริหารที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี และพบเฉพาะ เพศชาย นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือขององค์กรก็มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร แต่พบเฉพาะเพศชายเท่านั้น

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าเจตคติที่ดีต่อ องค์กรจะมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล ดังนั้นจึงเชื่อได้ว่าเจตคติที่ดี ต่อองค์กรน่าจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

3.2 แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร คือ แรงจูงใจในการ ทำงานโดยทั่วไปแล้วมนุษย์ไม่ได้ทำงานอย่างเต็มความสามารถเสมอไป การจูงใจเพื่อให้ เกิดการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการปฏิบัติงาน ของบุคคล ลักษณะแรงจูงใจของบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จส่วนตัวของเขา ความสำเร็จของกลุ่มของเขาและความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคณะ. 2528) และเมื่อบุคคลประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานของเขา แล้ว เขาก็ย่อมที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรโดยอัตโนมัติ ดังนั้น แรงจูงใจในการทำงาน จึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งที่น่าพึงปรารถนา แมคเคิลแลนดร์ระบุพฤติกรรมของ ผู้ที่มีแรงจูงใจสูงไว้ 6 ลักษณะ ได้แก่ 1) กล้าเสี่ยงพอสมควร (Moderate Risk-Taking) 2) ขยันขันแข็ง (Energetic) 3) รับผิดชอบต่อตนเอง (Individual Responsibility) 4) ต้องการทราบแน่ชัดถึงผลการตัดสินใจของตนเอง (Knowledge of Results of Decision) 5) มีการทำนายหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า (Anticipation of Future Possibilities) 6) มีทักษะในการจัดระบบงาน (Organizational Skills) ส่วนแอทคินสัน และแมคเคิลแลนดร์ (วิชัย เอียดบัว.2534:46) เชื่อว่า แรงจูงใจ (Achievement Motive) เป็นจิตลักษณะที่เกิดขึ้น จากการเรียนรู้ทางสังคมของบุคคลตั้งแต่วัยเริ่มแรกของชีวิต เมื่อบุคคลได้กระทำพฤติกรรม ใดแล้วได้รับผลตอบแทนหรือได้รับความพึงพอใจบุคคลก็จะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก หรือ

กระทำพฤติกรรมที่คล้ายกับพฤติกรรมเดิมนั้น เพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนเช่นเดียวกัน

แรงจูงใจในการทำงาน เป็นความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดในงานให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ดี และแข่งขันกันด้วยมาตรฐานอันดีเยี่ยมหรือทำให้ดีกว่าบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง พยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ เมื่อประสบความสำเร็จก็จะเกิดการเห็นคุณค่า แต่ถ้าประสบความล้มเหลวก็จะเกิดความวิตกกังวล แต่ก็ ไม่ย่อท้อที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก ซึ่งผู้ที่มีแรงจูงใจจะมีลักษณะดังนี้คือ (1) จะต้องมุ่งที่จะกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จมากกว่าที่จะทำเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (2) มักจะทำในสิ่งที่เป็นไปได้และเหมาะสมกับกำลังความสามารถของตน (3) เป็นบุคคลที่คิดว่าทุกสิ่งที่จะกระทำนั้นจะสำเร็จลงไปได้ด้วยความตั้งใจจริงและการทำงานของตนนั้นไม่ได้มีจุดมุ่งหมายที่รางวัลหรือชื่อเสียง แรงจูงใจของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมของบุคคลเมื่อบุคคลได้กระทำ พฤติกรรมใดแล้วได้ผลเป็นที่พึงพอใจ บุคคลนั้น ก็จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ อีกและเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ ความพึงพอใจก็จะสะสมมากขึ้นส่งผลให้บุคคลกระทำพฤติกรรมในลักษณะนั้น ๆ อีก ในทางตรงข้ามถ้าผลการกระทำให้ผลเป็นที่ไม่น่าพึงพอใจ บุคคลก็จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ อีก โดยแรงจูงใจในการทำงานนั้น อาจเกิดจากการที่บุคคลรู้สึกสนุกกับการทำงาน รู้สึกมีส่วนร่วมในงานนั้น ๆ อย่างเต็มที่ (ธงชัย สันติวงษ์. 2537 ; อ้างอิงจาก McClland.1958) นอกจากนี้ สเตียร์ และพอร์ดเตอร์ (Steers and Porter. 1983) ได้สรุปว่า แรงจูงใจเป็นลักษณะส่วนบุคคลอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด(มหาชน) มีความพยายามที่จะพัฒนาตนเองและงานของตนให้ประสบผลสำเร็จโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและความล้มเหลว

ในการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีผู้ศึกษาวิจัยเช่น ประสาท ปัทมวงกูร (2516) บุญรับ ศักดิ์มณี (2532) จากการประมวลผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ทำให้คาดว่าผู้ที่มีแรงจูงใจในการทำงาน น่าจะเป็นผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรด้วย ส่วนงานของ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2533 : 105) พบว่า แรงจูงใจในการทำงานโดยเฉพาะแรงจูงใจในตัวเองพนักงานเองจะมีผลต่อการปฏิบัติงาน ทำให้งานมีประสิทธิภาพสูง ในขณะที่งานวิจัยของ ดุสิต น้าฝน (2529 : 133) ซึ่งศึกษาความยึดมั่นผูกพันต่ออาชีพของนักเรียนนายเรืออากาศ พบว่า การควบคุมโดยองค์กร เกียรติภูมิทหาร การถือปฏิบัติตาม การได้รับการยอมรับนับถือทางสังคม และความพึงพอใจในอาชีพทหารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความยึดมั่นผูกพันต่ออาชีพทหาร แต่แรงจูงใจและอิทธิพลกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญกับความยึดมั่นผูกพันต่ออาชีพทหาร เพอร์ลา (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 : 15 – 45 ; อ้างอิงจาก Perhla.

1986 : 1963 - A) ได้ทำการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กร และการปฏิบัติงานของครูกับกลุ่มตัวอย่างครูโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 181 คน ผลการวิจัยได้ยืนยันว่า ความผูกพันต่อองค์กรของครูซึ่งวัดจากเครื่องมือ OCQ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการปฏิบัติงานของครูสามารถพยากรณ์ได้จากความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนี้ยังได้ยืนยันอีกว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรที่มีคุณค่าในการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดีกว่าตัวแปรแรงจูงใจ ซึ่งแสดงออกโดยการรับรู้ในความต้องการความสำเร็จในวิชาชีพครู

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการทำงานจะมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล ดังนั้นจึงเชื่อได้ว่าแรงจูงใจในการทำงานน่าจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

3.3 การเห็นคุณค่าในตนเองกับความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยที่สำคัญตัวหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร คือ การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self - esteem) จากการศึกษาคำหมายของการเห็นคุณค่าในตนเอง พบว่า มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ ได้แก่

คูเปอร์สมิธ (Coopersmith. 1981) กล่าวว่า "การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นการที่บุคคลรับรู้และประเมินตนเอง แล้วแสดงออกในแง่ของการยอมรับตนเองหรือไม่ยอมรับตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ขอบเขตความเชื่อของบุคคลที่มีต่อตนเอง ในด้านความสามารถ ความสำคัญ ความสำเร็จ และความมีคุณค่าของตนเอง รวมไปถึงการรับรู้จากการประเมินของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง ซึ่งสามารถรับรู้ได้จากคำพูดและท่าทีที่บุคคลนั้นแสดงออก" ส่วน โลว์เซนเบิร์ก (Rosenberg. 1979 : 31) กล่าวถึงการเห็นคุณค่าในตนเองว่า "เป็นการประเมินความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตนเอง ในด้านการยอมรับตนเอง การนับถือตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเองและความเชื่อมั่นในตนเองทั้งทางด้านดีและทางด้านไม่ดี" และ เซส (Sasse. 1978 : 48) ได้ให้ความหมายของการเห็นคุณค่าในตนเองว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลว่ามีความสำคัญและความมีคุณค่าในตนเอง มีความต้องการได้รับความเชื่อถือ การยอมรับนับถือจากผู้อื่นเพื่อที่จะได้เกิดการเห็นคุณค่าและนับถือตนเอง นอกจากนี้ มาสโลว์ (Maslow. 1970 : 45) ได้ให้ทัศนะว่า บุคคลในสังคมทุกคนต้องการการเห็นคุณค่าในตนเองและการเห็นคุณค่าในตนเองนี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) ความต้องการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self - esteem) ต้องการเป็นผู้ประสบความสำเร็จเข้มแข็ง มีความสามารถ และเชื่อมั่นที่จะเผชิญสิ่งต่างๆ ในโลก (2) ความต้องการเห็นคุณค่าจากผู้อื่น (Esteem From Other People) ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับยกย่องให้เกียรติ ต้องการเป็นผู้มีอำนาจเหนือคนอื่น เป็นบุคคลสำคัญเป็นที่ชื่นชมของคนอื่น

แบรนเดน (Branden. 1981 : 15 - 18) กล่าวถึง การเห็นคุณค่าในตนเองว่าเป็น (1) ความเชื่อมั่นในความสามารถของบุคคล ในการเกิดและการเผชิญกับสิ่งท้าทายต่างๆ ในชีวิตได้อย่างเหมาะสม (2) ความเชื่อมั่นในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขความรู้สึกมีชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่าเหมาะสม สามารถใช้สิทธิในการบอกถึงสิ่งที่ต้องการในชีวิตและมีความพยายามในการกระทำให้ชีวิตมีความสุข

การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปรับตัวทางอารมณ์ สังคม และการเรียนรู้ เพราะพื้นฐานของการมองชีวิต ความสามารถทางด้านสังคมและอารมณ์ เกิดจากการเห็นคุณค่าในตนเอง บุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเองสูงจะสามารถเผชิญกับอุปสรรคที่ผ่านเข้ามาในชีวิตได้ สามารถยอมรับเหตุการณ์ที่ทำให้ตนเองรู้สึกผิดหวัง ท้อแท้ ใจ ความเชื่อมั่นในตนเอง มีความหวังและมีความกล้าหาญ จะทำให้เป็นคนที่มีประสิทธิผลสำเร็จ มีความสุข สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขตามที่ตนปรารถนา และบุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเอง รู้ว่าตนเองมีคุณค่า มักจะมีการประเมินตนเองในด้านดี แต่ถ้าบุคคลใดที่มีความรู้สึกว่ามีใครสนใจ ไม่ได้รับการยอมรับหรือทำอะไรแล้วไม่ประสบความสำเร็จ จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกว่าคุณค่า เมื่อเกิดความรู้สึกเช่นนี้ขึ้นก็จะทำให้บุคคลนั้นขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ดังนั้น ความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองที่แตกต่างกันจึงมีผลต่อความรู้สึกหรือความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ความรู้สึกที่บุคคลต้องการได้รับตอบสนองทางจิตใจจากองค์กรจะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง แต่ถ้าบรรยากาศในองค์กรนั้นก่อให้เกิดความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจในตนเอง เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีในตนเอง ก็จะทำให้มีปัญหาทางสุขภาพจิต

การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นความรู้สึกภายในของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการประเมินคุณค่าและความสามารถของตน ถ้าบุคคลใดประเมินค่าของตนเองสูงเกินไปจะทำให้เกิดความรู้สึกหลงตนหรือเห็นแก่ตัว แต่ถ้าบุคคลใดที่มีอคติต่อตนเองก็จะทำให้ปฏิเสธไม่นับถือตนเอง ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในตนเองได้ (McMillan and others. 1995 : 9-11) ดังนั้นการเห็นคุณค่าในตนเองนั้นจึงมีความสำคัญต่อบุคคล โดยบุคคลที่มีความนับถือตนเองต่ำหรือมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อตนเอง ก็เปรียบเสมือนกับเป็นคนที่มีปัญหาทางบุคลิกภาพ เช่นเดียวกับความพิการทางร่างกาย ซึ่งจะทำให้ประสบความล้มเหลวในชีวิตทุก ๆ ด้านได้ การเห็นคุณค่าในตนเองจึงมีความสำคัญต่อคนเราทุก ๆ ช่วงชีวิต นอกจากนี้บรรยากาศในองค์กรหรือการพิจารณาความดีความชอบ หรือการเลื่อนตำแหน่งจะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกองค์กร เนื่องจากการได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ก็เป็นการสนองความต้องการของตนเอง (Self Esteem Needs) (วีรพล พงษ์จักรศักดิ์. 2539 : 38)

การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง ทำให้คนเรามีความเป็นตัวของตัวเองสูง ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ทำให้เป็นคนที่มีความมุ่งมั่น มีความมานะพยายามในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ทำให้เป็นคนที่มีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่นในด้านดี ไม่เหยียบย่ำความรู้สึกของผู้อื่นให้ตกต่ำลง เป็นคนที่มี

บุคลิกลักษณะดี มีสุขภาพจิตดี เป็นคนที่มีเพื่อนมาก ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลใดที่ขาดการเห็นคุณค่าในตนเองก็จะทำให้เป็นคนที่ชอบโยนความผิดของตัวเองไปให้ คนอื่น เป็นคนที่ชอบหาความผิดพลาดของผู้อื่น ต้องการความเอาใจใส่และต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นสูง เป็นคนที่ไม่ค่อยมีเพื่อน โดยเฉพาะเพื่อนสนิท เป็นคนที่ชอบเอาชนะ และตนเองต้องเป็นฝ่ายถูกต้องเสมอ บุคคลประเภทนี้มักจะใช้ทุกวิถีทางและใช้ความรุนแรง เพื่อที่จะทำให้ตนเองชนะ เป็นคนที่ดัดสิ่งเสียดัด เป็นคนที่ซึมเศร้าสิ้นหวังในชีวิต ทำให้เป็นคนเห็นแก่ตัวและมีความต้องการทางวัตถุสูง ขาดการตัดสินใจที่ดี ชอบผลัดวันประกันพรุ่ง เป็นคนที่ชอบฟังฟังผู้อื่นอยู่เสมอ เป็นคนที่ชอบคุยโอ้อวด (เกียรติวรรณ อมาตยกุล. 2540 : 4 - 8)

มีงานวิจัยของ ฮามาเช็ค (Hamachek. 1978 : 180) ได้อ้างถึงงานวิจัยของ ดี (D. Baumrinal) ที่พยายามชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของผู้ใหญ่นั้น มีความสัมพันธ์สูงกับการมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองในวัยเด็ก จากการที่เด็กได้รับความอบอุ่น การดูแลและเอาใจใส่ การสนับสนุนให้กำลังใจ การให้เสรีภาพเด็กในการสำรวจค้นหา ความคาดหวังต่างๆ และรวมถึงการดูแลเรื่องระเบียบวินัยอย่างจริงจัง ส่วนงานวิจัยในประเทศไทยนั้น มีงานวิจัยของ สุนารี เตชะโชควิวัฒน์ (2527 : 60 - 62) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเอง พบว่าการอบรมเลี้ยงดูมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในขณะที่ ปฐมาพร อาสนวิเชียร (2541 : บทคัดย่อ) พบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนแบบเรียนเป็นรายคู่ (Learning Cell) โดยใช้ชุดกิจกรรมคณิตศาสตร์กับนักเรียนที่ได้รับการสอนตามคู่มือครูมีการเห็นคุณค่าในตนเองไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าการเห็นคุณค่าในตนเองน่าจะมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล ดังนั้นจึงเชื่อได้ว่าการเห็นคุณค่าในตนเองน่าจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

3.4 ฝ่ายงานกับความผูกพันต่อองค์กร

ฝ่ายงานเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร โดยฝ่ายงานของพนักงานจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงานด้วยมีความคล่องตัว ยืดหยุ่น เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละบุคคลอย่างไร

นอกจากนี้ฝ่ายงานยังรวมถึงขนาดของฝ่ายงานนั้นๆด้วยว่ามีขนาดใหญ่ เล็ก เหมาะสม มากน้อยเพียงใด เนื่องจากฝ่ายงานที่มีรูปแบบงานที่เหมาะสมแต่ขนาดไม่เหมาะสมก็อาจจะส่งผลให้พนักงานไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างเต็มที่และก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรลดลง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับฝ่ายงานกับความผูกพันต่อองค์กรไว้หลายท่าน เช่น สมศักดิ์ มั่นสวัสดิ์ (2531) พบว่า ผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่มีพฤติกรรมการบริหารงานดีกว่าผู้บริหารในโรงเรียนขนาดกลาง และขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับ ธีรพงษ์ อ๋ยมณี (2532) พบว่า ขนาดของโรงเรียนที่ต่างกันทำให้การปฏิบัติงานแตกต่างกันโดยที่โรงเรียนขนาดใหญ่มีการปฏิบัติงานสูงกว่าโรงเรียนขนาดกลางและเล็ก

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พอจะคาดได้ว่า ฝ่ายงานขององค์กรมีความเกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรด้วยประการหนึ่ง ดังนั้นฝ่ายงานจึงน่าจะเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญและเป็นตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

