

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน โดยศึกษาถึงความผูกพันในภาพรวมขององค์กร และปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพัน อันประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self Efficacy) การบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า (Customer Orientation) และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) รวมทั้งการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านต่าง ๆ

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากพนักงานของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน จำนวนทั้งสิ้น 182 คน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานของธนาคาร ทั้งหมด 182 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำไปประมวลผล สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน

พนักงานของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 182 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.70

มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 - 30 ปี ร้อยละ 46.70 มีวุฒิการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี ร้อยละ 77.50 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับธนาคารอยู่ช่วง 1 - 5 ปี ร้อยละ 48.40 ระดับรายได้เท่ากับ 10,001- 15,000 บาท ร้อยละ 33.50 และส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับ 7 - 9 ร้อยละ 46.20

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านระดับความคิดเห็นต่อองค์การของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือไลเคนสเกลโดยแบ่งความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยเมื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้าน ด้านการให้บริการลูกค้า และด้านการวัฒนธรรมการให้บริการ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการให้บริการลูกค้ามีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุด เท่ากับ 0.954 รองลงมาได้แก่ ด้านการวัฒนธรรมการให้บริการ ค่าความเชื่อมั่น 0.896 และด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ค่าความเชื่อมั่น 0.878 ตามลำดับ แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าพนักงานของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน มีระดับความคิดเห็นต่อองค์การในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการให้ความสำคัญในการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ดังนี้

2.1.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง

พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อองค์การในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.22 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) การทำงานของพนักงานอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถ
- 2) พนักงานมั่นใจในความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดี
- 3) ประสบการณ์การทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของพนักงานเพิ่มความมั่นใจให้พนักงานในการทำงานให้กับธนาคารได้อย่างเต็มที่

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานมีความรู้ด้านเทคนิค ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน
- 2) พนักงานมีความคิดว่าตัวเองสามารถทำงานที่ทำทายมากกว่างานที่กำลังทำในปัจจุบัน
- 3) พนักงานไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในธนาคาร
- 4) หากกล่าวอย่างมืออาชีพ พนักงานพึงพอใจในงานที่เป็นไปตามความคาดหวัง
- 5) พนักงานรู้สึกว่าคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบัน
- 6) พนักงานรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน

2.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน ด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า

พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อองค์การในด้านการให้บริการลูกค้าในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.75 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทุกข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- 1) พนักงานรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข
- 2) การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับพนักงาน
- 3) พนักงานพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย
- 4) การบรรลุวัตถุประสงค์ของพนักงานคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ
- 5) พนักงานมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้า
- 6) พนักงานชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า
- 7) การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับพนักงาน
- 8) พนักงานชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฟัง
- 9) พนักงานมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที
- 10) ความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจพนักงานเสมอ

2.1.3 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ
พนักงานมีระดับความคิดเห็นในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.11 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานในธนาคารมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ
- 2) เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี
- 2) โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของธนาคารของท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม
- 3) ธนาคารมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
- 4) ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง
- 5) ธนาคารมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ

ตอนที่ 2.2 ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์การ ในด้านความผูกพันต่องาน

พนักงานมีระดับความคิดเห็นในด้านความผูกพันในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.19 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานมีความภูมิใจในงานที่ทำ
- 2) พนักงานมีความสุข เมื่อได้ทำงานอย่างตั้งใจ
- 3) ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- 4) พนักงานรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของตนเอง
- 5) ในการทำงาน พนักงานมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม

- 6) พนักงานจดจ่ออยู่กับงานของตนเอง
- 7) ขณะที่ทำงาน พนักงานรู้สึกเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่

- 1) พนักงานสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี
- 2) พนักงานพบว่า งานที่ทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน
- 3) ในที่ทำงาน พนักงานรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน
- 4) พนักงานพบว่างานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับเป็นอย่างมาก
- 5) พนักงานสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาานาน
- 6) งานของสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ตัวพนักงาน
- 7) เมื่อทำงาน พนักงานลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว
- 8) พนักงานมีความรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน
- 9) การดึงความสนใจของพนักงานออกจากงานเป็นเรื่องยาก
- 10) เมื่อพนักงานตื่นขึ้นมาในตอนเช้า รู้สึกอยากไปทำงาน

