

อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจ
จำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

The Influence of Quality of Work Life on Organizational Commitment of
Employees in Automotive Businesses in Mueang District, Phetchabun Province

ปิยนุช พรหมประเสริฐ^{1*} ปิยะวัน เพชรหมี่² นันทกานต์ ศรีปลั่ง³ และ ประณีต ใจหนัก⁴
Piyanut Promprasert^{1*} Piyawan Petmee² Nuntakan Sriplang³ and Praneet Jainak⁴

^{1*,2,3,4}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

^{1*,2,3,4}Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

*Corresponding author E-mail: piyanut.prom@pcur.ac.th

Received: June 4th, 2026; Revised: July 6th, 2026; Accepted: July 27th, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ การวิจัยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 171 คน ในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถและด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ธุรกิจจำหน่ายยานยนต์

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the levels of quality of work life and organizational commitment among employees in automotive businesses in Mueang District, Phetchabun Province; and 2) investigate the influence of quality of work life on the organizational commitment of these employees. The study utilized questionnaires to collect data from a sample of 171 employees in car dealerships within Mueang District, Phetchabun Province. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The research findings revealed that: 1) both the overall quality of work life and the overall organizational commitment of the employees in these automotive businesses were at a high level; and 2) quality of work life significantly influenced the organizational commitment of the employees in two dimensions, namely, the opportunity to develop human capacities and the social relevance of work life, at a statistical significance level of 0.05

Keywords: Quality of Work Life, Organizational Commitment, Automotive Dealership Business

บทนำ

อุตสาหกรรมจำหน่ายยานยนต์เป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค สถาบันการเงิน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน อีกทั้งยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ การจ้างงาน และการลงทุนภายในประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2568 ตลาดรถยนต์ไทยมียอดจำหน่ายรวม 621,166 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 จากปีก่อนหน้า สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมหลังจากเผชิญภาวะชะลอตัวในช่วงที่ผ่านมา (วัชรพันธ์ นิยม, 2569) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมจำหน่ายยานยนต์จึงมีบทบาทสำคัญมาก เนื่องจากองค์กรต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในหลากหลายสายงาน ได้แก่ ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด ฝ่ายสินเชื่อ ฝ่ายบริการหลังการขาย และฝ่ายช่างเทคนิค ซึ่งเปรียบเสมือนฟันเฟืองในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น หากขาดใครไปสักคนก็อาจทำให้การทำงานสะดุดจนก่อให้เกิดปัญหามากมายตามมาส่งผลกระทบต่อรายได้และความมั่นคงขององค์กรได้ การขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่และรถยนต์ไฟฟ้า องค์กรจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือ “ความผูกพันต่อองค์กร” (Organizational Commitment) ซึ่งเป็นความรู้สึกยึดมั่น ท่วมเท และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จขององค์กร โดยพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีความตั้งใจในการทำงาน มีความรับผิดชอบ และพร้อมสนับสนุนเป้าหมายขององค์กรอย่างเต็มกำลัง ส่งผลให้องค์กรสามารถรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพไว้ได้ในระยะยาว (พัชรินทร์ จันทรสสุข และพรศักดิ์ สุจริตรักษ์, 2565)

ปัจจุบันธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในจังหวัดเพชรบูรณ์กำลังเผชิญความท้าทายด้านการรักษาบุคลากร โดยเฉพาะพนักงานขาย พนักงานบริการ และช่างเทคนิคที่มีความรู้ความสามารถ เนื่องจากแรงงานจำนวนหนึ่งมีแนวโน้มย้ายไปทำงานในองค์กรขนาดใหญ่หรือพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของประเทศ เช่น กรุงเทพมหานคร และเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ซึ่งเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมยานยนต์และการผลิตสมัยใหม่ของประเทศไทย ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) พบว่า ในปี 2565 ประเทศไทยมีผู้ย้ายถิ่นจำนวน 809,000 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ของประชากรทั้งประเทศ โดยสาเหตุหลักของการย้ายถิ่นคือด้านการหางาน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ของผู้ย้ายถิ่นทั้งหมด หรือประมาณ 281,000 คน สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านอาชีพรายได้ และโอกาสความก้าวหน้าในการทำงานเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้แรงงานเคลื่อนย้ายจากพื้นที่หนึ่งไปยังอีกพื้นที่หนึ่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) ในขณะเดียวกัน เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งครอบคลุมจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา มีความต้องการแรงงานจำนวนมาก โดยมีการประมาณการความต้องการกำลังคนกว่า 475,000 คน ภายในระยะเวลา 5 ปี เพื่อรองรับการเติบโตของ 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในการดึงดูดแรงงานที่มีทักษะจากภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจรองลงมา สำหรับจังหวัดเพชรบูรณ์แม้ว่ายังไม่มีสถิติการย้ายงานของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์โดยตรง แต่จากแนวโน้มการย้ายถิ่นเพื่อการทำงานของแรงงานไทย ประกอบกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในพื้นที่ EEC และกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในจังหวัดเพชรบูรณ์ต้องเผชิญกับปัญหาการสูญเสียบุคลากรที่มีศักยภาพไปยังองค์กรขนาดใหญ่ที่มีค่าตอบแทน สวัสดิการ และโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพที่สูงกว่า ส่งผลให้เกิดต้นทุนในการสรรหาและพัฒนาบุคลากรใหม่ รวมถึงอาจกระทบต่อประสิทธิภาพการให้บริการและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าว การสร้างความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นประเด็นที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ โดยหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรได้ คือ “คุณภาพชีวิตในการทำงาน” (Quality of Work Life) ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความมั่นคงในการทำงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน โอกาสในการพัฒนาตนเอง และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ทั้งนี้เมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ย่อมส่งผลให้เกิดความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัย มีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร และพร้อมที่จะทุ่มเทความรู้

ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ ในทางตรงกันข้าม หากองค์กรละเลยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงาน อาจส่งผลให้พนักงานเกิดความเครียด ความไม่พึงพอใจในการทำงาน ขาดแรงจูงใจ และลดระดับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการลาออก การขาดงาน และการสูญเสียบุคลากรที่มีคุณค่า ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (อิสระ สุขสานต์ และ สุมาลี ธรรมานัญญ์, 2565) สอดคล้องกับแนวคิดของ Allen and Meyer (1991) ที่อธิบายว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความจงรักภักดี และพร้อมที่จะคงอยู่กับองค์กรในระยะยาว อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรและลดแนวโน้มการลาออกหรือการโยกย้ายแรงงาน จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในจังหวัดเพชรบูรณ์ควรให้ความสำคัญ เพื่อรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์” เพื่อศึกษาว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในระดับใด และในมิติใดบ้าง ตลอดจนเพื่อใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการในการกำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสม อันจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน สร้างความผูกพันต่อองค์กร ลดปัญหาการลาออก และส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง ดัชนีวัดความสุขและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อทั้งสุขภาวะส่วนบุคคลและขีดความสามารถในการผลิตผลงาน ดังที่ Walton (1975) ที่อธิบายว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานคือการออกแบบประสบการณ์การทำงานที่สามารถตอบสนองความต้องการและคุณค่าความเป็นมนุษย์ของบุคลากรได้อย่างสมดุล ทั้งในมิติส่วนตัวและมิติทางสังคม โดยองค์ประกอบสำคัญถูกจำแนกออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ 1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ค่าตอบแทนที่ได้รับจากการทำงานที่เหมาะสมกับปริมาณงานที่ทำอยู่ และเงินเดือนที่ได้รับเพียงพอที่จะดำรงชีวิตตามมาตรฐานสังคมทั่วไป 2) สภาพการทำงานที่ปลอดภัย ผู้ปฏิบัติงานควรจะอยู่ในสภาพแวดล้อมทางด้านร่างกาย และสิ่งแวดล้อมของการทำงานที่ป้องกันอุบัติเหตุ มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและเพียงพอ 3) โอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ องค์กรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้รับการพัฒนาทักษะ เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม การได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ ในการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานได้มี ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและความรู้สึกท้าทายในการทำงาน 4) ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน เป็นงานที่ผู้ปฏิบัติได้รับมอบหมายจะมีผลต่อการคงไว้และขยายความสามารถมี โอกาสได้รับการพิจารณาให้เลื่อนตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น มีความมั่นคงในอาชีพ ตลอดจนเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานและสมาชิกในครอบครัว 5) การบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธภาพในองค์กร คือการได้รับการยอมรับและให้เกียรติจากเพื่อนร่วมงาน บุคคลในองค์กรมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม องค์กรมีการยอมรับและร่วมมือกันทำงาน มีการเคารพในสิทธิส่วนบุคคลซึ่งกันและกัน 6) ธรรมเนียมในองค์กร คือ การทำงานที่มีกฎระเบียบข้อบังคับในการทำงาน ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดการเคารพสิทธิและหน้าที่ส่วนบุคคลมีความเสมอภาคในเรื่องต่าง ๆ ของงานตามความเหมาะสมเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาให้เกียรติและเคารพในสิทธิและหน้าที่ส่วนบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน 7) ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ คือ การจัดแบ่งเวลาที่เหมาะสมสำหรับตนเอง งาน ครอบครัว และอื่น ๆ ผู้ปฏิบัติมีความรู้สึกพอใจในขณะปฏิบัติงาน 8) การเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม หรือกิจกรรมการทำงานที่ดำเนินไปในลักษณะที่ได้ รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งก่อให้เกิดการเพิ่มคุณค่าความสำคัญต่องานของบุคลากร ได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อบุคคลรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีคุณค่า ก็จะเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลนั้น ปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

