

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมา
ตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
Motivation factors affecting corporate engagement in a built-in furniture
interior contracting company in Bangkok

ศักดิ์ชัย แซ่จ้ง

Sakchai Saejong

วิชาการ เสงษ์กุล

Vichakorn Hengsadeeul

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Southeast Asia University

E-mail: S6241510031@sau.ac.th



Received: 10 November 2023; Revised: 4 February 2024; Accepted: 23 February 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันองค์กร 2) ปัจจัยความผูกพันองค์กร แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เสนออิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็น และสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test, F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันองค์กร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 และ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .718 และ .601 ตามลำดับ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ความมั่นคงในการทำงาน สภาพการปฏิบัติงาน และการบังคับบัญชา ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร โดยมีค่า $R^2 = .580$ หรือคิดเป็น 58.0 เปอร์เซ็นต์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ .05

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, ความผูกพันองค์กร,
บริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อิน

Abstract

This research is quantitative and aims to study: 1) the level of employee motivation and corporate engagement; 2) factor corporate engagement, classified by personal factors and 3) the influence of employee motivation on corporate engagement. The methods employed by questionnaires collected by 300 employees who work in the built-in furniture and interior contracting industries in Bangkok, by probability sampling and simple random sampling. The research was conceptualized to analyze the frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis in the Enter method by using statistical software.

The research findings revealed that: 1) the level of employee motivation and corporate engagement were at high levels, with an average of 3.81 and 3.93, and a standard deviation of .718 and .601 respectively; 2) personal factors by gender, education, income, and experience effect on the corporate engagement at a statistical significance of .05; and 3) factor employee motivation by job security, operating conditions, and command affecting on corporate engagement by $R^2=.580$ (58.0 percentage) with a statistical significance of .05.

Keywords: Employee Motivation, Corporate Engagement,
Built-in Furniture Interior Contracting Industries

บทนำ

อุตสาหกรรมรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและมีความเฟื่องฟูตั้งแต่ช่วงหลังโควิดระบอบที่ผ่านมามีในกรุงเทพฯ อันเป็นผลมาจากความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ในรูปแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ความต้องการความเฉพาะตัว แปลกใหม่ โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ต้องการให้ตนเองแตกต่างจากคนอื่น ส่งผลให้อุตสาหกรรมด้านรับเหมาตกแต่งและออกแบบมีการแข่งขันที่สูง โดยภายใต้การแข่งขันของธุรกิจที่มีความสูงขึ้น ส่งผลให้บริษัทหลายๆ บริษัทต้องมีการหาพนักงานเข้ามาปฏิบัติงานภายในองค์กรตนเองที่เป็นบุคคลที่มีแรงบันดาลใจในการออกแบบ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถทำงานเป็นทีมได้ พร้อมต่อการปฏิบัติงานภายใต้แรงกดดัน มีความเชี่ยวชาญในการสร้างพื้นที่ที่สวยงามและมีประโยชน์ใช้สอย (กฤษดา เขียววัฒนสุข และปริญญ์ ศุภรีเชตร, 2564) ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ทำให้หลาย ๆ บริษัทประสบปัญหาในการจัดหาบุคลากรเข้ามาภายในองค์กรของตนเอง เนื่องจากปัจจุบันบุคคลที่มีความสามารถจะออกไปประกอบอาชีพอิสระ หรือเป็นเจ้านายตนเอง ทำให้ต้องมีการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานเพื่อดึงดูดบุคคลภายนอกเข้ามาทำงานภายในองค์กร อีกทั้งยังจำเป็นอย่างยิ่งในการหาวิธีทำให้บุคลากรภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ยังคงอยู่กับองค์กรสามารถปฏิบัติงานกับองค์กรได้ตลอดไปโดยไม่มีการลาออก (ฐิตาภรณ์ พุทุมมา, 2563) สิ่งเหล่านี้ถือเป็นโจทย์สำคัญที่ผู้บริหารจำเป็นต้องคิดนโยบายเพื่อให้บุคลากรของตนเองผูกพันกับงานและองค์กร เพื่อนำพาให้องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ในสาเหตุข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่าบุคลากรภายในองค์กรล้วนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ เพราะบริษัทรับเหมาตกแต่งและออกแบบภายในจำเป็นต้องใช้บุคคลที่มีทักษะขั้นสูงด้านการปฏิบัติงานและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