จากการสรุปเปรียบเทียบผลของระดับความคิดเห็นต่อองค์การในด้านต่าง ๆ พบว่าในด้านความผูกพันพนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 5.19 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านความสำคัญการให้บริการลูกค้าและด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อด้านความสำคัญในการบริการลูกค้า ในขณะที่ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อองค์การในระดับค่อนข้างเห็นด้วย โดยพนักงานมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การด้านความสำคัญในการบริการลูกค้ามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 5.75 รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ค่าเฉลี่ย 5.22 และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 5.11 ตามลำดับ

ตอนที่ 2.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นต่อองค์การในองค์ประกอบด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ได้แก่ ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านความสำคัญการให้บริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่า

1. เพศมีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ โดยกลุ่มพนักงานเพศชาย มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การมากกว่ากลุ่มพนักงานเพศหญิง และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า พบว่าเพศไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การ

2. อายุมีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า โดยกลุ่มพนักงานอายุ 51 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 20 - 30 ปี และ กลุ่มอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41 - 50 ปี ส่วนความคิดเห็นด้านองค์การ และวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่าอายุไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การ

3. ระดับการศึกษามีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การในด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ โดยกลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การมากกว่ากลุ่มพนักงานที่มีระดับต่ำกว่าอนุปริญญา ส่วนความคิดเห็นด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง พบว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การ

4. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีผลต่อความคิดเห็นในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า โดยกลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6 - 15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมากกว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1- 5 ปี และด้านความสำคัญในการให้บริการพบว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6 - 15 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์การในด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า มากกว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1- 5 ปี และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่าระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน

5. อัตราเงินเดือนมีผลความคิดเห็นต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า ในด้านความเชื่อมั่น

ในความสามารถของตนเองพบว่าพนักงานกลุ่มที่มีอัตราเงินเดือน 20,001 - 40,000 บาท และพนักงานกลุ่มที่มีอัตราเงินเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรมากกว่ากลุ่มที่มีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 20,001 บาท และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้าพบว่าพนักงานกลุ่มที่มีอัตราเงินเดือน 20,001 -40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรมากกว่ากลุ่มที่มีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 20,001 บาทและด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่าอัตราเงินเดือนไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน

6. ตำแหน่งงานมีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้า โดยในด้านความมั่นใจในการทำงาน และด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้าพบว่าพนักงานระดับอาวุโสขึ้นไป และด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่าตำแหน่งงานไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์กรของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาของความผูกพันกับงานที่ทำ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) มีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุดเท่ากับ 0.911 รองลงมาได้แก่ ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) ค่าความเชื่อมั่น 0.875 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ค่าความเชื่อมั่น 0.872

ตอนที่ 3.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวัดระดับความผูกพันต่อองค์กร วิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยความผูกพันในด้านภาพรวมขององค์กร ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำนวน 17 คำถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ฉันรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉัน
2. ในการทำงาน ฉันมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม
3. ฉันสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของฉันได้เป็นอย่างดี
4. ในที่ทำงาน ฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน
5. ฉันสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน
6. เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านปัจจัยความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.19

ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่

1. ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ
2. ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
3. ฉันพบว่า งานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน
4. ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมาก
5. งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.31

การให้เวลากับงาน (Absorption) โดยพิจารณาจากปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่

1. ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อฉันทำงานอย่างตั้งใจ
2. ฉันจดจ่ออยู่กับงานของฉัน
3. ขณะที่ฉันทำงาน ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว
4. เมื่อฉันทำงาน ฉันลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว
5. ฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน

6. การดึงความสนใจของจันออกจากงานเป็นเรื่องยาก

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูนพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านการให้เวลากับงานในระดับค่อนข้างเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.09

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. เพศมีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับงานมากกว่าเพศหญิง แต่ไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน
2. อายุมีผลต่อความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และด้านการให้เวลากับการงาน โดยพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเท และด้านการให้เวลากับการงาน มากกว่า กลุ่มอายุ 20-30 ปี แต่ไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน
3. ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับการงาน
4. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับการงาน
5. อัตราเงินเดือนมีผลต่อความคิดเห็นต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับงาน โดยพนักงานกลุ่มพนักงานที่มีอัตราเงินเดือน 20,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรใน ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน มากกว่า กลุ่มพนักงานที่มีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และ กลุ่มพนักงานที่มีอัตราเงินเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับงาน มากกว่า กลุ่มพนักงานที่มีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท
6. ตำแหน่งงานมีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และ ด้านการให้เวลากับงาน โดยพบว่าพนักงานระดับ

อาวุโสขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการใช้เวลาทำงาน มากกว่าพนักงานระดับต่ำกว่าระดับ 10