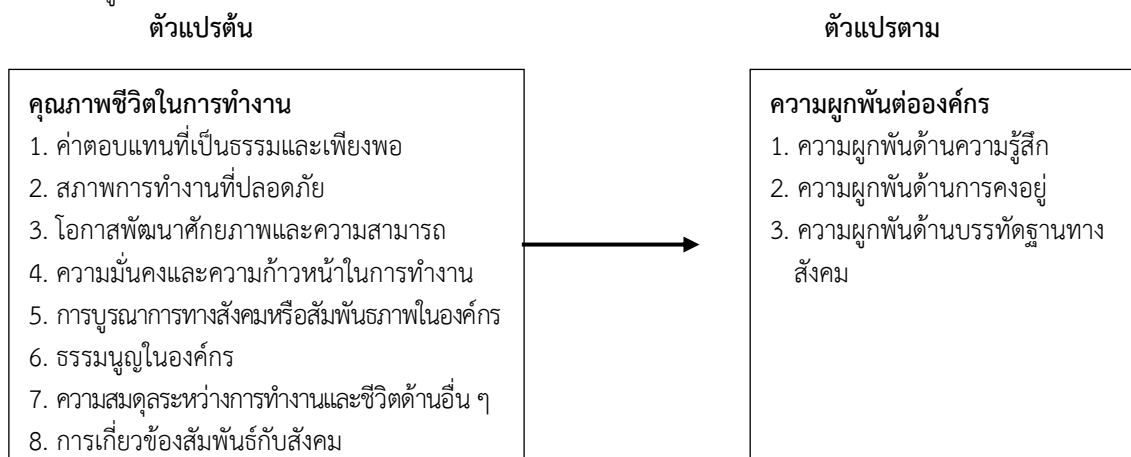
ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ทศคติเชิงบวก ความจงรักภักดี และความไว้วางใจที่พนักงานมีต่อองค์กร ตลอดจนความมุ่งมั่นทุ่มเทที่จะร่วมงานเพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว รากฐานสำคัญในการอธิบายความผูกพันนี้ปรากฏเด่นชัดในทฤษฎีสามมิติของ Allen and Meyer (1991) ซึ่งได้จำแนกลักษณะของความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) เป็นความผูกพันที่เกิดขึ้นจากหัวใจและความรู้สึกภายในของบุคคล พนักงานมีความรัก ความประทับใจ และมีความยึดโยงทางอารมณ์กับเป้าหมาย ค่านิยม รวมถึงเพื่อนร่วมงานอย่างลึกซึ้ง ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนี้จะกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจในฐานะส่วนหนึ่งขององค์กร และเต็มใจที่จะทุ่มเทอุทิศตนทำงานอย่างสุดความสามารถด้วยความสมัครใจ 2) ความผูกพันด้านการคงอยู่ (Continuance Commitment) เป็นความผูกพันที่ตั้งอยู่บนฐานคิดเชิงประเมินผลได้ผลเสีย โดยพนักงานจะตระหนักและเปรียบเทียบระหว่างผลลัพธ์ที่จะได้รับหากยังคงทำงานอยู่ กับสิ่งที่จะต้องสูญเสียไปหากตัดสินใจลาออกจากองค์กร พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้สูงจะรู้สึกว่าคุณค่า ผลประโยชน์ หรือโอกาสที่ได้รับจากองค์กรในปัจจุบันนั้น มีมูลค่าและความมั่นคงสูงเกินกว่าความเสี่ยงที่จะก้าวออกไปเริ่มต้นใหม่ 3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Commitment) เป็นความผูกพันที่หล่อหลอมมาจากค่านิยม จริยธรรม และบรรทัดฐานของสังคมรอบข้าง พนักงานเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อนานาที่ที่ต้องตอบแทนบุญคุณองค์กรที่ได้ให้โอกาส ความผูกพันในมิตินี้จะแสดงออกผ่านความจงรักภักดี ความตั้งใจทำความดี และการพร้อมสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อรักษาชื่อเสียง ระบบระเบียบ และเป้าหมายที่ชัดเจนขององค์กรให้อยู่ในฐานะที่เป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ Mowday, Porter, and Steers (1982) ที่ระบุว่า ความผูกพันต่อองค์กรคือเครื่องสะท้อนถึงความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมร่วมกัน ตลอดจนความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร เช่นเดียวกับที่ Steers (1991) ได้ย้ำเตือนว่า การที่บุคลากรเกิดความรู้สึกหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กรนั้น ถือเป็นแก่นแท้ของพฤติกรรมที่มีความยึดมั่นและผูกพันอย่างแท้จริง ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันภายในที่คอยขับเคลื่อนให้ทุกภารกิจขององค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยลักษณะเชิงสำรวจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานธุรกิจยานยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 7.5% ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจำนวน 171 คน ในการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจยานยนต์ในพื้นที่ดังกล่าว ได้แก่ บริษัท เพชรบูรณ์ ฮอนด้าคาร์ส จำกัด 29 คน บริษัท โตโยต้า เพชรบูรณ์ จำกัด 30 คน บริษัท สันติอิชูซู เพชรบูรณ์ จำกัด 28 คน ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิตรศิลป์ เอ็มจี ออโต้ เพชรบูรณ์ 28 คน บริษัท พอร์ด นรินทร ยন্ত্রกิจ เพชรบูรณ์ 28 คน และบริษัท ศรีสมบูรณ์ ออโต้คาร์ เพชรบูรณ์ จำกัด 28 คน ทั้งนี้หลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับคืนมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำนวนทั้งสิ้น 171 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นคำถามเป็นปลายปิด (Close ended Question) แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ 2) คุณภาพชีวิตในการทำงาน จำนวน 32 ข้อ และ 3) ความผูกพันต่อองค์กร จำนวน 12 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตรวจสอบความตรง (Validity Test) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตามแนวคิดของ Rovinelli and Hambleton (1976) ที่กำหนดให้ข้อคำถามที่มีคุณภาพต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability test) ของเครื่องมือกับกลุ่มทดลอง (Try-out) จำนวน 30 ชุด โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.947 และตัวแปรความผูกพันต่อองค์กร มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.805 ซึ่งเครื่องมือทั้งสองส่วนมีค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้คือตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและมีคุณภาพเหมาะสมในการนำไปจัดเก็บข้อมูลภาคสนามต่อไป