3.5 อายุกับความผูกพันต่อองค์กร

อายุเป็นสิ่งที่บุคคลคนหนึ่งต้องการจากงานของเขา อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ผลคือ สิ่งที่เกิดขึ้นอาจเป็นสาเหตุให้พฤติกรรมการทำงานของบุคคลนั้นๆเปลี่ยนแปลงไป ด้วย เช่น บุคคลที่มีอายุ 20 ปี โดยปกติมักจะมีความต้องการในด้านการแสวงหาโอกาส มีความทะเยอทะยาน ก้าวร้าว เขาต้องการโอกาสการทำดี บุคคลที่มีช่วงอายุ 30 - 45 ปี จะมีความต้องการในการประสบความสำเร็จ ความมั่นคงทางจิตใจ (Security Mindedness) เกียรติภูมิ (Prestige) ขององค์กรบุคคลที่อยู่ในกลุ่มช่วงอายุ 46 - 55 ปี จะมีความชื่นชมกับผลประโยชน์พิเศษใหม่ๆ ที่ทำให้กับพวกเขา, บางคนต้องการย้ายที่ทำงานใหม่ องค์กรใหม่ หลังจากอายุตั้งแต่ 56 ขึ้นไป จะคิดถึงการสิ้นสุดของงาน อาชีพที่จะมีข้างหน้า และมีความต้องการที่จะทำบางสิ่งบางอย่างก่อนปลดเกษียณ (จุมพล หนิมพานิช. 2537 : 86) และอายุการทำงานทำให้บุคคลมีประสบการณ์ในการทำงานที่ต่างกันจึงมีพฤติกรรมการทำงานที่แตกต่างกัน (พิชญภรณ์ อิงคามระธร. 2532) และทำให้มีความสามารถในการเลือกที่จะปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็วกว่า อายุการทำงานที่มากกว่าจะส่งผลให้มีการปฏิบัติงานได้ดีกว่า (Williams. 1973) นอกจากนี้ บุคคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมักมีพฤติกรรมการทำงานแตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะดำรงตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับสูง จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานสูง และ ผู้ที่อายุมากมีโอกาสในการเลือกงานลดลง จึงมักมีความพึงพอใจในการทำงานสูง และ ไม่ต้องการโยกย้ายงาน (จเร นาคจุ. 2544 : 23)

มีงานวิจัยจำนวนหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงอายุกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานหรือบุคคลต่างๆ ในแวดวงต่างๆ โดยงานวิจัยที่สำคัญๆ ได้แก่ งานวิจัยของ เมททิว และชาเจ็ค (Mathieu and Zajac. 1990) ได้การวิเคราะห์งานวิจัยเรื่องความผูกพันต่อองค์กรโดยใช้วิธีเมต้า พบว่า อายุมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อองค์กร ($r = .21 - .40$) กลิสสัน และ

ดูริก (Glisson and Duric. 1989 : 152 - 156) ได้ทำการวิจัยตัวแปรพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจากองค์การที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสุขภาพชุมชน 22 แห่งที่ประสบปัญหาพนักงานมีขวัญ และกำลังใจต่ำ เบื่อหน่าย ท้อแท้ในการทำงาน อัตราการขาดงานสูง คุณภาพงานต่ำกว่ามาตรฐาน จำนวน 319 คน พบว่า อายุของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร และเมเยอร์และแอลเลน (Meyer and Allen. 1991 : 538 - 551) ได้ศึกษาพบว่า บุคคลที่มีอายุมากจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย ทั้งนี้เนื่องจาก อายุทำให้บุคคลตระหนักว่าทางเลือกในการทำงานของตนลดลง และคนที่มีความอายุมักมีตำแหน่งหน้าที่การงานสูง ทำให้สิ่งที่จะจูงใจให้ลาออกจากงานต้องสูงเพียงพอ ดังนั้นการเคลื่อนไหวในองค์กรจะลดลงเมื่อบุคคลอายุมากขึ้น บุคคลจึงต้องอยู่กับองค์กรมากขึ้น ส่วน ธีระ วีรธรรมสาธิต (2533) ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่าของเครือซีเมนต์ไทย จำนวน 175 คน พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความผูกพันต่อองค์กรในกลุ่มรวม แต่เมื่อแยกวิเคราะห์ตามเพศแล้ว กลับพบว่า อายุและอายุการทำงานสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรเฉพาะเพศชายเท่านั้น และ นภาพิณ โทมาศวิน (2533) ศึกษาในกลุ่มข้าราชการในสังกัดสำนักงานปลัดนายกรัฐมนตรี พบว่า อายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าอายุของบุคคลนั้น มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล จึงเชื่อว่าอายุจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

3.6 เงินเดือนกับความผูกพันต่อองค์กร

การทำงานทุกวันนี้ พนักงานทุกคนต่างมุ่งหวังจะได้รับเงินเดือนเป็นสิ่งตอบแทน ซึ่งความหมายของ เงินเดือน นี้มีนักวิชาการ นักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ที่สำคัญมีดังนี้

นิวส์แมน (กิ่งพร ทองใบ. 2541 : 2 อ้างอิงจาก Newman & Milkovich. 1990) ได้ให้ความหมายว่า เงินเดือน หมายถึง รูปแบบของสิ่งของหรือรางวัลทั้งที่เป็นตัวเงิน บริการที่จับต้องได้ และประโยชน์ที่ลูกจ้างจะได้รับจากการทำงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ในการจ้างงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรหรือหน่วยงานจ่ายให้กับคนงานของตน สำหรับงานที่คนเหล่านั้นทำ ส่วน จินตนา บุญชวน และคณะ (2541 : 6) ได้ให้ความหมายว่า เงินเดือน หมายถึง เงินที่ให้เป็นการตอบแทนในการปฏิบัติงาน โดยจ่ายเป็นรายเดือน มีรูปแบบที่แน่นอนจะเท่ากันหรือเหมือนกัน สำหรับช่วงระยะเวลาการจ่ายแต่ละครั้ง เงินเดือนจะได้ตามตำแหน่งฐานะ เช่นผู้บริหาร นักวิชาชีพ พนักงานประจำ เป็นต้น ในขณะที่ โสณะ ดิยาวี และคณะ (2527 : 176) ได้ให้ความหมายว่า เงินเดือน (Salaries)

หมายถึง ค่าตอบแทนที่จ่ายให้เป็นตัวเงินเหมือนค่าจ้าง แต่จ่ายเหมาให้เป็นรายเดือนหรือรายปี

ซึ่งจากความหมายต่างๆดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า เงินเดือน หมายถึง ค่าตอบแทนในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติหน้าที่ที่ทางบริษัทจ่ายให้เป็นตัวเงินโดยเหมาจ่ายให้แก่พนักงานเป็นรายเดือน ซึ่งมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่ ความสามารถ และผลการปฏิบัติงาน โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งระดับเงินเดือนเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเงินเดือนนั้น ออฟเซลส์ และตันเนตส์ (อาร์ เพชรผุด. 2530 : 251 – 252 ; อ้างอิงจาก Opsahl and Dunnette. 1996) ได้รวบรวมทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับเงินเดือนสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เงินอาจเป็นตัวเสริมแรงทั่วไป (Generalized Conditioned Reinforcer) เงินมักจะเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และบางครั้งเงินก็สามารถตอบสนองความต้องการขั้นสูงด้วย
2. เงินสามารถใช้เป็นเครื่องล่อที่มีเงื่อนไข (Conditioned Incentive) เงินมีความสัมพันธ์กับเครื่องล่ออื่นๆ ที่ไม่ใช่พื้นฐานด้วย เช่น การทำงานเป็นเครื่องล่อที่มีใช้พื้นฐาน
3. เงินเป็นตัวลดความวิตกกังวล (Anxiety Reducer) คนโดยทั่วไปจะรู้สึกวิตกกังวลเมื่อไม่มีเงิน หรือรู้สึกไม่สบายใจเมื่อไม่มีเงินและรู้สึกสบายใจเมื่อมีเงิน
4. เงินเป็นองค์ประกอบของแรงจูงใจ (Hygiene Factor) เงินเป็นปัจจัยที่ไปเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มขึ้น
5. เงินใช้เป็นเครื่องมือ (Instrument) สำหรับให้ได้มาซึ่งความปรารถนาของบุคคล

เงินเดือนมีความสำคัญ เนื่องจากสามารถนำไปใช้ซื้อสินค้าและบริการต่างได้ สามารถใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนทางสังคมได้ สามารถใช้เป็นสัญลักษณ์ของสถานภาพทางสังคม เพราะคนที่มีเงินหรือเก็บสะสมเงินไว้จะใช้จ่ายสำหรับความมีหน้ามีตาหรือเพื่อการกุศลก็ได้ และสามารถใช้เงินเดือนเป็นตัวสัมพันธ์เพื่อเปรียบเทียบสถานะภาพระหว่างพนักงานด้วยกันหรือระหว่างบุคคลอื่นได้ (อาร์ เพชรผุด. 2529 : 251) นอกจากนี้ เงินเดือนยังมีความสำคัญต่อการทำงาน เนื่องจากเงินเดือนเป็นสิ่งตอบแทนที่บุคคลสามารถนำไปแลกกับสิ่งต่างๆที่ตนเองต้องการ รวมถึงการทำให้เกิดโอกาสในการดำรงชีวิตที่เหมาะสมได้ โดยความสำคัญของเงินเดือนนั้นอาจกล่าวได้ว่า เงินเป็นการให้ผลตอบแทนที่จูงใจให้คนปฏิบัติงาน ซึ่งผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินมีความสัมพันธ์โดยตรงกับผลการทำงาน และ เงินเดือนยังเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ โดยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้บุคคลรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจในรายได้ที่ได้รับ และมีความสุขหรือไม่มีความสุขจากการการทำงานด้วย (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2533)

เงินเดือนมีความสำคัญต่อพนักงานในการเป็นสิ่งจูงใจเบื้องต้นให้ปฏิบัติงานและพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อให้ตนเองมีอำนาจซื้อ มีมาตรฐานในการดำรงชีพ เกิดความรู้สึกมั่นคง และยังแสดงออกถึงฐานะทางสังคมได้

นอกจากนี้เงินเดือนยังมีความสำคัญต่อองค์กร เนื่องจากเงินเดือนที่องค์กรจ่ายให้พนักงานเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนของต้นทุนการผลิตหรือการขายของกิจการ การที่กิจการสามารถแข่งขันกับกิจการอื่นๆ ได้จะต้องมีการควบคุมต้นทุนแรงงานให้มีอัตราส่วนที่เหมาะสมกับผลผลิต ซึ่งองค์กรสมควรที่จะต้องกำหนดเงินเดือนให้มีความเหมาะสมเพื่อให้พนักงานมีความพอใจในการทำงานและผลตอบแทนที่ได้รับ

และเงินเดือนยังมีความสำคัญต่อประเทศโดยรวม โดยในทางเศรษฐกิจนั้น เงินเดือนอาจจะมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากเงินเดือนจัดเป็นต้นทุนของกิจการ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอัตราเงินเดือนจะมีผลกระทบทำให้ต้นทุนของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นและต่อเนื่องไปถึงระดับสินค้าโดยทั่วไป ถ้าอัตราค่าตอบแทนเพิ่มสูงมากกว่าการเพิ่มของผลผลิตของพนักงานแล้วจะทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อได้

ส่วนในทางสังคมและการเมืองนั้น เงินเดือนจะส่งผลกระทบต่อระบบสังคมและการเมืองของประเทศเนื่องจากเงินเดือนที่พนักงานได้รับจะก่อให้เกิดอำนาจการซื้อ โดยพนักงานสามารถนำเงินเดือนที่ได้รับมาใช้จ่ายใช้สอยเพื่อสนองความต้องการของตน และทำให้มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น แต่ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอาจจะทำให้เกิดปัญหาว่างงาน การเลิกจ้าง ทำให้พนักงานไม่มีเงินเดือน รายได้ที่เพียงพอต่อการครองชีพซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการเรียกร้องและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและทางกฎหมายได้

มีผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ เงินเดือน ค่าตอบแทน และความผูกพันต่อองค์กร ไว้หลายท่าน ดังเช่นผลการวิจัยของ ฮอยเยิล (Hoyle. 1990 : 1519 - A) ได้ศึกษาพบว่า เงินเดือนสามารถทำนายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรได้ถึงร้อยละ 23 แสดงให้เห็นว่าสถาบันที่ให้เงินเดือนสูงกว่าจะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาง (Chang. 1991 : 3281 - A) และกรูบ (Grube. 1991 : 4190 - A) ได้ศึกษาพบว่า เงินเดือนเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญและสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ ส่วนการศึกษาในประเทศไทยมีการศึกษาของ อนันต์ชัย คงจันทร์ (2529) ที่ได้ศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีเงินเดือนต่ำและเงินเดือนปานกลาง มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าบุคลากรที่มีเงินเดือนสูง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่า เงินเดือน จะมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล ดังนั้นจึงเชื่อได้ว่า เงินเดือน น่าจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

3.7 ระยะเวลาที่ทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

ระยะเวลาที่ทำงานที่บุคคลปฏิบัติงานอยู่ในองค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่พบว่า มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยที่ยิ่งบุคคลปฏิบัติงานในองค์กรเป็นระยะเวลานานเท่าใด มักจะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงขึ้นเท่านั้น เนื่องจากระยะเวลาที่ทำงานหรือประสบการณ์ในการทำงานนี้ย่อมเป็นพื้นฐานในการสร้างความผูกพันให้กับบุคคลต่อองค์กรนั้นๆ โดยที่ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรนั้นจะเป็นระยะเวลาที่บุคคลได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ เกี่ยวกับงาน เกี่ยวกับองค์กร และเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งยังเป็นระยะเวลาที่บุคคลได้สร้างผลงาน พัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพ และสัมฤทธิ์ผล รวมถึงอาจจะยังมีการสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคลากรในที่ทำงาน การสร้างความสัมพันธ์กับงานที่ได้รับมอบหมาย

ดังนั้น บุคคลที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานเป็นเวลานานจะมีแนวโน้มที่จะเข้าใจในหลักการดำเนินงานที่ตนเองรับผิดชอบ ดูแล ได้เป็นอย่างดี และยังสามารถเข้าใจบุคลากรในองค์กรทั้งหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานว่ามีความชอบความต้องการที่เหมือนหรือแตกต่างจากตนเองอย่างไรบ้าง และยังเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรที่ตนทำงานอยู่ได้เป็นอย่างดีว่าในองค์กรที่ตนปฏิบัติงานนั้นมีวัฒนธรรมองค์กรเป็นอย่างไร ซึ่งบุคคลก็สามารถผ่านขั้นตอนของการปรับตัวมาได้ระยะเวลาหนึ่งแล้ว จึงอาจจะกล่าวได้ว่าระยะเวลาในการปฏิบัติงานเป็นเสมือนการลงทุนอย่างหนึ่งที่มีคุณค่าของบุคคล นั่นคือ การที่บุคคลจะต้องเสียช่วงเวลาในการเรียนรู้ พัฒนาผลงาน ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงตนเองให้เข้าวัฒนธรรมขององค์กรให้ได้ บุคคลที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลายาวนาน จึงมีความต้องการที่จะอยู่ในองค์กร เพื่อรับผลประโยชน์จากการลงทุนนั้นให้คุ้มค่ามากที่สุด

มีผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ระยะเวลาที่ทำงานจะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ไว้หลายท่าน ดังเช่นผลการวิจัยของ เชลดอน (Sheldon. 1971 : 149) พบว่า บุคคลยิ่งทำงานในองค์กรนานเท่าใด จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรเป็นปัจจัยที่ค่าในตัวเองและเป็นเสมือนการลงทุนอย่างหนึ่ง ยิ่งสมาชิกมีระยะเวลาในการทำงานในองค์กรมากเท่าใด ยิ่งเป็นการสั่งสมสิ่งจูงใจในการทำงานที่บุคคลได้รับรางวัลองค์กร เช่น บำนาญ และสวัสดิการด้านอื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ผลการวิจัยอีกส่วนหนึ่งยังพบว่า ระยะเวลาที่ทำงานในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร (Mowday and others. 1982 ; Meyer and Allen. 1989 ; Mathieu and Zajac. 1990)

ชินชม เจริญยุทธและคนอื่นๆ (2532) ที่ได้ศึกษา พบว่า พยาบาลที่มีระยะเวลาทำงาน ระหว่าง 1 – 5 ปี มีความต้องการลาออกสูงกว่าพยาบาลที่มีระยะเวลาทำงาน 6 – 10 ปี ผลการศึกษาของ ชฎาภา ประเสริฐทรง (2541) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ พบว่า ระยะเวลาการทำงานในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาของ จเร นาคว (2544) ที่ได้ทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนของตำรวจตระเวนชายแดนส่วนกลางจำนวน 300 คน พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานด้านลักษณะงานที่รับผิดชอบเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความผูกพันต่อกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนส่วนกลาง รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจในสัมพันธภาพระหว่างตำรวจตระเวนชายแดนกับผู้ใต้บังคับบัญชา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในสัมพันธภาพระหว่างตำรวจตระเวนชายแดนกับผู้ร่วมงาน