ดังนั้นในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้คงอยู่เพื่อให้มีจำนวนเพียงพอต่อการดำเนินกิจการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ผ่านการคิดนโยบายในการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรเพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน เพราะการลาออกของพนักงานนั้นส่งผลกระทบในด้านการสร้างขีดความสามารถ และศักยภาพการแข่งขันขององค์กร เนื่องจากองค์กรได้สูญเสียบุคคลที่มีความรู้ความชำนาญ และบุคคลเหล่านี้อาจจะนำความรู้จากบริษัทเดิมไปต่อยอดเพิ่มทักษะให้กับบริษัทคู่แข่ง ซึ่งนำไปสู่การสูญเสียงานขององค์กร (Loss of Career Organization) (กฤษดา เขียววัฒนสุข และปริญญา สุกรีเชตร, 2564) และการที่องค์กรมีพนักงานลาออกบ่อยยังส่งผลให้ต้นทุนในการบริหารงานสูงขึ้น และสูญเสียงบประมาณในการสรรหาพนักงาน การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานใหม่ ทั้งนี้การมีบุคลากร ผู้มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ความเข้าใจต่อกิจการที่ตนรับผิดชอบย่อมเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีค่ายิ่งขององค์กรอันจะนำการดำเนินการขององค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อผลักดันองค์กรให้สามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างทัดเทียม นั้น องค์กรจึงมีความจำเป็นในการรักษาดูแล บุคลากรให้มีความผูกพันกับองค์กรและเป็นสมาชิกขององค์กรให้ยาวนานที่สุด (Purich et al., 2022: Quick & Choo, 2014: Grier, 2007)

ในการที่จะทำให้พนักงานเกิดความตั้งใจในการทำงาน และสามารถปฏิบัติได้อย่างดี ทำงานเพื่อส่วนรวมได้นั้น องค์กรจำเป็นที่จะต้องใส่ใจในเรื่องแรงจูงใจในการทำงานทั้งภายนอกและภายในของพนักงานตนเองให้มากที่สุด เพราะแรงจูงใจถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในอุตสาหกรรมรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินเพื่อการเติบโต เพราะหากบุคลากรภายในบริษัทสามารถปฏิบัติงานได้ตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ จะส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตในการเติบโตของธุรกิจและสถานะทางการเงินที่เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดจากส่วนแบ่งทางการตลาด (Pinder, 2014) สำหรับในการพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภายในองค์กรอุตสาหกรรมรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อิน สิ่งสำคัญอย่างแรกต้องมีการพัฒนาที่ตัวบุคคลโดยไม่มองพนักงานเป็นแค่เครื่องมือในการทำให้ก่อเกิดกำไร แต่ต้องมีการดูแลรักษาพนักงานของตนเองเพื่อให้เกิดความรักในการทำงาน ความผูกพันเมื่อทำงานกับองค์กร การส่งเสริมให้พนักงานมีความสุขในระหว่างการทำงาน สิ่งสำคัญต่อมา คือ เรื่องของสวัสดิการ การดูแลเพื่อให้พนักงานเกิดความสุขในการทำงานเพียงอย่างเดียวไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของพนักงานได้ดี (ศิริภูมิ ผายรัมย์, 2564) จำเป็นต้องมีการให้สวัสดิการขั้นพื้นฐานที่ตอบโจทย์ในการดำรงชีวิตของบุคลากรที่เข้ามาทำงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสวัสดิการการรักษาเมื่อเจ็บป่วย จำนวนวันลา เงินเดือน หรือสิ่งตอบแทนที่นอกเหนือเงินเดือน เพราะบุคคลทุก ๆ คน ล้วนมีความต้องการที่นอกเหนือจากแค่ในการทำงานดังทฤษฎีของมาสโลว์ ที่กล่าวว่า บุคคลทุก ๆ คนล้วนมีความต้องการ 5 ขั้นตอนในการดำรงชีวิต โดยแต่ละขั้นตอนจะประกอบไปด้วย (1) ความต้องการด้านพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิต (2) ความต้องการด้านความปลอดภัย (3) ความต้องการด้านความรัก (4) ความต้องการการเคารพนับถือ และ (5) ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง เมื่อบุคคลได้ในความต้องการเหล่านี้จากองค์กร สามารถส่งเสริมแรงจูงใจขั้นต่อมาด้วยการใช้ทฤษฎีของ Herzberg (1959) ผ่านปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและแรงจูงใจในด้านปัจจัยค่าจูน พนักงานจะเกิดทัศนคติในทิศทางบวกและเกิดความผูกพันความรักในองค์กรได้อย่างไม่ยาก (Ahmed, et al., 2020)