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์และเก็บข้อมูลจากตัวแทนของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยแบบสอบถาม ระหว่างเดือน มิถุนายน – กันยายน 2568 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ จำนวน 171 ฉบับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 171 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 53.5 มีอายุมากที่สุดระหว่าง 20 ปีไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.9 มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 73.5 มีอยู่ตำแหน่งระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 90.6 มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 3 ปี ไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.5

2. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า พนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ในส่วนของคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณารูปแบบรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ($\bar{X} = 4.31$) ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.26$) ด้านการเกี่ยวข้องกับสังคม ($\bar{X} = 4.26$) ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ($\bar{X} = 4.25$) ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน ($\bar{X} = 4.25$) ด้านธรรมณูในองค์กร ($\bar{X} = 4.22$) และด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธ์ภาพในองค์กร ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ ดังแสดงตารางที่ 2 และผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาในส่วนของความผูกพันต่อองค์กร พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณารูปแบบรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้สึกรัก ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาด้านการคงอยู่ ($\bar{X} = 4.15$) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ ดังแสดงตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสัมประสิทธิ์ความผันแปรคุณภาพชีวิตในการทำงาน

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
1. ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	4.34	0.64	มาก
2. ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย	4.25	0.55	มาก
3. ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ	4.31	0.54	มาก
4. ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน	4.25	0.57	มาก
5. ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธ์ภาพในองค์กร	4.20	0.60	มาก
6. ด้านธรรมณูในองค์กร	4.22	0.51	มาก
7. ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ	4.26	0.52	มาก
8. ด้านการเกี่ยวข้องกับสังคม	4.26	0.52	มาก
คุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวม	4.26	0.43	มาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสัมประสิทธิ์ความผันแปรความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
1. ด้านความรู้สึกรัก	4.20	0.54	มาก
2. ด้านการคงอยู่	4.15	0.58	มาก
3. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	4.10	0.67	มาก
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	4.15	0.48	มาก