ในขณะที่ผลการศึกษาของ บัญชา นิ่มประเสริฐ (2542) ที่ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และพบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 5 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อ การยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร สูงกว่าบุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบุคลากรที่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงมีความผูกพันต่อองค์กร สูงกว่าบุคลากรที่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำ

กรกฎ พลพานิช (2540) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบังคับบัญชาและพนักงานวิชาชีพ การตลาด บริษัทปูนซีเมนต์ไทย พบว่า พนักงานที่มีอายุ การศึกษา สถานภาพสมรส และอายุงานในองค์กรแตกต่างกันมีความผูกพันต่อ องค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าระยะเวลาที่ทำงาน จะมีความสัมพันธ์ต่อ ความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล ดังนั้นจึงเชื่อได้ว่าระยะเวลาที่ทำงาน น่าจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร

4.1 ความหมายของบรรยากาศในองค์กร

ในการศึกษาบรรยากาศในองค์กรนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะบรรยากาศที่ดีในองค์กรนั้นจะสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานรวมทั้งสามารถก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้ โดยสิ่งแวดล้อมในที่ทำงานของพนักงานในองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติงานขององค์กร ดังที่ พอร์เตอร์และสเตียร์ (Porter and Steer. 1983 : 364) กล่าวว่า สภาพแวดล้อม เป็นตัวแปรสำคัญการศึกษาองค์กรของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร ทำให้มีผู้สนใจศึกษาเรื่อง สิ่งแวดล้อมหรือบรรยากาศในที่ทำงานหลายท่าน และได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ฟอร์แฮนด์ และกิลเมอร์ (สมยศ นาวิการ. 2536 : 298 ; อ้างอิงจาก Forehand and Gilmer. n.d.) ให้ความหมายของบรรยากาศในองค์กรไว้ว่า เป็นกลุ่มคุณลักษณะที่ทำให้องค์กรนั้นแตกต่างจากองค์กรอื่น และลักษณะขององค์กรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร ส่วน เดสส์เลอร์ (ลัดดา สัจพันธุ์โรจน์. 2545 : 16 ; อ้างอิงจาก Dessler. 1976 : 417) ให้ความหมายของบรรยากาศในองค์กรว่า หมายถึง ความเข้าใจหรือการรับรู้ที่บุคคลมีต่อประเภทขององค์กรที่เขา กำลังทำงานอยู่ และความรู้สึกของเขาที่มีต่อองค์กร ในแง่ของความเป็นตัวของตัวเอง การเปิดโอกาส โครงสร้าง การให้ผลตอบแทน ความเอาใจใส่ ความอบอุ่น และการให้การสนับสนุน ในขณะที่ สเตียร์ (กนกพร วรรณะกุล. 2542 : 12 ; อ้างอิงจาก Steers n.d.) ให้ความหมายบรรยากาศในองค์กรไว้ว่า หมายถึง ลักษณะของสภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์กร และมีผลต่อพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร และเป็นสิ่งที่บุคคลรับรู้ (Perceive) ว่าองค์กรของตนเองนั้นมีลักษณะอย่างไร ถึงแม้ว่า ผู้บริหารจะได้พยายามให้ความเอาใจใส่ต่อพนักงาน (Employee - Centered) แต่ถ้าพนักงานรับรู้ว่าบรรยากาศองค์กรเป็นแบบเผด็จการ พฤติกรรมของพวกเขาก็จะตอบสนองต่อบรรยากาศแบบเผด็จการ (Authoritarian)

ส่วนในประเทศไทยนั้น สมยศ นาวิการ (2536 : 192) กล่าวถึงบรรยากาศองค์กรว่าเป็นกลุ่มลักษณะของสภาพแวดล้อมของงานของพนักงานที่รับรู้ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม และบรรยากาศองค์กรเป็นแรงกดดันที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของพวกเขา นอกจากนี้ วัลย์ลีกา สวัสดิ์นฤเดช (2539 : 8) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิต และไม่มีชีวิต ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่มองเห็นได้ และไม่สามารถมองเห็นได้อันจะส่งผลกระทบต่อการทำงาน หรือเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานให้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานได้ สิ่งแวดล้อมในที่ทำงานเป็นบรรยากาศในการปฏิบัติงานที่เอื้อต่อการทำงานของบุคลากร เพื่อให้งานดำเนินไปได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ ได้แก่ สถานที่ทำงาน วัสดุอุปกรณ์ในที่ทำงาน และสัมพันธภาพระหว่างบุคคลต่าง ๆ ในที่ทำงาน รวมทั้งการมีความรู้สึกว่าองค์กรมีความยุติธรรม มีโอกาสก้าวหน้าได้ ซึ่งหากบุคลากรมีความรู้สึกที่ดี มีความพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมในที่ทำงานย่อมจะส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรด้วย

และบรรยากาศขององค์กร ยังหมายถึง กลุ่มหรือคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมของงานที่บุคคลปฏิบัติงานอยู่ ภายในสภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้บุคคลที่ปฏิบัติงานหรือพนักงานสามารถรับรู้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยบรรยากาศดังกล่าวจะเป็นแรงกดดันที่สำคัญที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร หรืออีกนัยหนึ่งบรรยากาศในองค์กร จะหมายถึง เจตคติ ค่านิยม ปทัสถาน และความรู้สึกของคนทำงานในองค์กรที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้จากผลของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในโครงสร้างขององค์กร และมีผลกระทบต่อบุคคลในองค์กร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2540 : 541)

จากความหมายของบรรยากาศในองค์กรตามที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ พอจะสรุปได้ว่า บรรยากาศในองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ทั้งในด้านสถานที่ทำงาน วัสดุอุปกรณ์ ความเป็นธรรมของหัวหน้างาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รวมทั้งการได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

4.2 ความสำคัญของบรรยากาศในองค์กร

ในด้านความสำคัญของบรรยากาศในองค์กรนั้น มีผู้ที่ได้ศึกษาถึงความสำคัญในองค์กรไว้หลายท่าน ได้แก่ บราวน์ และโมเบอร์ก (จเร นาจจุ. 2544 ; อ้างอิงจาก Brown and Moberg. 1980 : 367) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมในองค์กรมีอิทธิพลต่อสมาชิกในองค์กร เพราะจะช่วยวางรูปแบบความคาดหวังของสมาชิกในองค์กร ต่อองค์ประกอบต่างๆ ขององค์กรที่จะช่วยกระตุ้นให้มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และความพอใจที่จะอยู่ในองค์กร ส่วนในประเทศไทยนั้น วลัยลิกา สวัสดิ์นฤเดช (2539 : 8) สรุปไว้ว่า สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมในการทำงาน กล่าวคือ หากผู้ปฏิบัติงานพอใจในสภาพแวดล้อมของหน่วยงานที่ตนทำงานอยู่แล้วเขาจะรู้สึกพอใจที่จะทำงานนั้นอย่างเต็มความสามารถจนทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในที่สุด

และเพื่อให้การศึกษารั้ครั้งนี้สามารถอธิบายบรรยากาศในองค์กรที่จะสามารถอธิบายถึงความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างชัดเจน จึงจะทำการศึกษาบรรยากาศในการทำงานทั้งในด้านสถานที่ทำงาน วัสดุอุปกรณ์ ความเป็นธรรมของหัวหน้างาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รวมทั้ง การได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศในองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศในองค์กร มีมาตั้งแต่ยุคการจัดการทางวิทยาศาสตร์เป็น วรรณะการจัดการโดยใช้หลักเหตุผลและวิทยาศาสตร์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของบุคลากร ตามแนวคิดของ เทย์เลอร์ (ลัดดา สัจพັນโรจน์. 2545 ; อ้างอิงจาก Tayler. n.d) โดย ยุค ดังกล่าวให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาระบบขององค์กร การแบ่งงานกันทำ ความร่วมมือกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน การจัดโครงสร้างองค์กร ซึ่งแนวคิดนี้ก่อให้เกิดบรรยากาศในองค์กรขึ้น โดยบรรยากาศองค์กรมีความสำคัญต่อผู้บริหารและบุคคลอื่น ในลักษณะ 3 ประการ ได้แก่ บรรยากาศในองค์กรบางอย่างทำให้ผลการปฏิบัติงานของพวกเขา อย่างใดอย่างหนึ่งดีกว่าบรรยากาศอื่น ผู้บริหารมีอิทธิพลต่อบรรยากาศในองค์กร ของพวกเขา หรือโดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนงานของพวกเขาเองภายในองค์กร และ ความเหมาะสมระหว่างบุคคลและองค์กรมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามความพอใจ ของบุคคลในองค์กร (สมยศ นาวิการ. 2536 :330)

ในปี 1963 ฮัลปีน และครอฟท์ (กนกพร วรมานะกุล. 2542 : 14 อ้างอิงจาก Halpin and Croft. n.d.) ได้สร้างเครื่องมือสำหรับวัดบรรยากาศในองค์กรที่มีชื่อว่า OCDQ (Organizational Climate Description Questionnaire) ซึ่งได้จากการศึกษา พอจะสรุปได้ ว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กรมี 8 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การพิจารณา การจัดการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล
2. การเน้นสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ทำงาน
3. ความรู้สึกและอารมณ์ที่แสดงออกมาแตกต่างกันมากระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง
4. การรับรู้ถึงความพึงพอใจของมนุษย์
5. สัมพันธภาพภายในองค์กร
6. แรงจูงใจในการทำงาน
7. การแสดงออกของอารมณ์
8. ความทุ่มเทต่องาน

จากปัจจัย 8 ประการดังกล่าวนี้ ได้ชี้ให้เห็นว่า บรรยากาศในองค์กรที่ประกอบ ไปด้วยองค์ประกอบด้านที่เป็นความกดดันของผู้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ความคาดหวังรูปแบบการจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงาน ลักษณะงานที่ทำ สิ่งอำนวยความสะดวก ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน และวัฒนธรรมองค์กร จะมีผลทำให้ บรรยากาศในองค์กรแตกต่างกันไป รวมทั้งมีผลกระทบต่อการรับรู้ความรู้สึกและเจตคติของ บุคลากรในองค์กรได้

4.4 องค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กร

องค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กรนั้นได้มีผู้ที่ศึกษาและรวบรวมองค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กรไว้ในรูปของมิติ โดย เฟรนส์ และคณะ (ลัดดา สัจพันธุ์โรจน์. 2545 : 19 – 20 ; อ้างอิงจาก French and other. 1985 : 532 - 533) ได้สรุปองค์ประกอบของบรรยากาศในองค์กรเป็นมิติซึ่งแบ่งเป็น 8 มิติ ได้แก่

1. มิติทางโครงสร้างขององค์กร (Structure) หมายถึง การรับรู้ของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนการดำเนินงาน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรนั้นๆ
2. มิติทางความรับผิดชอบส่วนบุคคล (Individual Responsibility) หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบ ความเข้าใจ และการตัดสินใจในงานที่ตนปฏิบัติ
3. มิติการให้รางวัล และการลงโทษ (Reward and Punishment) หมายถึง การรับรู้ทางด้านการให้รางวัล และการถูกลงโทษภายใต้สถานการณ์ของการทำงาน โดยการให้รางวัลนั้นจะได้ผลดีกว่าการลงโทษ เนื่องจากรางวัลจะเป็นสิ่งกระตุ้นทางด้านความสำเร็จในการทำงาน และความผูกพัน ลดความหวาดกลัว และความล้มเหลวในการทำงานได้
4. มิติทางความอบอุ่น และการสนับสนุน (Warmth and Support) หมายถึง การรับรู้ถึงสัมพันธภาพภายในองค์กร และรับรู้ถึงการให้ความสำคัญทางด้านการส่งเสริม และช่วยเหลือในการปฏิบัติงานทั้งจากผู้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงาน
5. มิติทางความเสี่ยง และการยอมรับความเสี่ยง (Risk and Risk Taking) หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และความท้าทายในงาน
6. มิติความขัดแย้ง และการยินยอมให้มีการขัดแย้ง (Conflict and Tolerance for Conflict) หมายถึง การรับรู้ถึงความแตกต่างของผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา ของผู้ที่ปฏิบัติงาน โดยในมิตินี้จะเน้นการแก้ปัญหามากกว่าการเพิกเฉย ไม่เอาใจใส่
7. มิติมาตรฐานการปฏิบัติงาน และความคาดหวัง (Performance Standards and Expectations) หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญ และมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ได้กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน
8. มิติทางความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการจงรักภักดีต่อกลุ่ม (Organizational Identity and Group Loyalty) หมายถึง การรับรู้ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การรับรู้ถึงความเป็นมิตร ความอบอุ่น และการสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ส่วน แคมเบล และปีทตี (ลัดดา สัจพันธุ์โรจน์. 2545 : 20 –21 : อ้างอิงจาก Cambell and Beaty. 1971) ได้เสนอมิติของบรรยากาศในองค์กรไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. โครงสร้างของงาน (Task Structure) หมายถึง ความมากน้อยของวิธีการ (Methods) ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
2. ความสัมพันธ์ระหว่างการให้รางวัลและการลงโทษ (Reward – Punishment Relationship) หมายถึง ความมากน้อยในการให้รางวัล เช่น การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลงานและความดีความชอบ แทนที่จะพิจารณาจากความอาวุโส หรือความชอบพออื่นๆ
3. การรวมอำนาจการตัดสินใจ (Decision Centralization) หมายถึง ความมากน้อยของการส่งมอบอำนาจการตัดสินใจไว้กับผู้บริหารระดับสูง
4. การเน้นการบรรลุเป้าหมาย (Achievement Emphasis) หมายถึง ความปรารถนาของคนในองค์กรที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร
5. การให้ความสำคัญของการอบรมพัฒนา (Training and Development Emphasis) หมายถึง ความมากน้อยของการสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาที่เหมาะสม
6. ความมั่นคงและความเสี่ยง (Security and Risk) หมายถึง ความมากน้อยของการที่บุคลากรในองค์กรพยายามหาหนทางในการปฏิบัติงานให้มีความมั่นคง แทนที่จะปฏิบัติงานด้วยความไม่มั่นใจในงาน
7. การเปิดเผย และการป้องกันตนเอง (Openness and Defensiveness) หมายถึง ความมากน้อยของการที่บุคลากรในองค์กรพยายามปกปิดความผิด แทนที่จะติดต่อคบหากันอย่างเปิดเผยและร่วมมือร่วมใจกัน
8. สถานภาพและขวัญ (Status and Morale) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรในองค์กรว่าเป็นองค์กรที่ดี และเหมาะสมที่เขาจะทำงานด้วย
9. การยอมรับ และการส่งกลับข้อมูล (Recognition and Feedback) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่ามีผู้บังคับบัญชาคิดอย่างไรต่อการปฏิบัติงานของเขา และการได้รับการสนับสนุนหรือคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชา
10. ความสามารถและความคล่องตัวขององค์กร (General Organizational Competence and Flexibility) หมายถึง ความมากน้อยของการที่องค์กรรับรู้เป้าหมายขององค์กรคืออะไร และการทำตามเป้าหมายนั้นอย่างมีความคล่องตัว รวมถึงการคาดคะเนปัญหา พัฒนาทักษะและวิธีการใหม่ๆ ให้ผู้ปฏิบัติงานทราบก่อนที่จะปัญหาจะกลายเป็นวิกฤตการณ์

4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศในองค์กร

เซง (จเร นาคจุ. 2544 ; อ้างอิงจาก Cheng. 1990 : 3424 - A) ที่ได้ทำการศึกษาพบว่า สิ่งแวดล้อมขององค์กรส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในฮ่องกง

จอร์ทอฟ (Fjortoft. 1993 : 26) ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่เป็นตัวทำนายความผูกพันต่อคณะในมหาวิทยาลัยของรัฐอิลลินอยส์ ผลการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานสามารถทำนายความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ไดคาปรีโอ (กฤษณ์ เทียนสุวรรณ. 2546 ; อ้างอิงจาก Dicaprio. 1974 : 3334 A) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศในโรงเรียนกับความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนมัธยมที่ตั้งอยู่ในเมืองและนอกเมือง" พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ สถานที่ตั้งโรงเรียนคือ ในเมืองและนอกเมือง ไม่ทำให้บรรยากาศในโรงเรียน รวมทั้งระดับความพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนมัธยมดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อายุ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกันในเรื่องสถานภาพทางสังคม นโยบายและการปฏิบัติงานในโรงเรียน การควบคุมงาน ความมั่นคงในการทำงาน นอกจากนี้ มิติต้านความสัมพันธ์ภาพของบรรยากาศในโรงเรียนระหว่างครูในโรงเรียน ในเมืองและนอกเมืองมีความแตกต่างกัน