ตามทฤษฎีของ Herzberg สามารถอนุมานได้ว่าการจะเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงานนั้นจำเป็นต้องมี (1) ปัจจัยจูงใจ หรือปัจจัยกระตุ้น ซึ่งรวมถึงตัวแรงงานเอง หรือลักษณะของแรงงาน อันมีอิทธิพลมากกว่าปัจจัยสุขอนามัย หรือปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ส่งเสริมความพึงพอใจในการทำงาน

อย่างแท้จริง (2) ปัจจัยคำจูงหรือปัจจัยสุขอนามัย คือสิ่งที่อยู่ในความต้องการและไม่มีวันหมดไป โดยเป็นสิ่งที่จะมีเพิ่มขึ้นในระยะต่อไป อันสามารถช่วยลดความไม่พอใจในการทำงานแต่จะไม่สร้างความพึงพอใจที่แท้จริงและยั่งยืน (3) บุคคลจะพอใจกับงานของตนเมื่อตระหนักว่างานของตนมีความหมายต่อองค์กรและต่อตนเอง (4) ในกระบวนการจูงใจที่มุ่งสร้างแรงจูงใจเชิงบวก จะต้องมีการคิดค้นและกำหนดปัจจัยต่าง ๆ 2 ประเภท คือ ปัจจัยจูงใจ หรือปัจจัยกระตุ้น และปัจจัยคำจูงหรือปัจจัยสุขอนามัย ในเวลาเดียวกัน จึงกล่าวได้ว่าการที่ผู้บริหารจะนำแนวคิดทฤษฎีของ Herzberg ไปปรับใช้ในการทำงาน โดยการสร้างบรรยากาศในการทำงานให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจโดยคำนึงถึงปัจจัยคำจูงซึ่งได้แก่ มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี นโยบายและการบริหารจัดการที่ชัดเจน ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลในที่ทำงาน เงินเดือนที่เหมาะสม ประโยชน์ตอบแทนที่เพียงพอรวมทั้งความมั่นคงของงาน เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยคำจูงเหล่านี้จึงมีความสำคัญและมีความจำเป็นและเมื่อมีปัจจัยเหล่านี้อยู่แล้วก็จะเป็นการง่ายที่จะจูงใจบุคลากร โดยใช้ปัจจัยจูงใจเพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรกลับมาในที่สุด (แก้วตา เข้มแข็ง, 2559)

จากข้อความที่ได้อธิบายข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่า ปัจจุบันในการแข่งขันที่สูงขึ้นของอุตสาหกรรมรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินที่มีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง ทำให้หลาย ๆ บริษัทต้องการบุคคลที่มีทักษะ ความชำนาญทั้งด้านการปฏิบัติออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถปฏิบัติงานร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ภายในองค์กรได้นั้น จำเป็นที่จะต้องใส่แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานกับองค์กรได้อย่างมีความสุข ยั่งยืน และต้องการอยู่กับองค์กรอย่างยาวนานไม่ลาออกไปอยู่กับบริษัทคู่แข่ง แต่การที่จะใส่แรงจูงใจไปให้กับบุคคลทุก ๆ คนเหมือนกันนั้นเป็นเรื่องที่ยาก เพราะพฤติกรรมและความต้องการในการกระตุ้นแรงจูงใจในการทำงานของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน จึงเป็นโจทย์ที่ยากต่อการนำแรงจูงใจกระตุ้นให้กับพนักงาน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานแต่ละคนมีความต้องการทำงานกับองค์กรอย่างมากที่สุด และค้นหาว่าแรงจูงใจด้านใดที่ส่งผลต่อความผูกพันน้อยที่สุดเพื่อนำไปพัฒนา แกไขนโยบายเพื่อป้องกันการสูญเสียบุคลากรภายในองค์กร รวมไปถึงการเสริมแรงเพื่อเพิ่มความผูกพันกับองค์กรให้กับบุคลากรปฏิบัติงานอยู่ โดยผู้วิจัยใช้ตัวแปรต้นในการศึกษา คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่จะนำไปสู่การเกิดปัจจัยความผูกพัน จึงได้จัดทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อนำเสนออิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียด ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรที่เป็นพนักงานจำนวน 1,198 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ตามแนวคิดของ Taro Yamane (1973) ซึ่งสามารถแสดงวิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \text{ แทนค่า } n = \frac{1198}{1 + 1198(.05)^2} = n = \frac{1198}{3.995} = 299.87 \approx 300 \text{ คน}$$