3. ผลการวิเคราะห์คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร คือ 0.63 ($R = 0.63$) คุณภาพชีวิตในการทำงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรถึงร้อยละ 39.00 ($R^2 = 0.39$) การพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรจะมีความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดประมาณ 0.38 โดย พบว่า p-value มีค่า 0.00 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ($\alpha = 0.05$) จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปร คุณภาพชีวิตในการทำงาน ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธ์ภาพในองค์กร ด้านธรรมณูในองค์กร ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ และด้านการเกี่ยวข้องกับสังคม สามารถใช้พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ดังแสดงตารางที่ 4 จากนั้นดำเนินการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานกับส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเป็นรายด้าน ดังแสดงตารางที่ 5

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.63 ^a	0.39	0.36	0.38

a Predict : (Constant) ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ, ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย, ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ, ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน, ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธ์ภาพในองค์กร, ด้านธรรมาภิบาลในองค์กร, ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ, ด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม

b. Dependent Variable : ความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 5 การตรวจสอบตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
จากการถดถอย	15.39	8	1.92	13.11	0.00 ^b
จากแหล่งอื่นๆ	23.62	161	0.15		
รวม	39.01	169			

a Predict : (Constant) ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ, ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย, ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ, ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน, ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธ์ภาพในองค์กร, ด้านธรรมาภิบาลในองค์กร, ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ, ด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม

b. Dependent Variable : ความผูกพันต่อองค์กร

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

ตัวแปรต้น	ความผูกพันต่อองค์กร				
	B	SE(b)	Beta	t	p-value
ค่าคงที่	1.19	0.31		3.83	.000
1. ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	-0.04	0.07	-0.06	-0.59	0.55
2. ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย	-0.03	0.08	-0.04	-0.43	0.67
3. ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ	0.22	0.08	0.24	2.77	0.01*
4. ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน	0.13	0.08	0.16	1.59	0.11
5. ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธ์ภาพในองค์กร	0.11	0.07	0.14	1.56	0.12

ตัวแปรต้น	ความผูกพันต่อองค์กร				
	B	SE(b)	Beta	t	p-value
6. ด้านธรรมาภิบาลในองค์กร	-0.01	0.09	-0.01	-0.12	0.91
7. ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ	0.14	0.07	0.16	1.95	0.05
8. ด้านการเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสังคม	0.18	0.08	0.19	2.26	0.03*

a. Dependent Variable : ความผูกพันต่อองค์กร

*มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ด้าน โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลจากมากไปน้อยตามค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) ได้แก่ ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ($B = 0.22$, $\beta = 0.24$, $t = 2.77$, $p = 0.01$) และ ด้านการเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสังคม ($B = 0.18$, $\beta = 0.19$, $t = 2.26$, $p = 0.03$) ส่วนตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงานในด้านอื่น ๆ อีก 6 ด้าน ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐานจึงสอดคล้องกับสมมติฐานบางส่วน โดยตัวแปรที่ซิก (Significant) ทั้ง 2 ด้านนี้ ร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานได้ร้อยละ 39.00 ($R^2 = 0.39$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษาในครั้งนี้อีกร้อยละ 61.00 ที่สามารถรวมพยากรณ์ได้ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 1.19 + 0.22 (\text{โอกาสการพัฒนาศักยภาพ}) + 0.18 (\text{การเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสังคม})$$

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจจำหน่ายยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงและตื่นตัวด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง องค์กรจึงให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย มีการบริหารจัดการสวัสดิการและค่าตอบแทนที่เหมาะสม ตลอดจนการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เกื้อกูลและสร้างความมั่นคงในหน้าที่การงานให้แก่บุคลากร ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของ Walton (1975) ที่ระบุว่า การที่บุคลากรได้รับสิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม สภาพแวดล้อมที่คำนึงถึงความปลอดภัย และความก้าวหน้าในอาชีพ จะส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจและมีมุมมองเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ คมวรรณ มีสบาย (2566) สุทธาภรณ์ เกตุแดง (2565) และ อภิษฐา อยู่พร้อม และคณะ (2568) ที่พบในทำนองเดียวกันว่า ภาพรวมคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรอยู่ในระดับมาก เนื่องจากองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความเป็นอยู่ที่ดีในการทำงานได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับความพยายาม การสนับสนุนที่ดีจากหัวหน้างาน และการจัดระบบสวัสดิการสิทธิประโยชน์ที่ทั่วถึง ปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับสภาวะแวดล้อมทางกายภาพและการปรับตัวให้มีความสุขในการทำงานเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่สร้างความพึงพอใจและผูกพันให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรในระยะยาวอีกด้วย

2. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิษฐา อยู่พร้อม และคณะ (2568) รวมถึง ทิพย์วรรณ ฤทธิเย็น และ ชินโสภ วัชรนิจิโก (2563) ที่พบว่า พนักงานแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจจำหน่ายรถยนต์เป็นธุรกิจที่ต้องพึ่งพาช่างผู้ชำนาญการและพนักงานขายที่มีทักษะเฉพาะตัวสูง องค์กรส่วนใหญ่จึงมักมีนโยบายในการดูแลรักษา

บุคลากรที่ชัดเจน มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่อบอุ่นและมั่นคง ส่งผลให้พนักงานขององค์กรมีความตั้งใจใช้ความพยายามในการทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและสร้างชื่อเสียงให้แก่องค์กร มีความรู้สึกที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ถือว่าองค์กรเป็นบ้านหลังที่สอง และพร้อมจะเติบโตไปพร้อม ๆ กับองค์กร สอดรับกับข้อค้นพบของ ชญาภา วังรัตนศิริกุล และคณะ (2567) นอกจากนี้ ปรากฏการณ์ดังกล่าวยังสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรของ Allen and Meyer (1991) ที่ระบุว่า ความผูกพันของพนักงานเกิดขึ้นจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความรู้สึกมีส่วนร่วมทางอารมณ์ (Affective Commitment) ความรู้สึกตระหนักถึงต้นทุนหรือสิ่งที่ต้องสูญเสียหากต้องย้ายงาน (Continuance Commitment) และความรู้สึกเป็นหน้าที่หรือความรับผิดชอบเชิงบรรทัดฐานที่ต้องอยู่กับองค์กร (Normative Commitment) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน มอบความมั่นคง และสร้างโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพให้แก่พนักงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ และด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่อีก 6 ด้านไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร สามารถนำมาอภิปรายแยกตามรายด้านได้ดังนี้

ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ผลการวิจัยพบว่า ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ $(\bar{X} = 4.34)$ และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นลบ ($Beta = -0.06$) ก็ตาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานรับรู้ค่าตอบแทนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่องค์กรควรจัดให้ตามความเหมาะสม เมื่อได้รับในระดับที่น่าพึงพอใจแล้ว ปัจจัยดังกล่าวจึงไม่สามารถเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรได้มากนัก สอดคล้องกับแนวคิดของ Herzberg et al., (1959) ที่อธิบายว่า ค่าตอบแทนเป็นปัจจัยต่ำ (Hygiene Factor) ซึ่งช่วยลดความไม่พึงพอใจแต่ไม่ได้เป็นแรงจูงใจหลักที่ทำให้เกิดความผูกพันหรือความทุ่มเทต่อองค์กร นอกจากนี้ ธุรกิจจำหน่ายยานยนต์มีระบบค่าตอบแทนและค่าคอมมิชชั่นที่ใกล้เคียงกันในแต่ละองค์กร ทำให้พนักงานไม่ได้ใช้ค่าตอบแทนเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจผูกพันกับองค์กร

ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องมาจากองค์กรส่วนใหญ่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยในการทำงานอยู่แล้ว พนักงานจึงมองว่าเป็นสิ่งที่ควรได้รับมากกว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร เมื่อทุกองค์กรมีมาตรฐานใกล้เคียงกัน ความแตกต่างด้านนี้จึงไม่ส่งผลต่อระดับความผูกพันอย่างชัดเจน

ด้านโอกาสการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านนี้มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องมาจากอุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการแข่งขันทางการตลาดที่รวดเร็ว พนักงานจึงต้องการการเสริมสร้างทักษะและโอกาสในการแสดงศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เมื่อองค์กรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้รับการฝึกอบรม นำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หรือมีเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน ย่อมส่งผลให้พนักงานตระหนักในคุณค่าของตนเองและสัมผัสได้ถึงความมั่นคงในหน้าที่การงาน หล่อหลอมให้เกิดความผูกพันทางอารมณ์และปรารถนาที่จะทุ่มเทปฏิบัติงานกับองค์กรต่อไปในระยะยาว ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาคร วงศ์ศรี (2567) และ ชญาภา วังรัตนศิริกุล และคณะ (2567) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยคุณภาพชีวิตในการทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดร.ณิ ปุ่มศิลป์ (2566) ที่พบว่า การเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่องค์กรควรให้ความสำคัญ เนื่องจากนอกจากจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรแล้วยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะพนักงานในธุรกิจจำหน่ายยานยนต์โดยเฉพาะฝ่ายขาย มักให้ความสำคัญกับรายได้จากผลการปฏิบัติงานมากกว่าความมั่นคงในระยะยาว อีกทั้งในปัจจุบันแรงงานรุ่นใหม่