ลิทวิน และสตริงเจอร์ (ลัดดา ลักพันธุ์โรจน์. 2545 : 21 ; อ้างอิงจาก Litwin and Stringer. 1968 : 148 - 149) ที่ได้ทำการศึกษابรรยากาศในองค์กรของหญิงที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าในแผนกบริการขององค์กรเพื่อสาธารณะประโยชน์ จำนวน 19 คน โดยใช้แบบสอบถามบรรยากาศในองค์กร IOCC (Improved Organizational Climate Questionnaire) จากการศึกษาพบว่า บรรยากาศในองค์กรซึ่งรับรู้โดยหญิงบริการเหล่านี้ ได้แก่ ด้านมิติโครงสร้างในองค์กรอยู่ในระดับสูงมาก และมีสภาพการณ์ของการบีบบังคับในองค์กร ด้านมิติความรับผิดชอบและมิติความเสียภัยอยู่ในระดับต่ำมาก แต่มีมิติมาตรฐานการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง ด้านมิติการสนับสนุนและมิติความขัดแย้งอยู่ในระดับต่ำ และด้านมิติความอบอุ่นและมิติความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอยู่ในระดับต่ำเช่นกัน นอกจากนี้ ผลจากการวิจัยยังได้แสดงให้เห็นว่า บรรยากาศในการทำงานตามการรับรู้ของหญิงบริการเหล่านี้ เป็นบรรยากาศที่เยือกเย็นและไม่เป็นมิตร เนื่องจากการไม่เปิดโอกาสให้มีการพัฒนากลุ่มทำงาน และไม่มีมีความการพัฒนาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการทำงานด้วย

อังคณา โกสิยส์วัสดี (2534 : 86) ศึกษาความผูกพันกับสถาบันและความพอใจในงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการศึกษาพบว่า อาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันกับสถาบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชินนทร์ เกตขำ (2532 : 143 – 146) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของครู อาจารย์เกี่ยวกับวิธีการที่ใช้จูงใจครูอาจารย์ของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตการศึกษา 9 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานสอน จำนวน 621 คน พบว่าผู้บริหารใช้วิธีการจูงใจครูอาจารย์ในด้านจิตสายการบังคับบัญชา ด้านการมอบหมายงาน การปกครองบังคับบัญชา การสร้างมนุษยสัมพันธ์กับครูอาจารย์ การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานอยู่ในระดับมาก ส่วนการจูงใจ ในด้านการให้มีส่วนร่วมในงาน การสนับสนุนให้ก้าวหน้า การพิจารณาความดีความชอบ การจัดสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล การให้การยกย่องชมเชย และด้านการให้การยอมรับนับถือ อยู่ในระดับน้อย สำหรับความคิดเห็นของครูอาจารย์ระหว่างโรงเรียนทั้ง 3 ขนาด ในทุกด้านรวมกันพบว่า มีความเห็นไม่แตกต่างกัน

โสภณ สุตสวาท (กฤษณ์ เทียนสุวรรณ. 2546 : 34 อ้างอิงจาก Sudsawad. 1980 : 946 - A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ใช้วัดความพึงพอใจในงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยของประเทศไทย 2 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยนำทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบอร์ก มาใช้ ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจ ในปัจจัยด้านนโยบาย และการบริหารงาน และเงินเดือน ส่วนปัจจัยที่ไม่พึงพอใจ ได้แก่ ความสำเร็จในงาน ความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ การบังคับบัญชา ลักษณะของงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีของเฮิร์ชเบอร์กแล้วปรากฏว่า การวิจัยครั้งนี้สนับสนุนทฤษฎีดังกล่าว แต่มีส่วนเบี่ยงเบนบ้าง เนื่องจากมีความแตกต่างกันในเรื่องวัฒนธรรมและอาชีพ

ร.ต.อ. หญิง สุนทรี ตรีอำนรรค (2541) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง บรรยากาศองค์การของโรงพยาบาลตำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้บรรยากาศองค์การของข้าราชการโรงพยาบาลตำรวจ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้บรรยากาศองค์การอยู่ในระดับปานกลาง และตัวแปรที่มีผลต่อการรับรู้บรรยากาศองค์การ ได้แก่ อายุ ระดับชั้นยศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ระดับเงินเดือน และแผนกที่ปฏิบัติงาน

ดังนั้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าบรรยากาศในองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคคล จึงเชื่อได้ว่าบรรยากาศในองค์กรน่าจะมีการมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

จากทฤษฎีและการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของภายในประเทศและต่างประเทศ พบว่า ตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ประกอบด้วย ฝายงาน อายุ ระยะเวลาการทำงาน เงินเดือน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง ส่วนตัวแปรด้าน สภาพแวดล้อม ประกอบด้วย บรรยากาศในองค์กร น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ไม่มากนัก ซึ่งผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้ตัวแปรต่างๆดังกล่าวข้างต้น เป็นตัวแปรที่จะศึกษาความเกี่ยวข้องกับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ในครั้งนี้ มีการสร้างแบบสอบถามสำหรับเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลในการวิจัย มีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างและเลือกตัวอย่างจากประชากร แล้วให้ กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามภายใต้คำแนะนำของผู้วิจัยเอง หลังจากนั้น นำคะแนนไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ ในส่วนนี้จะกล่าวถึงลักษณะกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง การสร้างแบบสอบถามต่างๆและการดำเนินการเก็บข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำนวน 435 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ในแผนกต่างๆทุกแผนกของบริษัท จำนวน 200 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยมีรายละเอียดในการคัดเลือก ดังนี้

1. คัดเลือกพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 1 ปี ในทุกๆแผนกของบริษัทฯ ไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. สุ่มพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ในทุกๆแผนกที่ได้จากข้อหนึ่งด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายมา จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในงานวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร

วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร

แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรจะมีข้อคำถามที่สอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) วัดโดยใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยได้ปรับใช้เครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรของพอร์เตอร์และคนอื่นๆ (Porter and others. 1974) โดยนำมาพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับบริบทในการศึกษา ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ ลักษณะเครื่องมือวัดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ จาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด”

แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

- 1 ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย
- 2 ด้านค่านิยม
- 3 ด้านวิสัยทัศน์

ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม จะทำโดยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรที่ปรับใช้เครื่องมือวัดความผูกพันต่อองค์กรของพอร์เตอร์และคนอื่นๆ (Porter and others. 1974) ให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์ ตรวจสอบความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา

และภาษาที่ใช้ในข้อคำถามให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้จริง

ในการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรที่ปรับปรุงแล้วจำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วยด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายจำนวน 6 ข้อ ด้านค่านิยมจำนวน 5 ข้อ ด้านวิสัยทัศน์จำนวน 4 ข้อ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงาน GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยวิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation Coefficient) พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .30 - .73

นอกจากนี้ในการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .87

ตัวอย่างข้อคำถามความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

(0) ฉันไม่เคยคิดเปลี่ยนงานไปทำที่อื่น

จริงที่สุด	จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
------------	------	---------	---------------

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในข้อคำถามทางบวก ดังนี้

“จริงที่สุด”	ให้คะแนน	4	คะแนน
“จริง”	ให้คะแนน	3	คะแนน
“ไม่จริง”	ให้คะแนน	2	คะแนน
“ไม่จริงที่สุด”	ให้คะแนน	1	คะแนน

ส่วนในข้อคำถามทางลบ จะให้คะแนนในทิศทางตรงข้าม

และมีเกณฑ์การแปลความหมายของความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.00	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	2.01 – 3.00	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.00	ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล

แบบสอบถามนี้ถามเกี่ยวกับตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ประกอบด้วย ฝ่ายงาน อายุ เงินเดือน และระยะเวลาการทำงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง โดยข้อคำถามด้านเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเองนั้นมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Question) แบบ Likert Scale แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร วารสาร และ งานวิจัยต่างๆ ลักษณะเครื่องมือวัดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ จาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด”

แบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- 1 คำถามด้านลักษณะบุคคล ประกอบด้วย ฝ่ายงาน อายุ เงินเดือน และระยะเวลาการทำงาน
- 2 คำถามด้านเจตคติที่ดีต่อองค์กร
- 3 คำถามด้านแรงจูงใจในการทำงาน
- 4 คำถามด้านการเห็นคุณค่าในตนเอง

ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม จะทำโดยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล ให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์ ตรวจสอบความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา และภาษา ที่ใช้ในข้อคำถามให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้จริง

ในการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล ที่ปรับปรุงแล้วจำนวน 22 ข้อ ประกอบด้วย ฝ่ายงานจำนวน 1 ข้อ อายุจำนวน 1 ข้อ ระยะเวลาการทำงานจำนวน 1 ข้อ เงินเดือนจำนวน 1 ข้อ เจตคติที่ดีต่อองค์กรจำนวน 7 ข้อ แรงจูงใจในการทำงานจำนวน 6 ข้อ การเห็นคุณค่าในตนเองจำนวน 5 ข้อ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงาน GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยวิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation Coefficient) พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดของแบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .30 - .78

และในการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .89

ตัวอย่างข้อคำถามด้านลักษณะบุคคล ได้แก่

- (0) ฝ่าย
- ☐ ฝ่ายการตลาด
- ☐ ฝ่ายผลิตรายการ
- ☐ ฝ่ายบัญชี - การเงิน
- ☐ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการจัดซื้อ
- ☐ ฝ่ายอื่นๆ ระบุ.....
- (0) อายุ.....ปี
- (0) ระยะเวลาการทำงาน ปี เดือน
- (0) เงินเดือน
- ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ มากกว่า 20,000 บาท

ด้านเจตคติที่ดีต่อองค์กร

- (0) ฉันคิดว่าบริษัทฯ ให้ค่าตอบแทนสำหรับการทำงานได้อย่างเหมาะสม
- _____

จริงที่สุด
- _____

จริง
- _____

ไม่จริง
- _____

ไม่จริงที่สุด

ด้านแรงจูงใจในการทำงาน

- (0) ฉันพร้อมที่จะทำงานไม่ว่างานประจำหรืองาน part time
- _____

จริงที่สุด
- _____

จริง
- _____

ไม่จริง
- _____

ไม่จริงที่สุด

ด้านการเห็นคุณค่าในตนเอง

- (0) ฉันเชื่อมั่นว่าตนเองเป็นผู้ที่มีคุณค่าสำหรับเพื่อนร่วมงานในบริษัท
- _____

จริงที่สุด
- _____

จริง
- _____

ไม่จริง
- _____

ไม่จริงที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในข้อคำถามทางบวก ดังนี้

“จริงที่สุด”	ให้คะแนน	4	คะแนน
“จริง”	ให้คะแนน	3	คะแนน
“ไม่จริง”	ให้คะแนน	2	คะแนน
“ไม่จริงที่สุด”	ให้คะแนน	1	คะแนน

ส่วนในข้อคำถามทางลบ จะให้คะแนนในทิศทางตรงข้าม

และมีเกณฑ์การแปลความหมายของลักษณะบุคคล มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.00	ลักษณะบุคคลในด้านต่างๆ อยู่ในระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	2.01 – 3.00	ลักษณะบุคคลในด้านต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.00	ลักษณะบุคคลในด้านต่างๆ อยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามที่ถามเกี่ยวกับตัวแปรด้านบรรยากาศในองค์กร ทั้งในด้านสถานที่ทำงาน วัสดุอุปกรณ์ ความเป็นธรรมของหัวหน้างาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน รวมทั้ง การได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close – Ended Response Question) แบบ Likert Scale ลักษณะเครื่องมือวัดเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 4 ระดับ จาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด”

ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม จะทำโดยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในองค์กร ให้อาจารย์ที่ปริญญานิพนธ์ คือ ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทา วงษ์อินทร์ ตรวจสอบความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้จริง

ในการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ปรับปรุงแล้วจำนวน 6 ข้อ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับพนักงาน GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยวิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item Total Correlation

Coefficient) พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดของแบบสอบถาม ด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .51 - .76

และในการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .88

ตัวอย่างข้อคำถามด้านบรรยากาศในองค์กร ได้แก่

(0) บริษัท GMM GRAMMY จำกัด(มหาชน) มีการจัดสถานที่ทำงานเป็นสัดส่วน

<u>จริงที่สุด</u>	<u>จริง</u>	<u>ไม่จริง</u>	<u>ไม่จริงที่สุด</u>
-------------------	-------------	----------------	----------------------

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในข้อคำถามทางบวก ดังนี้

“จริงที่สุด”	ให้คะแนน	4	คะแนน
“จริง”	ให้คะแนน	3	คะแนน
“ไม่จริง”	ให้คะแนน	2	คะแนน
“ไม่จริงที่สุด”	ให้คะแนน	1	คะแนน

ส่วนในข้อคำถามทางลบ จะให้คะแนนในทิศทางตรงข้าม

และมีเกณฑ์การแปลความหมายของสภาพแวดล้อมในองค์กร ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.00	สภาพแวดล้อมในองค์กร อยู่ในระดับต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	2.01 – 3.00	สภาพแวดล้อมในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.00	สภาพแวดล้อมในองค์กร อยู่ในระดับสูง

วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยดำเนินงานตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อติดต่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ตอบแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้
3. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ
4. คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติในการหาคุณภาพเครื่องมือ
 - 2.1 หาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ด้วยวิธีการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item - Total Correlation)
 - 2.2 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha)
3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
 - 3.1 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรฝ่ายงาน และตัวแปรเงินเดือน กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายด้าน และในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

3.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะบุคคล และตัวแปรด้านบรรยากาศในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน(Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3.3 วิเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันขององค์กร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพัน
ต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) การวิเคราะห์ข้อมูลและ
การแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็น กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F – Distribution)
t	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบที (t – Distribution)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
SE	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลพื้นฐานคิดค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)
3. หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะบุคคล และตัวแปรด้านบรรยากาศในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
4. วิเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันขององค์กร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ฝ่ายงาน เงินเดือน โดยแจกแจงเป็นจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) (n = 200 คน)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
1. ฝ่ายงาน		
ฝ่ายการตลาด	40	20.00
ฝ่ายผลิตรายการ	40	20.00
ฝ่ายบัญชี – การเงิน	40	20.00
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล & ธุรการจัดซื้อ	40	20.00
ฝ่ายอื่นๆ	40	20.00
รวม	200	100.00
2. เงินเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	23.00
10,001 – 20,000 บาท	112	56.00
มากกว่า 20,000 บาท	42	21.00
รวม	200	100.00

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 200 คน มาจากหน่วยงานต่างๆในบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 หน่วยงาน หน่วยงานละ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาจะมีเงินเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และมีเงินเดือนอยู่ระหว่าง มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร
โดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร
ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ ตัวแปรด้านลักษณะบุคคล ประกอบด้วย อายุ ระยะเวลาการ
ทำงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และตัวแปร
ด้าน สภาพแวดล้อมในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร ส่วนความผูกพันต่อองค์กร
โดยรวม และรายด้าน ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย
ด้านค่านิยม และด้านวิสัยทัศน์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันในองค์
กรโดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	Max	Min	$\bar{X}$	SD	แปลผล
<u>ตัวแปรด้านลักษณะบุคคล</u>					
อายุ	45.00	23.00	30.10	4.79	-
ระยะเวลาการทำงาน	22.00	1.00	5.70	4.30	-
เจตคติที่ดีต่อองค์กร	4.00	1.86	3.22	.46	ระดับสูง
แรงจูงใจในการทำงาน	4.00	2.33	3.08	.43	ระดับสูง
การเห็นคุณค่าในตนเอง	4.00	2.20	3.20	.43	ระดับสูง
<u>ตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร</u>					
บรรยากาศในองค์กร	4.00	1.33	3.14	.56	ระดับสูง
<u>ความผูกพันต่อองค์กร</u>					
ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่น					
และการยอมรับเป้าหมาย	4.00	2.00	3.10	.49	ระดับสูง
ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม	4.00	1.80	2.97	.49	ปานกลาง
ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์	4.00	1.50	3.25	.49	ระดับสูง
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	4.00	2.13	3.10	.43	ระดับสูง

จากตาราง 2 พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 30 ปี 10 เดือน มีระยะเวลาการทำงานโดยเฉลี่ย 5 ปี 7 เดือน ส่วนในด้านเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22, 3.08, 3.20 และ 3.14 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .43 - .56 ซึ่งแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะบุคคลในด้านต่างๆ ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง ส่วนความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10, 3.10, และ 3.25 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .43 - .49 ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .49

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

1. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในฝ่ายงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านต่างกัน
2. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านต่างกัน
3. ตัวแปรด้านลักษณะบุคคลและตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
4. มีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลแสดงในตาราง 3 ถึง ตาราง 12