ตอนที่ 3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านภาพรวม

ตอนที่ 3.3.1 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.785 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถทำนายพยากรณ์ความผูกพันต่องานได้ร้อยละ 61.60 ส่วนความผูกพันต่องานอีกร้อยละ 38.40 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า องค์ประกอบด้านการให้บริการลูกค้า ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการบริการลูกค้า สามารถทำนายระดับความผูกพันต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.435$) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ($\beta = 0.261$) และ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.233$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3.3.2 ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่องานด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.779 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถทำนายพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การได้ร้อยละ 60.70 ส่วนความผูกพันต่อองค์การอีกร้อยละ 39.30 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า องค์ประกอบด้านการให้บริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องานด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนองค์ประกอบด้าน

ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความผูกพันในภาพรวมต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.442$) ด้านการบริการลูกค้า สามารถทำนายระดับความผูกพันต่องานด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.366$) รองลงมาคือ และ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ($\beta = 0.117$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3.3.3 ด้านการให้เวลากับงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรต้นทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่องานด้านการให้เวลากับงาน มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.755 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถทำนายพยากรณ์ความผูกพันต่องานด้านการให้เวลากับงานได้ร้อยละ 57.10 ส่วนความผูกพันต่องานอื่กร้อยละ 42.90 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า องค์ประกอบด้านการให้บริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องานด้านการให้เวลากับงานอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความผูกพันในภาพรวมต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการบริการลูกค้า สามารถทำนายระดับความผูกพันต่องานด้านการให้เวลากับงานได้มากที่สุด ($\beta = 0.495$) รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.266$) และ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ($\beta = 0.112$) ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูน มีความผูกพันต่อองค์กร โดยพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่องาน ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน

และการใช้เวลาทำงาน อยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ B. Basikin (2550) ที่ทำการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานครูสอนภาษาอังกฤษระดับมัธยมต้นในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ครูสอนภาษาอังกฤษมีความผูกพันต่อองค์กร โดยมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) และการใช้เวลาทำงาน (Absorption) เป็นองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้เกิดความผูกพันและความผูกพันขององค์กรเป็นตัวบ่งชี้ถึงการประสบความสำเร็จขององค์กร และสอดคล้องกับการศึกษาของ Mustafa Kokuncu and Ronald J. Burke and Lisa Fiksenbaum (2549) เรื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร โดยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) มีผลต่อความผูกพัน และประสิทธิผลในการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

5.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านต่าง ๆ

1) ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง

จากผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของพนักงานพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูน มีความคิดเห็นในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในระดับ ค่อนข้างเห็นด้วย แสดงให้เห็นว่าปัจจัยย่อยต่างๆ ในด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง อันได้แก่ ขอบเขตการทำงาน การปรับตัว ความรู้ด้านเทคนิคที่ใช้ในการทำงาน ประสิทธิภาพและการทำงานส่งผลต่อการปฏิบัติงาน คุณสมบัติในการทำงาน ทักษะในการทำงาน การทำงานที่ท้าทาย ความพึงพอใจในการทำงาน ความมั่นใจในการทำงาน โดยสามารถบ่งบอกถึงระดับความผูกพันต่อองค์กร มีส่วนในการส่งเสริมให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ต่อองค์กร ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถในการทำงาน สามารถทำนายระดับความผูกพันในภาพรวมได้รองลงมาจากปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษารุกิจประเภทเดียวกันจากการศึกษาของ Mustafa Kokuncu and Ronald J. Burke and Lisa Fiksenbaum (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี โดยทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลและผลที่ตามมาของความผูกพันที่มีต่อองค์กรด้านงาน จากการศึกษาพบว่า ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านภาระงานที่เพิ่มขึ้น ปริมาณงานมีมากกว่าความสามารถของพนักงานที่ทำได้ในแต่ละวัน และการควบคุมของพนักงานมีความ

รับผิดชอบในงานที่ตนได้รับมอบหมาย เปรียบเสมือนเป็นนายตนเองรวมทั้งผลของการปฏิบัติงานในเรื่องของความท้าทายในการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นถึงความรู้ความสามารถของพนักงานที่ใช้ในการทำงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2) ด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า