มีแนวโน้มเปลี่ยนงานได้ง่ายขึ้นหากได้รับโอกาสที่ดีกว่า ทำให้ความมั่นคงในงานไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรเหมือนในอดีต

ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือสัมพันธภาพในองค์กร ผลการวิจัยพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ว่าความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานจะอยู่ในระดับดี แต่เมื่อวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรอื่น ๆ แล้ว อาจพบว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความซ้ำซ้อนกับตัวแปรด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำให้ด้านการบูรณาการทางสังคมไม่สามารถอธิบายความผูกพันต่อองค์กรได้เพิ่มเติม

ด้านธรรมณูในองค์กร ผลการวิจัยพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะองค์กรมีการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิ และปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานเป็นมาตรฐานอยู่แล้ว ส่งผลให้พนักงานมองว่าเป็นสิทธิพื้นฐานที่ควรได้รับ ไม่ใช่ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรโดยตรง

ด้านความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตด้านอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะลักษณะงานในธุรกิจจำหน่ายยานยนต์จำเป็นต้องให้บริการลูกค้าตามเวลาที่กำหนด รวมถึงมีเป้าหมายการขายที่ชัดเจน พนักงานจึงยอมรับสภาพการทำงานดังกล่าวเป็นเรื่องปกติ และให้ความสำคัญกับโอกาสในการพัฒนาตนเองหรือความสำเร็จในงานมากกว่าความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

ด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม การที่คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคมมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิตินั้น สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานในปัจจุบันไม่ได้คำนึงถึงเพียงแค่รายได้หรือความก้าวหน้าส่วนบุคคลเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ชื่อเสียง และบทบาทในการทำประโยชน์เพื่อสังคมขององค์กรด้วย ธุรกิจจัดจำหน่ายยานยนต์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจริยธรรมทางธุรกิจ จะสามารถสร้างความภาคภูมิใจให้แก่พนักงานเมื่อได้ปฏิสัมพันธ์หรือบอกกล่าวแก่บุคคลภายนอก หล่อหลอมให้พนักงานเกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรีญรัตน์ สายไฮคำ และ สมพล พุ่งหว่า (2567) ที่พบว่า ลักษณะงานที่มีส่วนร่วมทางสังคมช่วยให้พนักงานตระหนักว่าการทำงานของตนมีความหมายและมีคุณค่าต่อส่วนรวม เมื่อพนักงานรับรู้บทบาทหน้าที่ของตนสร้างผลกระทบเชิงบวกให้แก่สังคมย่อมส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจ มีแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานและทวีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น ในทำนองเดียวกัน การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมโดยให้พนักงานมีส่วนร่วม เช่นเดียวกับการศึกษาของ ทิพย์วรรณ ฤทธิเย็น และ ชินโสภี วิสิฐนิธิกิจ (2563) ที่องค์กรมีการนำรถหัวลากไปช่วยขนส่งสิ่งของเพื่อบรรเทาทุกข์ให้แก่ผู้ประสบภัยพิบัติ ตลอดจนการบริจาคสิ่งของให้แก่สถานเลี้ยงเด็ก ผู้พิการ และผู้ยากไร้ด้วยโอกาสถือเป็นภาพสะท้อนของการสร้างคุณค่าทางสังคมที่ชัดเจน ปรากฏการณ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าในบริบทของธุรกิจบริการและยานยนต์ พนักงานมีแนวโน้มที่จะทุ่มเทและผูกพันกับองค์กรที่มีนโยบายรักษาสีงแวดล้อมและช่วยเหลือชุมชนรอบข้างอย่างต่อเนื่อง โดยบุคลากรจะตอบแทนคุณค่าและความดีงามที่บริษัทมอบให้แก่สังคมกลับคืนมาในรูปแบบของความผูกพันต่อองค์กรอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การพัฒนาทักษะด้านการขาย การบริการลูกค้า เทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่ รวมถึงการวางแผนเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานมองเห็นโอกาสในการเติบโตและพัฒนาตนเองภายในองค์กร อันจะนำไปสู่การเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรและลดแนวโน้มการลาออกหรือการโยกย้ายไปยังองค์กรอื่น

1.2 ผู้บริหารองค์กรควรส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น กิจกรรมสร้างทีมสัมพันธ์ (Team Building) กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) และการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือการตัดสินใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เกิดความภาคภูมิใจในองค์กร และนำไปสู่การเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

1.3 ผู้บริหารองค์กรควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานควบคู่กับการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากร เนื่องจากทั้งสองปัจจัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถรักษานักงานที่มีศักยภาพ ลดอัตราการลาออก และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