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำแนกตามฝ่ายงาน

ความผูกพัน ต่อองค์กร	ฝ่ายงาน	n	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านความเชื่อมั่น & การยอมรับเป้าหมาย	ฝ่ายการตลาด	40	3.09	.48	ระดับสูง
	ฝ่ายผลิตรายการ	40	3.24	.51	ระดับสูง
	ฝ่ายบัญชี-การเงิน	40	3.05	.55	ระดับสูง
	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	40	3.13	.49	ระดับสูง
	ฝ่ายอื่นๆ	40	3.02	.43	ระดับสูง
	รวม	200	3.10	.49	ระดับสูง
ด้านค่านิยม	ฝ่ายการตลาด	40	3.08	.56	ระดับสูง
	ฝ่ายผลิตรายการ	40	2.95	.38	ระดับปานกลาง
	ฝ่ายบัญชี-การเงิน	40	2.98	.52	ระดับปานกลาง
	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	40	2.88	.48	ระดับปานกลาง
	ฝ่ายอื่นๆ	40	2.96	.46	ระดับปานกลาง
	รวม	200	2.97	.49	ระดับปานกลาง
ด้านวิสัยทัศน์	ฝ่ายการตลาด	40	3.31	.54	ระดับสูง
	ฝ่ายผลิตรายการ	40	3.30	.53	ระดับสูง
	ฝ่ายบัญชี-การเงิน	40	3.24	.39	ระดับสูง
	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	40	3.21	.56	ระดับสูง
	ฝ่ายอื่นๆ	40	3.19	.44	ระดับสูง
	รวม	200	3.25	.49	ระดับสูง
โดยรวม	ฝ่ายการตลาด	40	3.14	.47	ระดับสูง
	ฝ่ายผลิตรายการ	40	3.16	.41	ระดับสูง
	ฝ่ายบัญชี-การเงิน	40	3.08	.45	ระดับสูง
	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	40	3.07	.46	ระดับสูง
	ฝ่ายอื่นๆ	40	3.05	.36	ระดับสูง
	รวม	200	3.10	.43	ระดับสูง

จากตาราง 3 พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายงานการตลาด ฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายบัญชี-การเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล และฝ่ายอื่นๆ มีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย อยู่ในระดับสูงโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09, 3.24, 3.05, 3.13 และ 3.02 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .43 - .55

พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายงานการตลาด มีความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมในระดับสูง โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .56 ส่วนฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายบัญชี-การเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล และฝ่ายอื่นๆ มีความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 2.95, 2.98, 2.88 และ 2.96 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .38 - .52

พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายงานการตลาด ฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายบัญชี-การเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล และฝ่ายอื่นๆ มีความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับสูง โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.31, 3.30, 3.24, 3.21 และ 3.19 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .39 - .56

พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายงานการตลาด ฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายบัญชี-การเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล และฝ่ายอื่นๆ มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.14, 3.16, 3.08, 3.07 และ 3.05 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .36 - .47

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามฝ่ายงาน

ความผูกพัน ต่อองค์กร	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความเชื่อ มั่น& การยอม รับเป้าหมาย	Regression	4	1.09	.27	1.12	.35
	Residual	195	47.79	.24		
	Total	199	48.88			
ด้านค่านิยม	Regression	4	.87	.22	.90	.46
	Residual	195	47.18	.24		
	Total	199	48.05			
ด้านวิสัยทัศน์	Regression	4	.45	.11	.44	.78
	Residual	195	49.05	.25		
	Total	199	49.49			
โดยรวม	Regression	4	.39	.09	.51	.73
	Residual	195	36.82	.19		
	Total	199	37.21			

จากตาราง 4 พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีฝ่ายงานต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเงินเดือน

ความผูกพัน ต่อองค์กร	เงินเดือน	n	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านความเชื่อ มั่น & การยอม รับเป้าหมาย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	3.06	.48	ระดับสูง
	10,001 – 20,000 บาท	112	3.06	.48	ระดับสูง
	มากกว่า 20,000 บาท	42	3.25	.52	ระดับสูง
	รวม	200	3.10	.49	ระดับสูง
ด้านค่านิยม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	2.91	.53	ระดับปานกลาง
	10,001 – 20,000 บาท	112	2.93	.47	ระดับปานกลาง
	มากกว่า 20,000 บาท	42	3.12	.47	ระดับสูง
	รวม	200	2.97	.49	ระดับปานกลาง
ด้านวิสัยทัศน์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	3.27	.49	ระดับสูง
	10,001 – 20,000 บาท	112	3.18	.47	ระดับสูง
	มากกว่า 20,000 บาท	42	3.41	.54	ระดับสูง
	รวม	200	3.25	.49	ระดับสูง
โดยรวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	3.07	.44	ระดับสูง
	10,001 – 20,000 บาท	112	3.05	.41	ระดับสูง
	มากกว่า 20,000 บาท	42	3.25	.44	ระดับสูง
	รวม	200	3.10	.43	ระดับสูง

จากตาราง 5 พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, ที่มีเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06, 3.06 และ 3.25 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .48 - .52

พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .47 ส่วนพนักงานที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 และ 2.93 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .47 - .53

พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, ที่มีเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27, 3.18 และ 3.41 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .47 - .54

พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, ที่มีเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07, 3.05 และ 3.25 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .41 - .44

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของคะแนนความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเงินเดือน

ความผูกพัน ต่อองค์กร	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านความเชื่อมั่น & การยอมรับเป้าหมาย	Regression	2	1.14	.57	2.36	.09
	Residual	197	47.74	.24		
	Total	199	48.88			
ด้านค่านิยม	Regression	2	1.30	.65	2.74	.07
	Residual	197	46.75	.24		
	Total	199	48.05			
ด้านวิสัยทัศน์	Regression	2	1.62	.81	3.34*	.04
	Residual	197	47.87	.24		
	Total	199	49.49			
โดยรวม	Regression	2	1.26	.63	3.45*	.03
	Residual	197	35.95	.18		
	Total	199	37.21			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 6 พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านค่านิยมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และด้านวิสัยทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างแล้ว จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ต่อไป ดังปรากฏผลในตาราง 7 และตาราง 8

ตาราง 7 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกัน

เงินเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
		3.27	3.18	3.41
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.27	-	.08	.14
10,001 – 20,000 บาท	3.18	-	-	.22*
มากกว่า 20,000 บาท	3.41	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ต่างจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 8 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกัน

เงินเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
		3.07	3.05	3.25
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.07	-	.01	.18
10,001 – 20,000 บาท	3.05	-	-	.19*
มากกว่า 20,000 บาท	3.25	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ต่างจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ระยะเวลาการทำงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง บรรยากาศในองค์กร กับ ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้าน

ตัวแปร	ความผูกพันต่อองค์กร			
	ด้านความ เชื่อมั่น และ การยอมรับ เป้าหมาย	ด้านค่านิยม	ด้าน วิสัยทัศน์	รวม
อายุ	.085	.034	.000	.052
ระยะเวลาการทำงาน	.154*	.131	.050	.136*
เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.624**	.538**	.653**	.691**
แรงจูงใจในการทำงาน	.604**	.405**	.594**	.613**
การเห็นคุณค่าในตนเอง	.481**	.467**	.579**	.575**
บรรยากาศในองค์กร	.578**	.573**	.722**	.704**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 พบว่า เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนอายุของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร

ลำดับที่	ปัจจัย	R	R ²	F
1	บรรยากาศในองค์กร	.704	.496	194.631**
2	บรรยากาศในองค์กร,เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.754	.569	33.582**
3	บรรยากาศในองค์กร,เจตคติที่ดีต่อองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน	.775	.601	15.401**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน โดยบรรยากาศในองค์กร สามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 49.60 เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านเจตคติที่ดีต่อองค์กรเข้าด้วยกันแล้วสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 56.90 และเมื่อเพิ่มปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานเข้าด้วยกันแล้ว ปัจจัยทั้ง 3 ตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 60.10

ตาราง 11 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพัน
ต่อองค์กรเป็นตัวเกณฑ์

Model	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1	Regression	1	18.444	18.444	194.631**
	Residual	198	18.764	.095	
	Total	199	37.208		
2	Regression	2	21.177	10.589	130.120**
	Residual	197	16.031	.081	
	Total	199	37.208		
3	Regression	3	22.345	7.448	98.222**
	Residual	196	14.863	.076	
	Total	199	37.208		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 11 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับ
บรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ จึงคำนวณหา
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณดังแสดงในตาราง 12

ตาราง 12 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise)

ปัจจัย	b	SE	β	t
ค่าคงที่ (Constant)	.649	.154		
บรรยากาศในองค์กร	.276	.050	.363	5.460**
เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.275	.063	.297	4.360**
แรงจูงใจในการทำงาน	.228	.058	.229	3.924**
R	=	.775		
R ²	=	.601		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ บรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ตัวนี้ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 60.10 และได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ในรูปคะแนนดิบ (Y)

$$\text{ความผูกพันต่อองค์กร (Y)} = .649 + .276 (\text{บรรยากาศในองค์กร}) + .275(\text{เจตคติที่ดีต่อองค์กร}) + .228(\text{แรงจูงใจในการทำงาน})$$

สมการพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Z)

$$\text{ความผูกพันต่อองค์กร (Z)} = .363(\text{บรรยากาศในองค์กร}) + .297(\text{เจตคติที่ดีต่อองค์กร}) + .229(\text{แรงจูงใจในการทำงาน})$$

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำแนกตามฝ่ายงาน และเงินเดือน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เงินเดือน ระยะเวลาการทำงาน ฝ่ายงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในฝ่ายงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านต่างกัน
2. พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านต่างกัน
3. ตัวแปรด้านส่วนตัวและตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
4. มีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำนวน 435 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุการทำงานมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ในแผนกต่างๆทุกแผนกของบริษัท จำนวน 200 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่จะศึกษาในการวิจัยมีดังนี้

1 ตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่

1.1 ตัวแปรด้านส่วนตัว ได้แก่ ฝายงาน อายุ เงินเดือน ระยะเวลาการทำงาน เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และการเห็นคุณค่าในตนเอง

1.2 ตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร

2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย

2.1 ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย

2.2 ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม

2.3 ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในงานวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านลักษณะบุคคล

ตอนที่ 3 แบบสอบถามด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวิธีการและขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อติดต่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ตอบแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้
3. ตรวจสอบแบบสอบถามทุกฉบับ
4. คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปคิดค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมทั้งแปลผลระดับความผูกพันต่อองค์กร
2. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรฝ่ายงาน และตัวแปรเงินเดือน กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายด้าน ในกรณีที่พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)
3. หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านส่วนตัว และตัวแปรด้านบรรยากาศในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
4. วิเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันขององค์กร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แบบเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 200 คน มาจากหน่วยงานต่างๆในบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 หน่วยงาน หน่วยงานละ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาจะมีเงินเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และมีเงินเดือนอยู่ระหว่าง มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันในองค์กรโดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง

ความผูกพันในองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันในองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย ความผูกพันในองค์กรด้านค่านิยม และความผูกพันในองค์กรด้านวิสัยทัศน์ โดยความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10, 3.10, และ 3.25 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .43 - .49 ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .49

2.1 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

2.1.1 เจตคติที่ดีต่อองค์กร พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีเจตคติที่ดีต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .46

2.1.2 แรงจูงใจในการทำงาน พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43

2.1.3 การเห็นคุณค่าในตนเอง พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีการเห็นคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43

2.1.4 บรรยากาศในองค์กร พบว่า บรรยากาศในองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .56

กล่าวโดยสรุปคือ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22, 3.08, 3.20 และ 3.14 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .43 - .56 ซึ่งแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะบุคคลในด้านต่างๆ ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีฝ่ายงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านค่านิยมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และด้านวิสัยทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างแล้ว จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

3.2.1 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ต่างจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2.2 เมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีความผูกพัน

ต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ต่างจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนอายุของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 มีตัวแปรมากกว่า 1 ตัว (ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน) ที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านส่วนตัว ด้านสิ่งแวดล้อม มีผลของการวิจัย ซึ่งควรอภิปรายดังต่อไปนี้ คือ

ประเด็นที่หนึ่ง พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 30 ปี 10 เดือน มีระยะเวลาการทำงานโดยเฉลี่ย 5 ปี 7 เดือน ส่วนในด้านเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22, 3.08, 3.20 และ 3.14 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .43 - .56 ส่วนความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านทุกด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย ด้านค่านิยม และด้านวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10, 3.10, 2.97 และ 3.25 ตามลำดับ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ระหว่าง .43 - .49 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความทุ่มเท และมีความเลื่อมใสในแนวทางการบริหารงาน ปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการที่บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่มีความมั่นคง และมีความเจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งบริษัทยังมีประสิทธิภาพในการจัดการบริหารบุคลากรต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการ

พื้นฐานของพนักงานให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตความเป็นอยู่และพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี จึงทำให้พนักงานมีความรู้สึกพอใจที่จะทุ่มเท เพียรพยายาม และปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนเองได้อย่างตั้งใจและก่อให้เกิดเป็นความผูกพันกับบริษัทเพิ่มมากขึ้น

ประเด็นที่สอง พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีฝ่ายงานแตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน โดยพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในฝ่ายผลิตรายการจะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.24) รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 3.13) และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายอื่นๆ จะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.02 และ 3.19 ตามลำดับ)

ส่วนพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในฝ่ายการตลาดจะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมและด้านวิสัยทัศน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.08 และ 3.31 ตามลำดับ) รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายบัญชี-การเงิน (ค่าเฉลี่ย = 2.98) และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายผลิตรายการจะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.02)

นอกจากนี้ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในฝ่ายผลิตรายการจะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.16) รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.14) และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ฝ่ายอื่นๆ จะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.05)

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับฝ่ายงานต่างๆ ภายในองค์กรอย่างเท่าเทียมกัน มีการบริหารจัดการฝ่ายงานต่างๆ อย่างเสมอภาค โดยไม่ได้แบ่งแยกถึงหน้าที่ของฝ่ายงานเป็นหลักแต่เป็นการให้ความสำคัญต่อทุกฝ่ายงาน จึงทำให้พนักงานทุกคนต่างก็ทำหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มที่ อันจะส่งผลให้พนักงานทุกคนมีความรู้สึกภาคภูมิใจ ให้ความสำคัญ และทุ่มเทความรู้ความสามารถของตนเองให้กับงานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ฝ่ายงานต่างๆ ในบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ก็มีขนาดที่เหมาะสมกับขนาดขององค์กร นั่นคือ ฝ่ายงานแต่ละฝ่ายงานต่างก็มีจำนวนบุคลากร จำนวนทรัพยากรอย่างเพียงพอกับงานที่ต้องรับผิดชอบ ซึ่งส่งผลให้พนักงานในแต่ละฝ่ายงานเกิดความรู้สึกที่ไม่อึดอัดหรือขาดแคลน และสามารถปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นจึงทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY

จำกัด (มหาชน) เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านทุกด้าน (ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย ด้านค่านิยม และด้านวิสัยทัศน์) ไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม พนักงานในฝ่ายงานต่างๆอาจจะมี feeling ผูกพันต่อองค์กรทั้งโดยรวมและรายด้านในระดับที่ไม่เท่ากัน ซึ่งอาจจะเป็นเพราะฝ่ายงานแต่ละฝ่ายงานต่างก็มีหน้าที่ ภารกิจ และลักษณะของงานแต่ละอย่างที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งอาจจะมีส่วนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในลักษณะของงานนั้นๆ และทำให้มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ฝ่ายการตลาด และฝ่ายผลิตรายการจะมีค่าเฉลี่ย feeling ผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าฝ่ายงานอื่นๆ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยพบว่า มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่เกี่ยวข้องขนาดและความเหมาะสมของหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ งานวิจัยของ สมศักดิ์ มั่นสวัสดิ์ (2531) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารวิทยาลัยโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้บริหารในโรงเรียนขนาดใหญ่มีพฤติกรรมการบริหารงานดีกว่าผู้บริหารในโรงเรียนขนาดกลาง และขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับ ชีรพงษ์ อุ่มมณี (2532) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูอาจารย์ โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด กรมสามัญศึกษา ในจังหวัดสงขลา พบว่า ขนาดของโรงเรียนที่แตกต่างกันทำให้การปฏิบัติงานแตกต่างกันโดยที่โรงเรียนขนาดใหญ่มีการปฏิบัติงานสูงกว่าโรงเรียนขนาดกลางและเล็ก

ดังนั้น พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีฝ่ายงานต่างกันจึงมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด

ประเด็นที่สาม พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และด้านวิสัยทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยของความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.25) รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.07 และ 3.05 ตามลำดับ)