จากผลการศึกษา พบว่าในภาพรวมของพนักงานพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูน มีความคิดเห็นในด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้าในระดับเห็นด้วย โดยสามารถบ่งบอกถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านภาพรวมได้ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยย่อยต่างๆ ในด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า อันได้แก่ การรู้จักฟังพอใจบริการลูกค้าให้มีความสุข และช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เข้าอกเข้าใจ ช่วยแก้ปัญหา และรับฟังความต้องการของลูกค้า โดยปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด และเมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทั้ง 3 ด้าน กับตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อองค์กร พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อกัน ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านสามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน โดยปัจจัยด้านการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับ ปรัชญาหลักในการประกอบกิจการของธนาคารจำกัด (มหาชน) คือ การเป็น “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน” ซึ่งมีพันธกิจร่วมกันในการมุ่งตอบสนองความต้องการเฉพาะปัจเจกของลูกค้าแต่ละรายให้เกิดความประทับใจ ด้วยการนำเสนอและส่งมอบบริการคุณภาพชั้นเลิศ ที่เป็นการให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้า และวิสัยทัศน์ของธนาคารที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เปี่ยมด้วยคุณภาพระดับโลกแก่ลูกค้าทุกกลุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการบริการลูกค้า สามารถทำนายระดับความผูกพันในภาพรวมได้มากที่สุด ซึ่งเป็นผลจากการที่พนักงานมีความสุขที่ได้บริการ มีความเข้าอกเข้าใจลูกค้า ชอบที่จะช่วยให้ลูกค้าบรรลุตามความต้องการ อีกทั้งชอบที่จะช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเบญจมาภรณ์ นวลิมปี (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร: กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงครามและสาขาสมุทรสาคร” ซึ่งพบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง และในด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในระดับสูง ซึ่งปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติและงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นของพนักงานธนาคารเป็นการให้บริการลูกค้า โดยให้ความสนใจ, รับฟังความต้องการของลูกค้า และบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจ และสอดคล้องกับการศึกษาของวันดี ทับทิม (2546)

ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะผู้นำกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและประสิทธิผลของหน่วยงานในโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม 1” พบว่าปัจจัยย่อยด้านการบริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่ผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

3) ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า

จากผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมของพนักงานพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แผนงานจังหวัดลำพูน มีความคิดเห็นในด้านวัฒนธรรมการให้บริการในระดับค่อนข้างเห็นด้วย แสดงให้เห็นว่าปัจจัยย่อยต่างๆ ในด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า อันได้แก่ พนักงานในธนาคารมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ โดยได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล อีกทั้งพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการอยู่ในระดับยอดเยี่ยม และธนาคารมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง และธนาคารมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านวัฒนธรรมการให้บริการลูกค้า สามารถทำนายระดับความผูกพันในภาพรวมได้รองลงมาจากปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้าและความด้านความมั่นใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการบริหารงานของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ธนาคารให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างจุดแข็งและศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมุ่งพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานและคุณภาพการให้บริการโดยไม่หยุดนิ่ง โดยการสร้างวัฒนธรรมในการให้บริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service climate) ที่ว่าองค์กรที่ประกอบกิจการด้านการบริการจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์วัฒนธรรมการให้บริการเพื่อการแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงเป็นการรักษาลูกค้าไว้ องค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการนำส่งการบริการที่มีคุณภาพ คุณภาพการบริการทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ และจะส่งผลพฤติกรรมการให้บริการของแต่ละบุคคลภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในธุรกิจประเภทเดียวกันของ Mustafa Kokuncu and Ronald J.Burke and Lisa Fiksenbaum (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี โดยทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลและผลที่ตามมาของความผูกพันที่มีต่อองค์กรด้านงาน จากการศึกษาพบว่าการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนารูปแบบในการให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ลูกค้า และพนักงานขององค์กรที่สะท้อนออกมาเป็นวัฒนธรรมในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

4. ระดับความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน

4.1) ระดับความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ และปัจจัยด้านวัฒนธรรมในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในทุก ๆ ด้าน มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด แผนงานจังหวัดลำพูน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเบญจมาภรณ์ นวลิมปี (2546) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงครามและสาขาสมุทรสาคร ที่พบว่า เพศ อายุ อัตราเงินเดือน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของรุจิ อุษิตศิลป์ศักดิ์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่” พบว่า อายุ ระยะเวลาในการทำงาน และระดับเงินเดือน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร โดยรวม แต่ เพศ ระดับการศึกษา สาขาที่จบ ไม่มีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรโดยรวม

4.2) ระดับความคิดเห็นระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความผูกพันต่องาน องค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนในการทำงาน และด้านการให้เวลากับงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่งงาน และอัตราเงินเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ตำแหน่งงาน และระดับเงินเดือน มีผลต่อระดับความผูกพันต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนในการทำงาน และด้านการให้เวลากับงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด แผนงานจังหวัดลำพูน แต่ในด้านระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงาน ไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนในการทำงาน และด้านการให้เวลากับงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด แผนงานจังหวัดลำพูน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ B. Basikin (2550) ที่ทำการศึกษาร่วมถึงความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของครูสอนภาษาอังกฤษระดับ

มัธยมต้นในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Mustafa Kokuncu and Ronald J.Burke and Lisa Fiksenbaum (2549) ที่ทำการศึกษารื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี โดยทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลและผลที่ตามมาของความผูกพันที่มีต่อองค์กรด้านงาน ผลพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในทุกๆ ด้านไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่องานด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนในการทำงาน และด้านการให้เวลากับงาน

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน มีการค้นพบดังต่อไปนี้

1. จากผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านให้ความสำคัญการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และด้านวัฒนธรรมในการบริการ
2. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน ในด้านความผูกพันขององค์กร พบว่า กลุ่มพนักงานที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์กรในทุก ๆ องค์ประกอบ คือ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับงาน ได้แก่ กลุ่มพนักงานที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี, กลุ่มพนักงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าระดับอนุปริญญา, กลุ่มที่มีระยะเวลาปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี, กลุ่มพนักงานที่มีตำแหน่งงานต่ำกว่าระดับ 10 และกลุ่มพนักงานที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 20,001 บาท
3. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าพนักงานในกลุ่มที่มีการศึกษาค่ากว่าระดับอนุปริญญา จะมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในทุกๆ ปัจจัย ต่ำกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ
4. จากการศึกษาพบว่าโดยรวมในปัจจัยด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านการให้บริการลูกค้า กลุ่มพนักงานที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี และกลุ่มพนักงานที่มีระดับเงินเดือนต่ำกว่า 20,001 บาท มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันมากกว่า กลุ่มพนักงานที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี และกลุ่มพนักงานที่มีระดับเงินเดือนมากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าพนักงานใหม่

มีความมั่นใจในการให้บริการ และการให้ความสำคัญในการบริการลูกค้ามากกว่าพนักงานที่ทำงานมาเป็นระยะเวลานาน

5. จากการศึกษาพบว่าโดยรวมในด้านองค์ประกอบของความผูกพัน ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการใช้เวลาทำงาน พบว่ากลุ่มพนักงานที่มีตำแหน่งระดับอาวุโส มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันมากกว่า กลุ่มพนักงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่าระดับ 10 แสดงให้เห็นว่าพนักงานที่ทำงานมาเป็นระยะเวลานานมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานใหม่

6. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในทุกๆด้านมีอิทธิพลต่อความผูกพันอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคาร ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในแต่ละประเด็นดังนี้

1. ในด้านการให้ความสำคัญในการให้บริการ พบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงสุด ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญปัจจัยอันดับ 1 ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรทางธนาคารควรทำการส่งเสริมและรักษาในด้านการให้ความสำคัญในการให้บริการต่อลูกค้าของพนักงานต่อไป เพราะเนื่องจากธนาคารเป็นธุรกิจบริการ อีกทั้งยังมีภารกิจ (Mission) ในด้านการตลาดและลูกค้าที่จะเป็นผู้นำธุรกิจ ด้วยคุณภาพบริการที่เป็นเลิศ

2. จากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มพนักงานอายุ 20 – 30 ปี กลุ่มพนักงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา กลุ่มพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1 – 5 ปี กลุ่มที่มีอัตราเงินเดือน ต่ำกว่า 20,001 และกลุ่มพนักงานตำแหน่งงานต่ำกว่าระดับ 10 มีระดับความคิดเห็นต่อองค์กรต่ำกว่ากลุ่มอื่น โดยอาจมีพฤติกรรม การแสดงออก ความเต็มใจในการทำงาน มีส่วนร่วมในองค์กรลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อกลุ่มพนักงานดังกล่าวในการรักษาและปรับเปลี่ยนความรู้สึกให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น โดยธนาคารจะต้องมีการวางแผนปรับปรุงองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ให้เหมาะสมกับพนักงานกลุ่มนี้ โดยองค์กรจะต้องทำการศึกษาถึงพฤติกรรมและทำความเข้าใจในตัวพนักงานในกลุ่มนี้มากเป็นพิเศษ หาก

องค์กรสามารถปรับปรุงแก้ไขได้ถูกวิธี ก็จะเป็นการช่วยปรับเปลี่ยนความรู้สึกของพนักงานให้มีทัศนคติต่อองค์กรดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