เมื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้แล้ว ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Random Sample) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในการเก็บแบบสอบถาม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2-3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในปฏิบัติงาน แบ่งออกเป็นปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน มีจำนวน 43 ข้อ และปัจจัยความผูกพันองค์กร จำนวน 15 ข้อ

โดยส่วนที่ 2-3 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยข้อคำถามที่ใช้เป็นมาตราส่วนประมาณค่าในการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert (Likert Scale)

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1) ศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความผูกพันองค์กร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปรและดัชนีชี้วัด

2) สร้างแบบสอบถามและข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีชี้วัด ภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินจากอาจารย์ที่ปรึกษามาทำการทดสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) มาทำการทดสอบค่า Tryout กับพนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในที่อยู่นอกเหนือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับโดย การหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป และค่าจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) ของแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 หากมีข้อคำถามใดทำให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรใด ๆ ต่ำกว่า 0.70 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถามใด ๆ ต่ำกว่า 0.30 ต้องทำการปรับปรุงแก้ไข หรือตัดข้อคำถามนั้นออก (Hair et al., 2006; Nunnally, 1978) ซึ่งจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญและอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ โดยในการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาครั้งนี้ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ตัวแปร	Cronbach's Alpha Coefficient
แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	.947
ความผูกพันองค์กร	.932

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน พ.ศ. 2566 กับพนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานภายในบริษัทด้วยการขอความอนุเคราะห์ก่อนทำการส่งแบบสอบถาม

2) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด จากนั้นนำมาลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

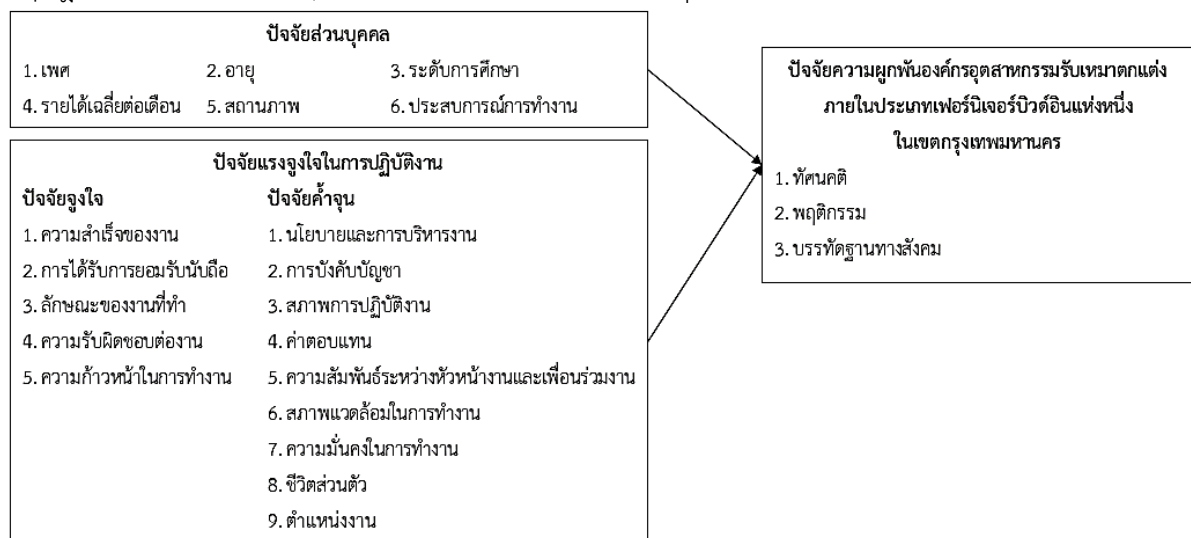
1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันองค์กร ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

3) สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ประกอบด้วย การวิเคราะห์เปรียบเทียบหาความแตกต่างกันของตัวแปร t-test การวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างมากกว่าสองกลุ่ม โดยการหาค่าเฉลี่ย F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการพยากรณ์ค่าอิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานภายในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและนำมาพัฒนาประยุกต์สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า พนักงานองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 261 คน (ร้อยละ 87.0) อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 144 คน (ร้อยละ 48.0) มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.7) มีรายได้อยู่ที่ 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 110 คน (ร้อยละ 36.7) สถานภาพโสด จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.7) มีประสบการณ์ในการทำงานอยู่ระหว่าง 1-3 ปี จำนวน 151 คน (ร้อยละ 50.3)

2. ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามระดับ
 ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของตัวแปรแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ปัจจัยจูงใจ			
ความสำเร็จของงาน	3.78	.945	มาก
การได้รับการยอมรับนับถือ	3.81	.970	มาก
ลักษณะของงานที่ทำ	3.86	.978	มาก
ความรับผิดชอบต่องาน	3.76	1.028	มาก
ความก้าวหน้าในการทำงาน	3.76	.949	มาก
รวมปัจจัยจูงใจ	3.79	.904	มาก
ปัจจัยค้ำจุน			
นโยบายและการบริหารงาน	3.52	.905	มาก
การบังคับบัญชา	3.58	.998	มาก
สภาพการปฏิบัติงาน	3.72	.998	มาก
ค่าตอบแทน	3.81	.947	มาก
ความสัมพันธ์กับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน	3.95	.873	มาก
สภาพในการทำงาน	3.87	.905	มาก
ความมั่นคงในการทำงาน	3.77	.586	มาก
ชีวิตส่วนตัว	3.99	.620	มาก
ตำแหน่งงาน	4.16	.629	มาก
รวมปัจจัยค้ำจุน	3.82	.603	มาก
รวมปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	3.81	.718	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$, S.D.=.718) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามเกณฑ์จากมากไปหาน้อย สามารถกล่าวได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยค้ำจุน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, S.D.=.603) รองลงมา คือ ปัจจัยจูงใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$, S.D.=.904) โดยแต่ละปัจจัยสามารถแยกอธิบายได้ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, S.D.=.603) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามเกณฑ์จากมากไปหาน้อย สามารถกล่าวได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านลักษณะของงานที่ทำ ($\bar{X}=3.86$, S.D.=.978) รองลงมา คือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($\bar{X}=3.81$, S.D.=.970) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จของงาน ($\bar{X}=3.78$, S.D.=.945) รองลงมา คือ ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ($\bar{X}=3.76$, S.D.=.949) รองลงมา คือ ด้านความรับผิดชอบต่องาน ($\bar{X}=3.76$, S.D.=1.028) ตามลำดับ

2. ปัจจัยค่าจ้าง ($\bar{X}=3.79$, S.D.=.904) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามเกณฑ์จากมากไปหาน้อย สามารถกล่าวได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านชีวิตส่วนตัว ($\bar{X}=4.16$, S.D.=.629) รองลงมา คือ ด้านชีวิตส่วนตัว ($\bar{X}=3.99$, S.D.=.620) รองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X}=3.95$, S.D.=.873) รองลงมา คือ ด้านสภาพในการทำงาน ($\bar{X}=3.87$, S.D.=.905) รองลงมา คือ ด้านค่าตอบแทน ($\bar{X}=3.81$, S.D.=.947) รองลงมา คือ ด้านความมั่นคงในการทำงาน ($\bar{X}=3.77$, S.D.=.586) รองลงมา คือ ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ($\bar{X}=3.72$, S.D.=.998) รองลงมา คือ ด้านการบังคับบัญชา ($\bar{X}=3.58$, S.D.=.998) รองลงมา คือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ($\bar{X}=3.52$, S.D.=.905) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของตัวแปรความผูกพันองค์กร

ความผูกพันองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ทัศนคติ	3.87	.663	มาก
พฤติกรรม	4.04	.587	มาก
บรรทัดฐานของสังคม	3.88	.753	มาก
รวมความผูกพันองค์กร	3.93	.601	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยความผูกพันองค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$, S.D.=.601) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับตามเกณฑ์จากมากไปหาน้อย สามารถกล่าวได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรม ($\bar{X}=4.04$, S.D.=.587) รองลงมา คือ ด้านบรรทัดฐานของสังคม ($\bar{X}=3.88$, S.D.=.753) รองลงมา คือ ด้านทัศนคติ ($\bar{X}=3.87$, S.D.=.663) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test	F-test	ความผูกพันองค์กร	แปลผล
เพศ	2.230		.030*	สนับสนุน
อายุ		1.085	.364	ไม่สนับสนุน
ระดับการศึกษา		2.891	.050*	สนับสนุน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		2.457	.046*	สนับสนุน
สถานภาพ		0.003	.997	ไม่สนับสนุน
ประสบการณ์ในการทำงาน		5.285	.001*	สนับสนุน