ส่วนความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์นั้น พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนมากกว่า 20,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.41) รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย = 3.21 และ 3.18 ตามลำดับ)

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีเงินเดือนสูงก็จะมีคามพึงพอใจในเงินเดือนที่ได้รับ ซึ่งสามารถนำมาใช้จ่ายในแต่ละเดือนได้อย่างพอเพียง นอกจากนี้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีเงินเดือนสูง ยัง ไม่จำเป็นต้องหางานพิเศษเพิ่มเติมหรืออาจจะหางานพิเศษเพิ่มเติมรายได้ให้มากขึ้น ให้เพียงพอกับค่าครองชีพที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร รวมทั้งมีความรู้สึกว่าการทำงานให้กับองค์กรเป็นไปด้วยความยุติธรรม นั่นคือ เมื่อพนักงานทำงานให้กับองค์กรอย่างคุ้มค่า บริษัทหรือองค์กรก็ควรที่จะต้องให้ค่าตอบแทนในระดับที่เหมาะสมกับงานที่ทำด้วย ซึ่งอาจจะส่งผลไปสู่ความผูกพันต่อบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

ในขณะที่พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำ จะไม่สามารถใช้จ่ายได้อย่างเพียงพอในแต่ละเดือน เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันที่ต้องอาศัยค่าครองชีพที่สูง ทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำกว่ามีความรู้สึกที่จะต้องกระตือรือร้นในการหาเงินทำเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังอาจมีความรู้สึกว่างานไม่ยุติธรรมหรือให้ค่าตอบแทนไม่คุ้มค่ากับงานที่ทำ และมีความรู้สึกว่างานมีวิสัยทัศน์ที่ไม่กว้างไกลพอ จึงไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องสวัสดิการและค่าตอบแทนกับพนักงานอย่างพอเพียงและอาจจะทำให้เกิดภาวะสมองไหลได้ จึงทำให้ความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ไม่สูงเท่ากับพนักงานที่มีเงินเดือนสูง และเนื่องจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนสูงมักจะเป็นผู้ที่มีการประสบการณ์ทำงานมานาน หรือเป็นผู้มีตำแหน่งหน้าที่ที่สำคัญ ซึ่งบุคคลต่างๆ เหล่านี้ก็จะมีความวิสัยทัศน์ที่แตกต่างไปจากพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่ำที่เป็นผู้ที่มักจะมีประสบการณ์ในการทำงานไม่นานหรือมีตำแหน่งต่างจากบุคคลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกันจึงมีความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์แตกต่างกัน

ส่วนพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง มีการเจริญเติบโตก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว มีเป้าหมาย มีนโยบายในการบริหารงานอย่างชัดเจน นอกจากนี้บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ยังเป็นบริษัทที่ให้บริการทางด้านธุรกิจบันเทิงที่ทันสมัย มีผู้คนยอมรับถึงคุณภาพของงานที่ผลิตออกมาโดยทั่วไป ซึ่งก็ย่อมจะส่งผลให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ทุกคนมีความรู้สึก และค่านิยมที่ภาคภูมิใจในการที่ได้ร่วมทำงานในบริษัทที่มีความมั่นคงและมีชื่อเสียง ดังนั้นถึงแม้ว่าพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จะมีเงินเดือนที่แตกต่างกัน แต่ก็ยังมีความรู้สึกพึงพอใจกับการที่ได้ทำงานร่วมกับบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เนื่องจากได้เป็นผู้ที่ได้ชื่อว่าทำงานในบริษัทที่มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับ

จากสังคม และมีค่านิยมที่ดีต่อบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ด้วย ซึ่งมีผลทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเงินเดือนแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ เงินเดือน ค่าตอบแทน และความผูกพันต่อองค์กรนั้น ฮอยเยิล (Hoyle. 1990 : 1519 - A) ได้ศึกษาพบว่า เงินเดือนสามารถทำนายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรได้ถึงร้อยละ 23 แสดงให้เห็นว่าสถาบันที่ให้เงินเดือนสูงกว่าจะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาง (Chang. 1991 : 3281 - A) และกรูบ (Grube. 1991 : 4190 - A) ได้ศึกษาพบว่า เงินเดือนเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญและสามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้ ส่วนการศึกษาในประเทศไทยมีการศึกษาของ อนันต์ชัย คงจันทร์ (2529) ที่ได้ศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีเงินเดือนต่ำและเงินเดือนปานกลางมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าบุคลากรที่มีเงินเดือนสูง

ประเด็นที่สี่ ตัวแปรเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง บรรยากาศในองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และรายด้านทุกด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ตัวแปรเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อองค์กร โดยรวมและรายด้านทุกด้าน โดยสเตียร์ส คติ (กนิษฐา ตันเทพพันธ์ และคณะ. 2538 : 14 ; อ้างอิงมาจาก Porter and Steers. 1983 : 304) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรโดยเน้นด้านเจตคติ เขาเชื่อว่า เจตคติของบุคคลต่องานมีพื้นฐานจากข้อมูล หรือการบอกเล่าของสังคมโดยรอบตัวเขา เขาได้นำเสนอที่มาของความผูกพันต่อองค์กรไว้ 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะของงาน และปัจจัยด้านความรู้สึกจากองค์กร ส่วนแรงจูงใจในการทำงานนั้นจะเป็นการที่มีสิ่งต่างๆ ที่ทำให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด(มหาชน) มีความพยายามที่จะพัฒนาตนเองและงานของตนให้ประสบผลสำเร็จโดยไม่ย่อท้อ ต่ออุปสรรคและความล้มเหลว ส่วนการเห็นคุณค่าในตนเองนั้น คูเปอร์สมิธ (Coopersmith. 1981) กล่าวว่า "การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นการที่บุคคลรับรู้และประเมินตนเอง แล้วแสดงออกในแง่ของการยอมรับตนเองหรือไม่ยอมรับตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ขอบเขตความเชื่อของบุคคลที่มีต่อตนเอง ในด้านความสามารถ ความสำคัญ ความสำเร็จ และความมีคุณค่าของตนเอง รวมไปถึงการรับรู้จากการประเมินของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง ซึ่งสามารถรับรู้ได้จากคำพูดและท่าทีที่บุคคลนั้นแสดงออก" ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะสามารถส่งผลให้บุคคลมีความผูกพันต่อองค์กรได้ และบรรยากาศในองค์กรนั้น บราวน์ และโมเบอร์ก (จเร นาคจุ. 2544 ; อ้างอิงมาจาก Brown and Moberg. 1980 : 367) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมในองค์กรมีอิทธิพลต่อสมาชิกในองค์กร เพราะจะช่วยวางรูปแบบความคาดหวังของสมาชิกในองค์กร ต่อองค์ประกอบต่างๆขององค์กรที่จะช่วย

กระตุ้นให้มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และความพอใจที่จะอยู่ในองค์กร เนื่องจากเมื่อบรรยากาศในองค์กรมีสภาพที่เหมาะสมก็จะส่งผลให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด(มหาชน) มีความผูกพันต่อองค์กรได้

ในการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรนั้น พบว่า วีระ วีระธรรมสาธิต (2533) ศึกษาความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารหรือเทียบเท่าของเครือซีเมนต์ไทย พบว่า เจตคติของกลุ่มต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในทุกช่วงอายุ ยกเว้น ผู้บริหารที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี และพบเฉพาะเพศชาย นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือขององค์กรก็มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร งานวิจัยของ เพอร์ลา (ประทุม ฤกษ์กลาง. 2538 อ้างอิงมาจาก Perhla. 1986 : 1963 - A) ที่ได้ทำการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กร และการปฏิบัติงานของครู กับกลุ่มตัวอย่างครูโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 181 คน ผลการวิจัยได้ยืนยันว่า ความผูกพันต่อองค์กรของครูซึ่งวัดจากเครื่องมือ OCQ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการปฏิบัติงานของครูสามารถพยากรณ์ได้จากความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนี้ยังได้ยืนยันอีกว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรที่มีคุณค่าในการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ดีกว่าตัวแปรแรงจูงใจ ซึ่งแสดงออกโดยการรับรู้ในความต้องการความสำเร็จในวิชาชีพครู งานวิจัยของ ฟอ์ทอฟ (Fjortoft. 1993 : 26) ที่ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่เป็นตัวทำนายความผูกพันต่อคณะในมหาวิทยาลัยของรัฐอิลลินอยส์ ผลการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานสามารถทำนายความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวแปรตัวแปรเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง บรรยากาศในองค์กร เป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านทุกด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคคลที่ยังมีประสบการณ์ในการทำงานหรือระยะเวลาในการทำงานในองค์กรนาน ก็ย่อมจะซึมซับเอาวัฒนธรรม แนวคิด และนโยบายต่างๆขององค์กรเข้ามาสู่ตัวเอง นอกจากนี้ระยะเวลาทำงานที่ยืงนานมากเท่าไรก็จะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากระยะเวลาการทำงานหรือประสบการณ์ในการทำงานนี้ย่อมเป็นพื้นฐานในการสร้างความผูกพันให้กับบุคคลต่อองค์กรนั้นๆ จึงพบว่าบุคคลที่มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า จะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงด้วย ที่สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ระยะเวลาการทำงาน จะมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ไว้หลายท่าน ดังเช่นผลการวิจัยของ เชลดอน (Sheldon. 1971 : 149) พบว่า บุคคลยังทำงานในองค์กรนานเท่าใด จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากระยะเวลาการทำงานในองค์กรเป็นปัจจัยที่ค่าในตัวเองและเป็นเสมือน

การลงทุนอย่างหนึ่ง ยิ่งสมาชิกมีระยะเวลาในการทำงานในองค์กรมากเท่าใด ยิ่งเป็นการส่งเสริมสิ่งจูงใจในการทำงานที่บุคคลได้รับรางวัลองค์กร เช่น บำนาญ และสวัสดิการด้านอื่นๆ เป็นต้น และงานวิจัยของ สอาด วงศ์อนันต์นนท์ (2538) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยและพบว่า ระยะเวลาในการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนอายุไม่มีความความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงซึ่งพนักงานทำงานด้วยความสามารถของตนเอง เนื่องจากต้องติดต่อกับบุคคลอื่นๆ ในแง่ของการสื่อสารในการทำงานตลอดเวลา ถึงแม้ว่าอายุการทำงานทำให้บุคคลมีประสบการณ์ในการทำงานที่ต่างกันและอาจจะทำให้มีพฤติกรรมการทำงานที่แตกต่างกัน (พิชญากรณ์ อิงคามระชร.2532) และยังทำให้มีความสามารถในการเลือกที่จะปฏิบัติได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็วก็ตาม แต่เป็นเพราะธุรกิจของบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เป็นการดำเนินงานด้านธุรกิจบันเทิงดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น จึงทำให้อายุไม่ได้ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความไม่สัมพันธ์ระหว่างอายุกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานหรือบุคคลต่างๆ ในแวดวงต่างๆ

ประเด็นที่ห้า ตัวแปรที่เข้าสมการที่ใช้ในการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และบรรยากาศในองค์กร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตัวแปรเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และบรรยากาศในองค์กร เป็นตัวแปรที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันในองค์กร และมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ที่มีเจตคติที่ดีต่อองค์กร มีแรงจูงใจในการทำงาน และบรรยากาศในองค์กรดีนั้น พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ก็จะมีคามพึงพอใจในการทำงาน สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ และก่อให้เกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กรได้ต่อไป ซึ่งสตีเยร์ (Steers. 1977 : 46) ได้ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร เพื่อปฏิบัติภารกิจในองค์กร ความรู้สึกนี้จะต่างจากความผูกพันต่อองค์กร อันเนื่องมาจากสมาชิกขององค์กรโดยปกติตรงที่พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานที่มีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง จะมุ่งเน้นความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรด้วย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งความผูกพันต่อองค์กรจะประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความคาดหวังที่จะใช้ความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ความปรารถนาแรงกล้าที่จะดำรงรักษาสถานภาพ

ของการเป็นสมาชิกขององค์กร ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะสำคัญทั้ง 3 ประการที่ สเตียร์ (Steers. 1977 : 46) ได้กล่าวถึงนั้นจะมีส่วนที่ใกล้เคียงหรือเป็นตัวเดียวกับตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร (เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และบรรยากาศในองค์กร) ที่เข้าสมการการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับ เป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์ เช่นกัน

ส่วนตัวแปรที่เข้าสมการที่ใช้ในการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม มี 2 ตัวแปร ได้แก่ บรรยากาศในองค์กร และเจตคติที่ดีต่อองค์กร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมนั้นหมายถึง การที่พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความเคารพในความสามารถของเพื่อนพนักงาน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความไว้วางใจกัน ซึ่งบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) นั้นเป็นองค์กรที่ให้บริการทางด้านธุรกิจด้านบันเทิงซึ่งทำงานที่มีคุณภาพออกสู่สังคมเป็นจำนวนมาก และก่อให้เกิดการยอมรับเป็นวงกว้าง ดังนั้นการที่พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) จะมีความผูกพันต่อองค์กรนั้น บรรยากาศในองค์กรเป็นส่วนที่สำคัญเนื่องจากบรรยากาศในองค์กรเป็นส่วนที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่จะเอื้ออำนวยให้พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความรู้สึกพอใจ ประทับใจ ต่อองค์กร และเมื่อพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมงานกับบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) แล้วก็จำเป็นจะต้องมีเจตคติที่ดีต่อองค์กรเพื่อจะใช้เป็นส่วนที่ช่วยให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นมากยิ่งขึ้น และเมื่อพนักงานได้พบกับบรรยากาศที่ดีในองค์กร รวมทั้งพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีเจตคติที่ดีต่อองค์กร แล้วก็จะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรได้และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถและจะช่วยพัฒนาองค์ให้เจริญก้าวหน้าได้ต่อไป ดังนั้นตัวแปร บรรยากาศในองค์กร และเจตคติที่ดีต่อองค์กรจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญที่เข้าในสมการการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)” ในครั้งนี้ พบว่า พนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับสูง ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) มีเจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง และบรรยากาศในองค์กร