3. ธนาคารควรมีนโยบายที่ส่งเสริมความมั่นใจในการทำงาน และด้านการให้บริการที่เน้นให้ความสำคัญกับลูกค้ากับพนักงานที่มีอายุมากกว่า 30 ปี เช่น การอบรมเพิ่มทักษะความรู้เกี่ยวกับการทำงาน ที่ส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะเป็นพนักงานใหม่ที่เข้ารับการอบรมความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของทางธนาคาร

4. ในด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า พนักงานรู้สึกตัวพนักงานเองมีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบัน เป็นปัจจัยที่มีค่าความคิดเห็นน้อยที่สุด จึงควรให้ความสำคัญกับการพิจารณาคุณสมบัติพนักงานให้มากขึ้น เช่น ในการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง หรือมีการเปิดสาขาใหม่เพื่อพิจารณาเสนอแต่งตั้งจัดรับผู้บริหาร หรือเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความสามารถศักยภาพที่มีภายในออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด นอกจากนี้ องค์กรควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับพนักงานที่มีการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความคิดเห็นด้านองค์กรในระดับต่ำกว่าพนักงานในกลุ่มอื่นๆ

5. ในด้านการให้ความสำคัญในการบริการลูกค้า พบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่าพนักงานมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดในเรื่องของความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจพนักงานเสมอ มีความคิดเห็นต่ำที่สุดในระดับที่เห็นด้วย ดังนั้น องค์กรควรหาทางปรับเปลี่ยนทัศนคติพนักงานให้มีความสนใจลูกค้ามากขึ้น มีทัศนคติในการบริการลูกค้าที่ดี นอกจากนี้ องค์กรควรมีการดูแลการพัฒนาด้านงานกับกลุ่มพนักงานที่มีอัตราเงินเดือน ต่ำกว่า 20,001 และกลุ่มพนักงานตำแหน่งระดับ ต่ำกว่าระดับ 10 เป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติต่อด้านความสำคัญในการให้บริการลูกค้าต่ำกว่ากลุ่มอื่น

6. ในด้านวัฒนธรรมการให้บริการ พบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย จากการศึกษาปัจจัยย่อย พบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ด้านธนาคารมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ แสดงให้เห็นว่าพนักงานยังไม่พึงพอใจกับปัจจัยเหล่านั้น ดังนั้น องค์กรควรมีการตั้งงบประมาณสำหรับการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์สำนักงานที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการใช้งานของพนักงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงว่า องค์กรจะต้องมีการจัดเตรียมเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถรองรับกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ในอนาคต เพราะว่างานบริการเป็นงานที่ต้องอาศัยความรวดเร็วในการบริการเพื่อให้ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ และพนักงานผู้ให้บริการมีความสุขในการทำงาน ทำให้เกิดวัฒนธรรมในการบริการที่ดีขึ้นได้ นอกจากนี้ องค์กรควรมีการดูแลการพัฒนา

ด้านวัฒนธรรมการให้บริการกับกลุ่มพนักงานพิเศษ และพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับอนุปริญญา เป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติต่อด้านงานต่ำกว่ากลุ่มอื่น

7. ในด้านความผูกพันต่อองค์กร พบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย จากการศึกษาปัจจัยย่อย พบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ในปัจจัยที่เมื่อพนักงานตื่นมาตอนเช้า พนักงานรู้สึกอยากไปทำงาน แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความรู้สึกไม่อยากตื่นมาทำงานในตอนเช้า อาจจะด้วยเหตุผลต่างๆ หลายประการ เช่น สภาพะการการทำงานที่เครียด หรือ การกดดันในการหาเป้าหมาย เนื่องจากการแข่งขันที่สูงในธุรกิจธนาคารและการบริการในปัจจุบัน ดังนั้นองค์กรควรหาทางที่ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่อยากมาทำงานแต่เช้า ลดสภาพะการการทำงานที่กดดันลง และปรับเปลี่ยนมุมมองของเป้าหมายที่กดดันเป็นเป้าหมายที่ท้าทาย ก่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการแสวงหาเป้าหมายต่อไป

8. ในการศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้านกับระดับความผูกพันในภาพรวมมีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูง แต่อย่างไรก็ตามควรที่จะเพิ่มเติมประเด็นปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ทำการศึกษา เช่น ด้านสวัสดิการและผลตอบแทน ความก้าวหน้าเจริญเติบโตในหน้าที่, การพัฒนาศักยภาพพนักงาน เพื่อให้สามารถอธิบายถึงระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้ชัดเจนขึ้นในการศึกษาครั้งต่อไป