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับ สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และสถานภาพ ไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าอิทธิพลของตัวแปรแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสู่ความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ตัวแปร		Unstandardized Coefficient B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)		.567	.208		3.209	.001*
ปัจจัยจูงใจ						
ลักษณะของงานที่ทำ	(X1)	.116	.113	.183	1.032	.303
การได้รับการยอมรับนับถือ	(X2)	.069	.101	.112	.682	.496
ความสำเร็จของงาน	(X3)	.003	.102	.005	.028	.978
ความก้าวหน้าในการทำงาน	(X4)	.055	.098	.088	.567	.571
ความรับผิดชอบต่องาน	(X5)	.025	.062	.037	.399	.690
ปัจจัยค้ำจุน						
ตำแหน่งงาน	(X6)	.115	.066	.191	1.746	.082
ชีวิตส่วนตัว	(X7)	.063	.073	.104	.855	.393
ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน						
และเพื่อนร่วมงาน	(X8)	.010	.064	.015	.153	.879
สภาพในการทำงาน	(X9)	.084	.084	.122	1.006	.315
ค่าตอบแทน	(X10)	.126	.078	.190	1.626	.105
ความมั่นคงในการทำงาน	(X11)	.217	.062	.211	3.498	.001*
สภาพการปฏิบัติงาน	(X12)	.356	.068	.367	5.264	.000*
การบังคับบัญชา	(X13)	.310	.066	.324	4.663	.000*
นโยบายและการบริหารงาน	(X14)	.141	.689	.158	.205	.838
R=.762		R ² =.580		F=28.127		

SE_{est}=.399

R²_{adj}=.560

a=.567

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความมั่นคงในการทำงาน ($t=3.498$, $Sig=.001$) สภาพการปฏิบัติงาน ($t=5.264$, $Sig=.000$) และการบังคับบัญชา ($t=4.663$, $Sig=.000$)

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y=a +b(X_{11}) +b(X_{12}) +b(X_{13})$$

แทนค่าได้ดังนี้

$$Y=.567 + .217(X_{11}) +.356(X_{12}) +.310(X_{13})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z= .211(Z_{11}) +.367(Z_{12}) +.324(Z_{13})$$

สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความมั่นคงในการทำงาน สภาพการปฏิบัติงาน และการบังคับบัญชามีค่า Beta ที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณจากการปรับแก้ของ (R^2) โดยมีค่าเท่ากับ .580 หรือคิดเป็น 58.0 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐาน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ .05

อภิปรายผล

งานวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร พบว่า การที่องค์กรให้ความมั่นคงในการทำงาน ทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงาน เพราะเชื่อว่าเมื่อตนเองตั้งใจทำงานกับองค์กรมากเท่าไร องค์กรจะให้ความมั่นคงในการทำงานที่จะเป็นหลักประกันการมีรายได้ต่อตนเอง รวมไปถึงการให้สภาพการทำงานที่อิสระ การให้ความคิดในการออกแบบการทำงาน รวมไปถึงสายการบังคับบัญชาจากหัวหน้าล้วนมีผลต่อความผูกพันองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ ทองโอ (2564) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กล่าวว่าเมื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน ให้ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรดา ไชยบรรดิษฐ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 กล่าวว่าสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน 11-20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และปฏิบัติงานอยู่ในสถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ มีผลต่อความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุศราคม รักท้วม (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจ

ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพยาบาลบางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจิราวรรณ ชูแก้ว (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เงินเดือนที่ได้รับต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และมีระยะเวลาการทำงานไม่เกิน 5 ปี ทั้งนี้เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เงินเดือนที่ได้รับต่อเดือน และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

2. จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร พบว่าความมั่นคงในการทำงาน สภาพการปฏิบัติงาน และการบังคับบัญชา ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร เนื่องจากพนักงานภายในองค์กรให้ความสำคัญจากสิ่งที้องค์กรมอบไว้คือความมั่นคง และอิสระในการให้ความคิด การออกแบบ รวมไปถึงเรื่องของการเสนอแนะที่ส่งผลต่อการออกแบบสินค้าที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ โดยการให้สภาพการปฏิบัติงานที่อิสระเช่นนี้ทำให้พนักงานมีความรัก ความผูกพันต่อองค์กร รวมไปถึงสายการบังคับบัญชาจากหัวหน้าที่ไม่ซับซ้อน หัวหน้าเป็นบุคคลที่เข้ามาร่วมงาน ไม่สั่งการเพียงอย่างเดียว ส่งผลต่อด้านจิตใจในการปฏิบัติงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีนรัตน์ ทองโอบ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กล่าวว่า ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเต็มใจและทุ่มเทในการทำงานเพื่อองค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายขององค์กร และด้านความปรารถนาที่จะพยายามรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรพบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านเงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตาภัทร ทุพพมา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sale) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรับผิดชอบในงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสำเร็จในงาน ด้านความมั่นคงในงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน และด้านความก้าวหน้าในงาน ตามลำดับ ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร และด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจในการทำงานที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมองค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความรับผิดชอบในงาน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .01 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงาน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

องค์ความรู้ใหม่

ความผูกพันองค์กรของพนักงานองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินเป็นผลมาจากการที่องค์กรได้นำแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การจัดตั้งนโยบายเพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ ทั้งนี้บุคคลจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้นเมื่อองค์กรได้แสดงสิ่งที่สามารถทำให้พนักงานรู้สึก รับรู้ว่าเมื่อตนเองทำงานกับทางองค์กรแล้วจะเกิดความมั่นคงทางกายภาพ และทางจิตใจ การปฏิบัติงานภายในองค์กรจะต้องรู้สึกปลอดภัย ไม่เกิดอันตรายระหว่างการปฏิบัติงาน สสภาวะแวดล้อมที่ปฏิบัติงานมีผลกระทบอย่างมากเมื่อปฏิบัติงานภายในองค์กร เนื่องจากพื้นที่ในการปฏิบัติงานจะต้องเป็นพื้นที่ที่สามารถระบายอากาศได้ดี การทำเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินไม่ใช่เพียงแค่ต้องเป็นพื้นที่เปิดโล่ง แต่ยังต้องรวมถึงอากาศที่ถ่ายเท สดลมพิษในระหว่างทำงานจากเศษฝุ่นละออง และการทำงานที่ใช้สายบังคับบัญชาเปลี่ยนมาเป็นหัวหน้าทีมผู้ร่วมงานและวิเคราะห์ปัญหา รวมไปถึงการเป็นผู้นำที่ดี สิ่งเหล่านี้ช่วยให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด

สรุป

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรในบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในประเภทเฟอร์นิเจอร์บิวต์อินแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาให้บุคคลเกิดความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้นโดยอาศัยปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนเข้ามาเป็นตัวแปรต้นในการศึกษา ทั้งนี้เมื่อศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้วิเคราะห์ในการศึกษารั้งนี้ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน มีผลกระทบต่อความผูกพันองค์กร กล่าวคือบุคคลที่มีรายได้สูง และมีประสบการณ์ในการทำงานที่มากขึ้น จะยังมีความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากได้รับสวัสดิการที่มากเพียงพอต่อการเลี้ยงชีพตนเอง เมื่อนำมาศึกษาผลลัพธ์ที่ได้จากแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน กล่าวได้ว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานทั้งด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานภายในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพยากรณ์อิทธิพลค่าระหว่างตัวแปรต้นไปหาตัวแปรตาม ได้อยู่ที่ร้อยละ 58.0 เปอร์เซนต์ ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยแรงจูงใจเข้ามามีอิทธิพลต่อตัวพนักงานที่จะทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเพียงแค่ 58 เปอร์เซนต์ จึงกล่าวได้ว่ายังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถส่งผลต่อความผูกพันองค์กรถึงร้อยละ 42.0

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในด้านปัจจัยจูงใจ บริษัทหรือองค์กรควรมีการเพิ่มแรงผลักดันในความรับผิดชอบของพนักงานเพิ่มขึ้นด้วยความพยายามเข้าใจถึงพฤติกรรมของพนักงานและเสริมแรงผลักดันด้วยการให้เห็นถึงผลที่จะเกิดขึ้นหากไม่สามารถปฏิบัติงานได้ทันตรงต่อเวลา

2) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยคำจูง บริษัทหรือองค์กรควรมีการวางแผนนโยบายในการทำงาน การใช้คำสั่งในการสั่งการมาเป็นการให้คำปรึกษาหรือหาแนวทางในการทำงานร่วมกันเพื่อให้พนักงานภายในองค์กรเห็นถึงความเท่าเทียมในการทำงาน การมีหัวหน้าทีมที่ดีในการชี้แนวทางเพื่อการดำเนินงานภายในองค์กรและร่วมแก้ไขปัญหาร่วมกัน รวมไปถึงการใช้นโยบายในการทำงานที่ชัดเจน

3) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของความผูกพันองค์กร บริษัทหรือองค์กรควรมีการใส่ใจในการแก้ไขหรือปรับนโยบายในการปฏิบัติงานภายใน เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าการเป็นเหมือนบ้านหลังที่สองที่เข้ามาทำงานแล้วรู้สึกสบายใจ ต้องการงานตลอดเวลา การปรับหัวหน้างานเป็นหัวหน้าทีม และเปลี่ยนจากการสั่งการมาเป็นการให้คำแนะนำ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองและหัวหน้าทีมสามารถร่วมกันทำงานและปรึกษาเรื่องงานกันได้ง่ายขึ้น

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำการวิจัยโดยเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างกับพนักงานภายในบริษัทเดียวกัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยให้มากขึ้น เพื่อให้งานวิจัยที่ได้มีคุณภาพของเนื้อหา และได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาปรับใช้กับองค์กรในบริษัทเดียวกันได้มากขึ้น

2) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้คุณภาพของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเป็นการคิดขึ้นมาของผู้วิจัยเพียงเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำการวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาศึกษาร่วมเป็นการศึกษาแบบผสมผสาน เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลในเชิงกว้างจากแนวคิดของพนักงานได้ลึกมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะเจอตัวแปรเพิ่มเติมที่สามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป

3) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรนำปัจจัยความพึงพอใจ ความภาคภูมิใจ และความสำนึกของธุรกิจ เข้ามาใช้ในการศึกษา และควรทำการศึกษาแบบบูรณาการปัจจัยเพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพ สามารถนำไปใช้งานได้ต่อในหลากหลายสาขาวิชา

เอกสารอ้างอิง

กฤษดา เขียววัฒนสุข และปริญญา ศุภรีเชตร. (2564). ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองและแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์. 15(40), 96-110.

แก้วตา เข้มแข็ง. (2559). ทฤษฎีแรงจูงใจ. เรียกใช้เมื่อ 26 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/208291>.

จีราวรรณ ชูแก้ว. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานภาคอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการทั่วไป). บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดัตต.

จิตาภัทร์ ทูตมา. (2563). แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sale) กรณีศึกษา บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ธีรดา ไชยบรรดิษฐ์. (2562). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูในโรงเรียน สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- บุศราคม รักท้วม. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพยาบาลบางปะ
กอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการทั่วไป).
บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยสยาม.
- มณีนรัตน์ ทองโอบ. (2564). แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัย
ราชภัฏสวนสุนันทา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริภูมิ ผายศรีศรี. (2564). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของพนักงานที่มีผล
ต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทตัวแทนจำหน่าย และศูนย์บริการรถยนต์แห่งหนึ่งใน
จังหวัดปทุมธานี. *Pathumthani University Academic Journal*. 13(2), 76-92.
- Ahmed, S., et al. (2020). A study on trust restoration efforts in the UK retail banking industry.
The British Accounting Review. 52(1), 100871-100914.
- Grier, W. A. (2007). *Credit analysis of financial institutions*. (2nd ed). United Kingdom:
Euromoney Books.
- Hair, E., et al. (2006). Children's school readiness in the ECLS-K: Predictions to academic,
health, and social outcomes in first grade. *Early Childhood Research Quarterly*. 21(4),
431-454.
- Fredricks, R. (1959). Herzberg's Two-Factor Theory of Motivation. *Harvard Business Review*,
46(1), 53-62.
- Nunnally, J. C. (1978). An Overview of Psychological Measurement. In: Wolman, B.B. (eds)
Clinical Diagnosis of Mental Disorders. Boston, MA: Springer.
- Pinder, C. C. (2014). *Work motivation in organizational behavior*. psychology press.
- Purich, K., et al. (2022). Analysis of 100 consecutive colorectal cancers presenting at a
Canadian tertiary care centre: delayed diagnosis and advanced disease. *Canadian
Journal of Surgery*. 65(Special), S66-S66.
- Quick, D., & Choo, K. K. R. (2014). Impacts of increasing volume of digital forensic data: A
survey and future research challenges. *Digital Investigation*. 11(4), 273-294
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York, Evanston & London and
John Wetherill, Inc.