อยู่ในระดับสูง และพนักงาน ที่มีฝ่ายงานต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านเงินเดือนนั้น พนักงานที่มีเงินเดือนต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย และด้านค่านิยมไม่แตกต่างกัน แต่จะมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และด้านวิสัยทัศน์แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังศึกษาพบว่า เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน การเห็นคุณค่าในตนเอง บรรยากาศในองค์กร และระยะเวลาการทำงาน of พนักงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านทุกด้าน นอกจากนี้ ตัวแปรด้านบรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่า อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานของ บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) สำหรับนำผลการศึกษาไปใช้ต่อไปดังนี้คือ ควรจัดให้มีการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร บรรยากาศในองค์กร เจตคติที่ดีต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน ความรับผิดชอบต่องานที่การงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน ตลอดจนทักษะต่างๆ เพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กร กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน) เพื่อประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาพนักงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกพร วรรณะกุล. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์กรแบบมีส่วนร่วมกับขวัญของบุคลากรในโรงเรียนเอกชน จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณ์ เทียนสุวรรณ. (2546). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม.(จิตวิทยาแนะแนว). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กรกฎ พลพานิช. (2540). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบังคับบัญชาและพนักงานวิชาชีพการตลาด บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กนิษฐา ดัณฑพันธ์. (2541). ลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธศาสนาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการให้การพยาบาลตามบทบาทเชิงวิชาชีพ. ปรินูญานิพนธ์ วท.ม. (พฤติกรรมศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- กนิษฐา ดัณฑพันธ์ และคณะ. (2538). การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรระหว่างพยาบาลวิชาชีพประจำการในโรงพยาบาลรัฐกับโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย ฉบับที่ 2. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา.
- กาญจนา พูลแก้ว. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเปลี่ยนงานของพยาบาลในโรงพยาบาลสังกัดสำนักการแพทย์กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ สศ.ม. (สังคมสงเคราะห์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- กั้วล เทียนกัณฑ์เทศน์. (2536.) มนุษย์ศาสตร์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพ.
- เกียรติวรรณ อมาตยกุล. (2541). การศึกษาแบบนีโอฮิวแมนนิสสำหรับเด็ก. 28(3) : 72 – 81 ; มีนาคม - มิถุนายน
- งามดา วนินทานนท์. (2535). เอกสารประกอบการสอนวิชาจิตวิทยาสังคม(สค. 311). กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- จรรจา สุวรรณทัต และคนอื่นๆ. (2535). ความสำคัญของข้าราชการไทยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. รายงานการวิจัย ฉบับที่ 27 กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- จเร นาคจุ. (2544). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนของตำรวจตระเวนชายแดนส่วนกลาง. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- จินตนา บิลมาศและคนอื่นๆ. (2529.) คุณลักษณะของข้าราชการพลเรือน. รายงานการวิจัยของสถาบันข้าราชการพลเรือน. กรุงเทพฯ : สำนักงานข้าราชการพลเรือน.
- จินตนา บุญชวน และคณะ. (2541). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการและการจัดรูปแบบเกี่ยวกับสวัสดิการเงินเดือนและค่าตอบแทนอื่นๆของข้าราชการครู. กรุงเทพฯ : กองวิชาการบริหารงานบุคคล. สำนักงาน ก.ค.
- จุมพล หนิมพานิช. (2537). เอกสารการสอนชุดวิชาองค์การและการจัดการ หน่วยที่ 9-10. นนทบุรี สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จุไรรัตน์ ศิริผล. (2540). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับขวัญของบุคลากรพยาบาลในการปฏิบัติงานดูแลผู้ป่วยติดเชื้อเอดส์. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เจลิยว บุรีภักดี. (2538). หลักพัฒนศึกษาศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ชฎาภา ประเสริฐทรง. (2541). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ชนินทร์ เกตุขำ. (2532). ความคิดเห็นของครู อาจารย์ เกี่ยวกับวิธีการที่ใช้จูงใจครูอาจารย์ของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 9. วิทยานิพนธ์ ค.ม.. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลิดา ศรมณี. (2526). "การประเมินผลการปฏิบัติงาน" การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร. แสงจันทร์การพิมพ์.
- ชัยสิทธิ์ วุฒิพงศ์วรกิจ. (2543). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลตากสิน. สารนิพนธ์ ศศ.ม.(รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชานนท์ บุรี. (2535). ปัญหาและความต้องการในการปฏิบัติงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยสารพัดช่างภาคกลาง. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ชูลีพร เปี่ยมสมบุญ. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารวัสดุและการจัดซื้อ หน่วยที่ 7-15. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ชื่นชม เจริญยุทธ และคนอื่นๆ. (2532). อัตราการสูญเสีย ปัญหาในการทำงาน และความจำเป็นในการปรับปรุงสภาพการทำงานของพยาบาลในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย. ทนอดหนุนการวิจัย จากสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- โชติ เกิดบัณฑิต. (2539). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในสถานอนามัยระดับตำบลจังหวัดราชบุรี. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ทองฟู ชินะโชติ. (2531). การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทพพนม เมืองแมน และสรวง สุวรรณ. (2529). พฤติกรรมองค์การ. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด. กรุงเทพฯ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2531). การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ. ไทยวัฒนาพานิช. _____ . (2537). องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ. บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ธีระ วีรธรรมสาธิต. (2533). ความผูกพันต่อองค์การ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนก / เทียบเท่าของเครือซีเมนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ สว.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรเดช ฉายอรุณ. (2542) การศึกษาการปรับตัวในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพเข้าใหม่ โดยใช้เวลาสำรวจซ้ำสองช่วงเวลา. ปรินูญานิพนธ์ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, อุดมศึกษา.
- ธีรพงษ์ อุ่มมณี. (2532). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด กรมสามัญศึกษา ในจังหวัดสงขลา. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. สงขลา : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.
- นพรัตน์ ศรีแปดริ้ว. (2546). ตัวแปรด้านลักษณะทางจิต ลักษณะทางพุทธ และลักษณะทางสังคม ที่ใช้ในการจำแนก การเข้ารับการฝึกอบรมทางพุทธศาสนาของเยาวชนไทย. ปรินูญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อุดมศึกษา.
- นภาเพ็ญ โหมาศวิน. (2533). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของสมาชิกในองค์การ : ศึกษากรณีสำนักงานปลัดสำนักงานนายกรัฐมนตรี. วิทยานิพนธ์ รศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นาถ พันธุมนาวิน. (2518). ความแตกต่างระหว่างผู้นำทางการเกษตร และผู้ที่มิใช่ผู้นำในเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พฤติกรรมกล้าเสี่ยง และพฤติกรรมแพร่ขยาย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- นิรันดร์ เอื้อทวีทรัพย์. (2539). ตัวแปรทางจิตวิทยาบางประการที่เกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- นุชนารถ ธาดุทอง. (2539). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความขัดแย้งในบทบาทความคลุมเครือในบทบาทลักษณะทางจิตบางประการ กับพฤติกรรมการทำงานของนักวิชาการศึกษาในส่วนภูมิภาค. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2523). การวัดทัศนคติเพื่อทำนายพฤติกรรม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2526). ครูกับการปลูกฝังจริยธรรมแก่นักเรียน. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน และคณะ. (2528.) ปัจจัยทางจิตวิทยานิเวศที่เกี่ยวข้องกับการอบรมเลี้ยงดูของมารดาไทย. รายงานการวิจัยฉบับที่ 32 กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดารารพ นีวาสะบุตร. (2546) ความผูกพันต่อองค์กร การศึกษากรณีเฉพาะ : พนักงานสายงานท่าอากาศยานกรุงเทพ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) . กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดุสิต น้ำฝน. (2529). การถ่ายทอดลักษณะความเป็นทหารกับความยึดมั่นผูกพันต่ออาชีพ : ศึกษากรณีนักเรียนนายเรืออากาศ. วิทยานิพนธ์ สม.ม. (สังคมวิทยา). กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ตันติมา ดั่งโยธา. (2540.) แรงจูงใจในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลจิตเวช สังกัดกรมสุขภาพจิต. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, อุดรธานี.
- บัญชา นิมประเสริฐ. (2542). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญยาณี จันทร์เจริญสุข. (2538). การรับรู้คุณภาพชีวิตงานกับความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษากรณีข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญรับ ศักดิ์มณี. (2532). การเสริมสร้างจิตลักษณะเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการทำงานราชการ. ปรินญานิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อุดรธานี

- ปฐมพร อาสน์วิเชียร. (2541). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสนใจในการเรียน และความภาคภูมิใจในตนเองในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการสอนแบบเรียนเป็นคู่ (Learning Cell) โดยใช้ชุดกิจกรรมคณิตศาสตร์กับการสอนตามคู่มือครู. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (การมัธยมศึกษา) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประชิด ศราพันธ์. (2523). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในงานและความพึงพอใจในงานกับอาการทางจิตของพยาบาลที่ปฏิบัติงานในหน่วยวิกฤต. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2538). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน. ปรินูญานิพนธ์. กศ.ด. (การบริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประสาธ ปันทวัฏ. (2516). ความสัมพันธ์ระหว่างผลสัมฤทธิ์ในวิชาวิทยาศาสตร์ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และการคิดแบบอเนกมัย. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยวิชาการศึกษา ประสานมิตร.
- ปรินูญา ณ.วันจันทร์. (2536). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานของครูประถมศึกษาในจังหวัดเชียงราย. ปรินูญานิพนธ์ วท.ม. (พฤติกรรมศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2536). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2533). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อสารกรุงเทพ.
- _____. (2533). ความผูกพันต่อสถาบันของบุคลากรในสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2530). สุขภาพจิตเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : บัณฑิตการพิมพ์.
- ผอบเขียว วงศ์ภักดี. (2537). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมในธนาคารพาณิชย์ไทย. ปรินูญานิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พระราชสิริ อาสาเสนีย์. (2546). การศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของวิศวกร บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน). สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พิชญารณ อิงคามระธร. (2532). *ความเป็นผู้นำทางวิชาการ ความพึงพอใจในงานของหัวหน้าภาควิชาในสถานศึกษาพยาบาลที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารภาควิชา*. ปรินญานิพนธ์. กศ.ด. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

— ภรณ์ กীরติบุตร. (2529). *การประเมินประสิทธิผลขององค์กร = Evaluation of Organizational Effectiveness*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ภิญโญ สาทร. (2517). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2540). *การพัฒนาองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ยศวรณ นิพัฒน์ศิริผล. (2541). *ปัจจัยด้านบุคคลและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการพยาบาลของพยาบาลวิชาชีพในหออภิบาลผู้ป่วยหนักในโรงพยาบาลของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

โยธิน ต้นสนยุทธ. (2530). *มนุษย์สัมพันธ์ : จิตวิทยาการทำงานในองค์การ*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์.

— ลัดดา สัจพันธุ์โรจน์. (2545). *บรรยากาศองค์การและความผูกพันต่อองค์การในทัศนะของพนักงานบริษัท ชีโน-ไทย เอ็นจีเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วัลย์ลีลา สวัสดิ์นฤเดช. (2539). *สภาพแวดล้อมในการทำงานตามทัศนะของข้าราชการฝ่ายธุรการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, อัดสำเนา.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2537). *การพัฒนาองค์การ และแนววิศกรรม*. กรุงเทพฯ : ส. เอเซียเพรส.

วิชัย เอียดบัว. (2534). *ลักษณะจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมทางวิชาการของครูประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร*. ปรินญานิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

วีรพล พงษ์จิระศักดิ์. (2539). *ความผูกพันของตำรวจป้องกันและปราบปรามจลาจลต่อหน่วยงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีกองกำกับการป้องกันและปราบปรามจลาจล*. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วุฒิชัย จำนง. (2522). *การบริหารสำหรับผู้จัดการและหัวหน้าหน่วยงานระดับกลาง*. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

- ศักดิ์ชัย นิรัญทวิ. (2531) ความแปลกแยกกับพฤติกรรมการทำงานของครูสังกัด กรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ศุภากร มนตรีพิศุทธิ์. (2544). ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรสายการบริหารพัสดุในมหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2516). การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2523) การบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สมยศ นาวิการ. (2536). การบริหาร(Management). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- สมศักดิ์ ชาติมาลา. (2537). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สมศักดิ์ มั่นสวัสดิ์. (2531). พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารวิทยาลัยโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงาน การประถมศึกษา จังหวัด สุพรรณบุรี. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สอาด วงศ์อนันต์นนท์. (2538). "คำเฉลี่ยกับการแปลความหมาย : เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้," ข่าวสารการวิจัยการศึกษา. 18(3) : 8 – 11 ; กุมภาพันธ์ – มีนาคม.
- สุกานดา บัณฑิตยารักษ์. (2524). ทศนคติของนักศึกษาพยาบาลต่อการปฏิบัติงานอนามัยชุมชนในชนบท. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนารี เตชะโชควิวัฒน์. (2527). ความสัมพันธ์ระหว่างการอบรมเลี้ยงดู วินัยในตนเอง และความภาคภูมิใจในตนเอง. ปรินญาณิพนธ์. กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุจิตรา จรจิตร. (2532). ปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ในตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาในมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค. ปรินญาณิพนธ์. กศ.ด. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุนีย์ เวชพราหมณ์. (2546). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัย. ปรินญาณิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุพิศ กิตติรัชดา. (2538). การสร้างเสริมพลังอำนาจในงานกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลของรัฐ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ พ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุนทรี ตรีอำนรรค. (2541). บรรยาการองค์การของโรงพยาบาลตำรวจ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- สิทธิโชค วรานุกุล. (2530). จิตวิทยาการบริหารองค์การ. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์.
- เสนาะ ดิยาวี. (2534). การบริหารตัวบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสนาะ ดิยาวี และคณะ. (2527). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนันต์ชัย คงจันทร์. (2529). "ความผูกพันต่อองค์การ," ใน จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 9 : 34 – 41 ; กันยายน.
- อรุณ รักธรรม. (2531). หลักมนุษยสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร. ไทยวัฒนาพานิช.
- อรุณ ศรีวรรณชาติ. (2535). ขวัญของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัด นครศรีธรรมราช. ปรินิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- อ้อมเดือน สดมณี. (2536). ผลของการฝึกอบรมทางพุทธพฤติกรรมศาสตร์ต่อจิตลักษณะ และประสิทธิภาพของครู. ปรินิพนธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อังคณา โกสิยสวัสดิ์. (2534). ความผูกพันกับสถาบันและความพึงพอใจในงานของอาจารย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินิพนธ์ กศ.ม.(การบริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัมเรศน์ ชาวสวนกล้วย. (2534). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การ ความรู้สึก ว่าเหนือ ความทนทานกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาล สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อัดสำเนา.
- อารี เพชรผุด. (2530). มนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน. กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์.
- อุบล ภัสระ. (2535). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานของครูมัธยมศึกษา. ปรินิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Branden, N. (1981). *The Psychology of Self – Esteem*. 15th ed. New York : Bantam Book's Inc.
- Buchanan II , B . (1974). "Government managers , Business Executives , and Organizational Commitment," *Public Administration Review*. 339 – 347 ; July – August.
- Chang , Dianfu.(1991). "A Study of Teacher Commitment and Performance in the Public Junior High School of Taiwan," *Dissertation Abstracts International*. 51 : 3281 – A ; April.

- Cook , John D. and other. (1981). *The Experience of Work : A Compendium and Review of 249 Measures and Their Use*. London : Academic Press , Inc.
- Coopersmith (1981). *SEI : Self-esteem Inventories*. California. Psychologist Press.
- Eisenberger , R. and others. (1990). "Perceived Organizational Support and Employee Diligence Commitment and Innovation," *Journal of Applied Psychology*. 75 : 51 – 59.
- Etzioni , A. (1975). *A Comparative Analysis of Complex Organizations*. New York : The Free Press. 9.
- Fjortoft, Nancy.(1993, May). "Factors Predicting Faculty Commitment to the University," *The Annual Forum of the Affociation for institutional Research*. 33(1): 26.
- Glisson, Charles and mark Durick. (1989, March). "Predictors of Job Satisfaction and Organizational Commitment in human Service Organization," *Administrative Science Quarterly*. 33(1) : 61 – 81.
- Grube , Jean Ann. (1991). "Organizational Commitment : A Social Information Processing Perspective," *Dissertation Abstracts International*. 51 : 4190 – A ; June.
- Grusky , Oscar. (1966). "Employee reactions to job Characteristic," *Journal of Applied Psychology*. 55 : 259 – 285.
- Hall , Douglas , and Benjamin Scheider. (1972, June). "Correlates of Organizational Identification as and Punetion Career Pattern and Organizational Type." *Administrative Science Quarerly*. 17 : 340 -350.
- Hamacheck, D.E. (1978). *Encounters with the Self*. 2nd ed. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Hoyle , Douglas Edward. (1990). "The Relationship of Varying Organization Structures with Faculty Communication Satisfaction , Job Satisfaction , Organizational Commitment , and Morale in Academic Setting," *Dissertation Abstracts International*. 51 : 1519 – A ; November.
- Hull , O.T. and B. Schneider. (1972). "Correlates of Organization Identification as A Function of Career Pattern and Organizational Type," *Administrative Science Quarterly*. 17 : 340 – 350 ; September.
- Maslow, A.H. (1970). *Motivation and Personality*. 2nd ed. New York : Harper & Row Publishers.

- Mathieu , John E. and D.M. Zajac.(1990). "A Review and Meta – Analysis of the Antecedent , Correlates , and Consequences of Organizational Commitment," *Journal of Applied Psychology*. 75 : 171 –194.
- McMillan and Others. (1995). *Economic Growth, Political and Civil Liberties*. San Francisco , California.
- ✓ Meyer , J.P., N.J. Allen and C.A. Smith.(1989). "Organizational Commitment and job Performance : It's the Nature of the Commitment that Counts," *Journal of Applied Psychology*. 74 : 152 –156.
- _____. (1991). "Commitment to Organizations and Occupations : Extension and Test of A Three – Component Conceptualization ," *Journal of Applied Psychology*. 78 : 538 – 551.
- Mowday , Richard M., Lyman W. Porter and Richard M. Steers. (1982). *Employee Organization Linkage : The Psychology of Commitment , Absenteeism and Turnover*. New York : Academic Press.
- Porter , L.W. and others. (1974). "Organizational Commitment ,Job Satisfaction , and Turnover Among Psychiatric Technicians," *Journal of Applied Psychology*. 59 : 603 – 609 ; October.
- Rosenberg , M. (1979). *Conceiving the Self*. New York : Basic Books.
- Sasse, C.R. (1978). *Person to Person*. Peoria, Illinois : Benefit Publishing.
- Sekaran, Uma. (1992). *Research Methods for business*. 2nd ed. John Wiley & Son, Inc. New York Chochester Brisbane Toronto Singapore.
- Sheldon, Mary E. (1971). "Investment and Involvement as Mechanism Producing Commitment to the Organization," *Administrative Science Quarterly*. 16 : 143 –150.
- Steers , Richard M. (1977). "Antecedent and Outcome Job Organizational Commitment," *Administrative Science Quarterly*. 22 : 46 – 56 .
- _____.(1984). *Introduction to Organizational Behavioral*. Second Edition. Glenview : Scott Foresman and Company.
- Steers , Richard M. and Lyman W. Porter. (1983). "Employee Commitment to Organization," in *Motivation & Work Behavior*. P.443. Third Edition. New York : McGraw-Hill Book Company.
- Vroom. Victor H. (1964). *Work and Motivation*. New York : John Willey and Sons.