1.4 องค์กรควรรักษามาตรฐานคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านอื่นๆ ให้อยู่ในระดับที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการลดลงของความพึงพอใจในการทำงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตไปยังอำเภออื่น ๆ หรือกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือตอนล่าง เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นภาพรวมและสามารถนำไปปรับใช้ในวงกว้างได้ดียิ่งขึ้น

2.2 ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจพิจารณาเพิ่มตัวแปรต้นอื่น ๆ ที่น่าจะมีอิทธิพลในธุรกิจยานยนต์ เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน, วัฒนธรรมองค์กรแบบยืดหยุ่น หรือ ความผูกพันของลูกค้านักค้าต่อตราสินค้า

2.3 ควรมีการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ผู้บริหารโชว์รูมรถยนต์ หรือการจัดสนทนากลุ่มร่วมกับพนักงานขายและช่างเทคนิคเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ยุคปัจจุบัน

2.4 ควรศึกษาบทบาทของตัวแปรต้นกลางหรือปัจจัยกำกับ เช่น ความพึงพอใจในการทำงาน ความไว้วางใจในองค์กร หรือความสุขในการทำงาน ซึ่งอาจเป็นกลไกที่เชื่อมโยงระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรและช่วยอธิบายสาเหตุที่บางด้านของคุณภาพชีวิตในการทำงานไม่ส่งผลโดยตรงต่อความผูกพันต่อองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- คมวรรณ มีสบาย. (2566). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในโครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
<https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/13394/1/2653002127.pdf>
- ชญาภา วัชรนาศิริกุล, ศุภกัญญา เกษมสุข, และ ประนอม คำผา. (2567). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 19(2), 105–120.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Pitchayatat/article/view/267609/181616>
- ดรณี ปุ่มศิลป์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางกระดี่ เขตจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมการอาชีวศึกษา*, 7(1), 99–106. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/ve-irj/article/view/262404/177445>
- ทิพย์วรรณ ฤทธิเย็น, และ ชินโสภ วัชรนิธิกิจ. (2563). คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขับรถหาลาก บริษัทสยามซอร์ไซด์เซอร์วิส จำกัด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 14(2), 52–62. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/reru/article/view/203280/166395>

- ปริญรัตน์ สายไธค่า, และ สมพล พุ่งหว่า. (2567). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัททัวร์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 3(2), 52–64. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/VCMB/article/view/1801/2728>
- พัชรินทร์ จันทรสขุ, และ พรศักดิ์ สุจริตรักษ์. (2565). การบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถานศึกษาอาชีวศึกษา จังหวัดราชบุรี. *วารสารการอาชีวศึกษาภาคกลาง*, 6(1), 40–49. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/IVECJournal/article/view/256905/173158>
- วัชรพันธ์ นิยม. (2569). *ธุรกิจจำหน่ายรถยนต์*. สายงานวิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน). <https://www.lhbank.co.th/getattachment/78c75fdc-c815-4f59-bc2c-9f10a1ac5e6a/economic-analysis-Industry-Outlook-2026-Car-Dealer-Feb-2026>
- สาคร วงศ์ศรี. (2567). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทผู้ให้บริการซ่อมบำรุงในโรงไฟฟ้าแห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. <https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/1062/1/64920625.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *การสำรวจการย้ายถิ่นของประชากร พ.ศ. 2565*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/upload_file_pdf/2023/20230505162303_71822.pdf
- สุทธาภรณ์ เกตุแดง. (2565). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ผ่านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตภาคตะวันตก [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://thesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4209/1/621220082.pdf>
- อภิษฐา อยู่พร้อม, สุธรรม พงศ์สำราญ, และ อิงอร ต้นพันธ์. (2568). ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสุขในการทำงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ABC. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 12(2), 204–212. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/285191/187533>
- อิสระ สุขคานต์, และ สมานันท์ รามัญ. (2565). ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันต่อองค์กร และความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอุตสาหกรรมรถยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดระยอง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 181–194. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/255237/174948>
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. Academic Press.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). *On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity* (Laboratory of Psychometric and Evaluative Research Report No. 24). Center for the Study of Educational Evaluation, University of Massachusetts. ERIC Document Reproduction Service No. ED121845. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>
- Steers, R. M. (1991). *Introduction to organizational behavior* (4th ed.). HarperCollins Publishers.
- Walton, R. E. (1975). Criteria for quality of working life. In L. E. Davis & A. B. Chermis (Eds.), *The quality of working life* (Vol. 1, pp. 91–104). The Free Press.