- Wanous , J.P. and others "The Effects of Next Expectations on Newcomer Attitudes and Behaviors : A Review and Meta-Analysis," *Journal of Applied Psychology*. 77 : 288 – 297.
- Willaims, L.K. (1973). "Some Developmental Correlates of Scarcity." *Human Relations*. 26 (1) , 51 – 65.
- Youngs, G.A. and others. (1990). "Adolescent Stress and Self – Esteem," *Adolescence*. 25 : 333 – 341.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

1. หนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



ที่ ศธ 0519.12/ 6101

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/3 สิงหาคม 2546

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายบุคคล บริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวอรัญญา ตั้งทองเพ็ชร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน)” โดยมี ศาสตราจารย์ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้พนักงานของบริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน)จำนวน 30 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน) ในระหว่าง เดือนสิงหาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวอรัญญา ตั้งทองเพ็ชร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภกรรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-6699333 ต่อ 9438

มือถือ 06-3213711



ที่ ศธ 0519.12/ 6119

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/3 สิงหาคม 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายบุคคล บริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวอรัญ ตั้งทองเพชร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทGMM GRAMMYจำกัด (มหาชน)” โดยมี ศาสตราจารย์ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้พนักงานของ บริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน)จำนวน 200 คน ตอบแบบสอบถามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทGMM GRAMMYจำกัด(มหาชน) ในระหว่างเดือนสิงหาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวอรัญ ตั้งทองเพชร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-6699333 ต่อ 9438

มือถือ 06-3213711

แบบสอบถาม

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท
GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้าพเจ้า นางสาว อรทัย ตั้งทองเพชร นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเอก จิตวิทยาการ
แนะแนว ภาควิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติจากบัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้ทำการวิจัย เรื่อง “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความ
ผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)” เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ในการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็น
ประโยชน์อย่างยิ่งต่อองค์กรและผู้สนใจที่นำไปพัฒนาความผูกพันในองค์กรให้มีเพิ่มขึ้นได้
ต่อไป

ท่านเป็นผู้หนึ่งที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้จากท่านอย่างครบถ้วนตาม
ความเป็นจริงมากที่สุด จะช่วยให้ผลการวิจัยที่ได้รับมีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้
ประโยชน์ได้ต่อไป ดังนั้น ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม
โดยคำตอบของท่านจะไม่มีการเปิดเผยให้เกิดผลเสียต่อท่านในทุก ๆ ด้าน การเสนอข้อมูลจะ
เสนอโดยภาพรวมเพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับ
ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ
อรทัย ตั้งทองเพชร
นิสิตปริญญาโท
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ☐ ในช่อง ☐ ที่ต้องการและเติม
ข้อความให้สมบูรณ์

1. ฝ่าย

☐ ฝ่ายการตลาด ☐ ฝ่ายผลิตรายการ ☐ ฝ่ายบัญชี-การเงิน ☐ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล &
ธุรการจัดซื้อ ☐ ฝ่ายอื่นๆระบุ.....

2. อายุ.....ปี

3. ระยะเวลาที่ทำงาน ปี เดือน

4. เงินเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001 – 20,000 บาท ☐ มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 กรุณาใส่เครื่องหมาย ☐ ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิด ความรู้สึกของท่าน
โดยมีหลักเกณฑ์ในการตอบ ดังนี้

จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับตัวท่านมากที่สุด
จริง	หมายถึง	ตรงกับตัวท่านมาก
ไม่จริง	หมายถึง	ตรงกับตัวท่านน้อย
ไม่จริงที่สุด	หมายถึง	ตรงกับตัวท่านน้อยที่สุด

ข้อความ	จริงที่ สุด	จริง	ไม่จริง	ไม่จริง ที่สุด
1. ข้าพเจ้าเชื่อมั่นว่าองค์กรสามารถบริหารธุรกิจให้เจริญ เติบโตอย่างต่อเนื่อง				
2. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้มีกรอบแนวทางการบริหารที่ คำนึงถึงลูกค้า				
3. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้มีกรอบแนวทางการบริหารที่ คำนึงถึงพนักงาน				
4. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้มีกรอบแนวทางการบริหารที่ คำนึงถึงผู้ถือหุ้น				
5. ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับนโยบายการบริหารงานของบริษัท				
6. ผู้ถือหุ้นต่างช่วยกันเสนอความคิดเพื่อพัฒนางานของ บริษัทให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น				
7. ข้าพเจ้าเคารพในความสามารถของพนักงานทุกคนใน องค์กร				

ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
8. ในองค์กรของข้าพเจ้า พนักงานมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน				
9. ข้าพเจ้าสามารถไว้วางใจเพื่อนร่วมงานในบริษัทได้				
10. พนักงานในองค์กรของข้าพเจ้ามีความน่าเชื่อถือ				
11. เพื่อนร่วมงานแต่ละคนมีความตั้งใจในการทำงาน				
12. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโต				
13. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถบริหารพนักงาน รวมทั้งจัดการปัญหาอุปสรรค ต่างๆที่เกิดขึ้นได้				
14. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
15. องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง				
16. ข้าพเจ้าพอใจที่ได้รับเงินเดือนตามความสามารถของข้าพเจ้า				
17. ข้าพเจ้ารู้สึกภาคภูมิใจที่ได้รับโบนัสจากบริษัทเป็นประจำทุกปี				
18. ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจที่บริษัทมองเห็นความสำคัญของความมั่นคงในชีวิตการทำงาน of พนักงานทุกคน บริษัทจึงดำเนินการให้พนักงานทุกคนมีเงินสะสม				
19. ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานล่วงเวลา แม้ว่าจะไม่ได้ค่าตอบแทน				
20. ข้าพเจ้าพอใจที่ได้รับสวัสดิการในการรักษาพยาบาลจากบริษัท				
21. ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจที่บริษัทให้สวัสดิการในการประกันชีวิตให้แก่พนักงาน				
22. ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจที่ได้รับสิทธิประโยชน์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทในราคาถูกกว่าปกติ				
23. ข้าพเจ้าพร้อมที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จโดยไม่ย่อท้อต่อความยากลำบากหรืออุปสรรคใดๆ				

ข้อความ	จริงที่สุด	จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
24. ข้าพเจ้าทุ่มเท สติปัญญาและความสามารถ ให้กับงานที่ข้าพเจ้ารับผิดชอบ				
25.ข้าพเจ้าพัฒนางานของตนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง				
26.ข้าพเจ้ามีความตั้งใจจริงที่จะทำงานตามที่ได้รับมอบหมายด้วยความอุตสาหะพยายาม				
27.บางครั้งข้าพเจ้าก็รู้สึกท้อใจที่ทำงานไม่ได้ตามที่ บริษัทต้องการ				
28.ข้าพเจ้ายินดีที่จะร่วมงานกับบริษัทอื่น ถ้าบริษัทนั้นเสนองานที่ดีกว่าที่ข้าพเจ้าทำในปัจจุบัน				
29.ข้าพเจ้ามีความสามารถที่จะจัดเวลาทำงานได้อย่างเหมาะสม				
30.ข้าพเจ้ารู้สึกว่ เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับผลงานที่ข้าพเจ้ารับผิดชอบ				
31.ข้าพเจ้ารู้สึกว่ หัวหน้างานชื่นชมผลการปฏิบัติงานของข้าพเจ้า				
32.ข้าพเจ้าได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน				
33.ข้าพเจ้ามีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่นด้วย				
34.ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานของข้าพเจ้า				
35.บริษัทที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่นี้มีวัสดุอุปกรณ์ที่เพียงพอและเอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการทำงาน				
36.หัวหน้างานให้ความเป็นธรรมแก่พนักงานทุกคน				
37.บริษัทที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่นี้เปิดโอกาสให้พนักงานได้ไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน				
38.บริษัทที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่นี้สนับสนุนพนักงานทุกคนให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน				
39.ในการทำงานเพื่อนร่วมงานต่างให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน				

ขอขอบคุณในความร่วมมือในครั้งนี้

อรรถัย ตั้งทองเพชร

ภาคผนวก ข

การหาค่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่างๆ

ตาราง 13 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมาย

ลำดับที่	ปัจจัย	R	R ²	F
1	เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.624	.389	126.297**
2	เจตคติที่ดีต่อองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน	.688	.473	31.184**
3	เจตคติที่ดีต่อองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน, บรรยากาศในองค์กร	.658	.487	5.548*
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05		
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01		

ตาราง 14 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายเป็นตัวเกณฑ์

Model	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1	Regression	1	19.037	19.037	126.297**
	Residual	198	29.846	.151	
	Total	199	48.883		
2	Regression	2	23.116	11.558	88.367**
	Residual	197	25.767	.131	
	Total	199	48.883		
3	Regression	3	23.825	7.942	62.121**
	Residual	196	25.058	.128	
	Total	199	48.883		
*	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05				
**	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01				

ตาราง 15 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นและ
การยอมรับเป้าหมาย ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้
วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise)

ปัจจัย		b	SE	β	t
ค่าคงที่ (Constant)		.448	.200		
บรรยากาศในองค์กร		.327	.082	.307	3.985**
เจตคติที่ดีต่อองค์กร		.365	.075	.320	4.843**
แรงจูงใจในการทำงาน		.154	.066	.177	2.355*
R	=	.698			
R ²	=	.487			

* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
** แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 16 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม

ลำดับที่	ปัจจัย	R	R ²	F
1	บรรยากาศในองค์กร	.573	.328	96.797**
2	บรรยากาศในองค์กร, เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.603	.363	10.761**

* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
** แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 17 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยมเป็นตัวเกณฑ์

Model	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1	Regression	1	15.779	15.779	96.797**
	Residual	198	32.276	.163	
	Total	199	48.054		
2	Regression	2	17.450	8.725	56.165**
	Residual	197	30.604	.155	
	Total	199	48.054		
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05			
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01			

ตาราง 18 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรด้านค่านิยม ของพนักงานบริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise)

ปัจจัย	b	SE	β	t
ค่าคงที่ (Constant)	1.030	.197		
บรรยากาศในองค์กร	.332	.070	.385	4.761**
เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.279	.085	.265	3.280**
R	=	.603		
R ²	=	.363		
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05		
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01		

ตาราง 19 ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพเข้าสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์

ลำดับที่	ปัจจัย	R	R ²	F
1	บรรยากาศในองค์กร	.722	.521	215.281**
2	บรรยากาศในองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน	.755	.570	22.484**
3	บรรยากาศในองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน, เจตคติที่ดีต่อองค์กร	.767	.588	8.472**
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05		
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01		

ตาราง 20 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise) เมื่อใช้ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์เป็นตัวเกณฑ์

Model	ความแปรปรวน	df	SS	MS	F
1	Regression	1	25.782	25.782	215.281**
	Residual	198	23.713	.120	
	Total	199	49.495		
2	Regression	2	28.211	14.106	130.563**
	Residual	197	21.284	.108	
	Total	199	49.495		
3	Regression	3	29.093	9.698	93.167**
	Residual	196	20.402	.104	
	Total	199	49.495		
*	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05				
**	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01				

ตาราง 21 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรด้านวิสัยทัศน์ของพนักงาน
บริษัท GMM GRAMMY (จำกัด) มหาชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ
แบบเป็นขั้น (Stepwise)

ปัจจัย		b	SE	β	t
ค่าคงที่ (Constant)		.552	.181		
บรรยากาศในองค์กร		.401	.059	.457	6.778
เจตคติที่ดีต่อองค์กร		.244	.068	.213	3.591
แรงจูงใจในการทำงาน		.215	.074	.201	2.911
R	=	.767			
R ²	=	.588			
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05			
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01			

ภาคผนวก ค

คำอำนาจจำแนกรายข้อและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร

ตาราง 22 แสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Total Correlation Coefficient) และความเชื่อมั่นของแบบวัดความผูกพันต่อองค์กร

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าอำนาจจำแนก
1	ข้าพเจ้าเชื่อมั่นว่าองค์กรสามารถบริหารธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง	.52
2	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้มีกรอบแนวทางการบริหารที่คำนึงถึงลูกค้า	.67
3	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้มีกรอบแนวทางการบริหารที่คำนึงถึงพนักงาน	.60
4	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้มีกรอบแนวทางการบริหารที่คำนึงถึงผู้ถือหุ้น	.36
5	ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับนโยบายการบริหารงานของบริษัท	.73
6	ผู้ถือหุ้นต่างช่วยกันเสนอความคิดเพื่อพัฒนางานของบริษัทให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น	.47
7	ข้าพเจ้าเคารพในความสามารถของพนักงานทุกคนในองค์กร	.46
8	ในองค์กรของข้าพเจ้า พนักงานมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	.66
9	ข้าพเจ้าสามารถไว้วางใจเพื่อนร่วมงานในบริษัทได้	.36
10	พนักงานในองค์กรของข้าพเจ้ามีความน่าเชื่อถือ	.30
11	เพื่อนร่วมงานแต่ละคนมีความตั้งใจในการทำงาน	.55
12	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโต	.54
13	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถบริหารพนักงาน รวมทั้งจัดการปัญหาอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นได้	.56
14	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ	.52
15	องค์กรที่ข้าพเจ้าทำงานนี้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง	.52

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร เท่ากับ .87

ตาราง 23 แสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Total Correlation Coefficient) และความเชื่อมั่นของแบบวัดด้านลักษณะบุคคล

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าอำนาจจำแนก
1	ข้าพเจ้าพอใจที่ได้รับเงินเดือนตามความสามารถของข้าพเจ้า	.64
2	ข้าพเจ้ารู้สึกภาคภูมิใจที่ได้รับโบนัสจากบริษัทเป็นประจำทุกปี	.55
3	ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจที่บริษัทมองเห็นความสำคัญของความมั่นคงในชีวิตการทำงาน ทำงานของพนักงานทุกคน บริษัทจึงดำเนินการให้พนักงานทุกคนมีเงิน สะสม	.73
4	ข้าพเจ้ายินดีที่จะทำงานล่วงเวลา แม้ว่าจะไม่ได้ค่าตอบแทน	.27
5	ข้าพเจ้าพอใจที่ได้รับสวัสดิการในการรักษาพยาบาลจากบริษัท	.52
6	ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจที่บริษัทให้สวัสดิการในการประกันชีวิตให้แก่พนักงาน	.54
7	ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจที่ได้รับสิทธิประโยชน์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทใน ราคาถูกลงกว่าปกติ	.30
8	ข้าพเจ้าพร้อมที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จโดยไม่ย่อท้อต่อความยาก ลำบากหรืออุปสรรคใดๆ	.70
9	ข้าพเจ้าทุ่มเท สติปัญญาและความสามารถ ให้กับงานที่ข้าพเจ้ารับผิดชอบ	.78
10	ข้าพเจ้าพัฒนางานของตนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	.74
11	ข้าพเจ้ามีความตั้งใจจริงที่จะทำงานตามที่ได้รับมอบหมายด้วยความ อุตสาหะพยายาม	.64
12	บางครั้งข้าพเจ้าก็รู้สึกท้อใจที่ทำงานไม่ได้ตามที่ บริษัทต้องการ	.30
13	ข้าพเจ้ายินดีที่จะร่วมงานกับบริษัทอื่น ถ้าบริษัทนั้นเสนองานที่ดีกว่าที่ ข้าพเจ้าทำในปัจจุบัน	.33
14	ข้าพเจ้ามีความสามารถที่จะจัดเวลาทำงานได้อย่างเหมาะสม	.43
15	ข้าพเจ้ารู้สึกว่า เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับผลงานที่ข้าพเจ้ารับผิดชอบ	.70
16	ข้าพเจ้ารู้สึกว่า หัวหน้างานชื่นชมผลการปฏิบัติงานของข้าพเจ้า	.67
17	ข้าพเจ้าได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน	.77
18	ข้าพเจ้ามีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่นด้วย	.37

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร เท่ากับ .89

ตาราง 24 แสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Total Correlation Coefficient) และความเชื่อมั่นของแบบวัดด้านบรรยากาศในองค์กร

ข้อ	ข้อคำถาม	ค่าอำนาจจำแนก
1	ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานของข้าพเจ้า	.51
2	บริษัทที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่นี้มีวัตถุประสงค์ที่เพียงพอและเอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการทำงาน	.74
3	หัวหน้างานให้ความเป็นธรรมแก่พนักงานทุกคน	.68
4	บริษัทที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่นี้เปิดโอกาสให้พนักงานได้ไปศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน	.67
5	บริษัทที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่นี้สนับสนุนพนักงานทุกคนให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	.74
6	ในการทำงานเพื่อนร่วมงานต่างให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	.76

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร เท่ากับ .88

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นางสาว อรทัย ตั้งทองเพชร
วันเดือนปีเกิด	2 กรกฎาคม 2517
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพฯ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	20 / 96 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 10600
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	พนักงานบริษัทเอกชน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท GMM GRAMMY จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสตรีวิทยา
พ.ศ. 2540	วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2547	การศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