

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 โดยศึกษาถึงความผูกพันในภาพรวมขององค์กร และปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านลักษณะส่วนบุคคล ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ รวมทั้งการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในด้านต่าง ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 จำนวนทั้งสิ้น 162 คน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ งานวิจัย เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานของธนาคารทั้งหมด 162 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำไปประมวลผล สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31

พนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 162 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 - 30 ปี ร้อยละ 38.89 มีวุฒิการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี ร้อยละ 79.01 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับธนาคารอยู่ช่วง 1 - 5 ปี ร้อยละ 41.98 ระดับรายได้เท่ากับ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 31.48 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งในองค์กรเป็นพนักงานขั้นต้น ร้อยละ 42.59 และมีตำแหน่งงานในองค์กรเป็นเจ้าหน้าที่บริการธุรกิจ สาขา ร้อยละ 45.06

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านระดับความคิดเห็นต่อองค์การของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และด้านความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงทุกด้าน โดยด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้ามีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุดเท่ากับ 0.94 รองลงมาได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงานค่าความเชื่อมั่น 0.91 และด้านการวัฒนธรรมการให้บริการ ค่าความเชื่อมั่น 0.88 ตามลำดับ แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

พนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีระดับความคิดเห็นต่อองค์การในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ดังนี้

2.1.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน ด้านความมั่นใจในการทำงาน

พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อองค์การด้านความมั่นใจในการทำงาน ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.34 แสดงว่าพนักงานมีความผูกพันกับองค์การด้านความมั่นใจในการทำงาน อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- การทำงานของพนักงานอยู่ในระดับที่ดีภายใต้ขอบเขตความสามารถ
- พนักงานมั่นใจในความสามารถในการทำงานได้เป็นอย่างดี
- ประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จในการทำงานที่ผ่านมาของพนักงานเพิ่มความมั่นใจให้พนักงานในการทำงานให้กับธนาคารได้อย่างเต็มที่
- พนักงานมีความคิดว่าตัวเองสามารถทำงานที่ทำหายมากกว่างานที่คำสั่งทำในปัจจุบัน
- หากกล่าวอย่างมืออาชีพ พนักงานพึงพอใจในงานที่เป็นไปตามความคาดหวัง

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วยได้แก่

- พนักงานมีความรู้ด้านเทคนิคที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานอย่างครบถ้วน
- พนักงานรู้สึกมั่นใจว่าทักษะและความสามารถเทียบเท่ากับหรือมากกว่าความสามารถของเพื่อนร่วมงาน
- พนักงานไม่เคยมีปัญหาในการปรับตัวกับการทำงานในธนาคาร
- พนักงานรู้สึกว่าตัวพนักงานเองมีคุณสมบัติเกินกว่าตำแหน่งที่ได้รับในปัจจุบัน

2.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงานด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า

พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อองค์การในด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยที่ 5.88 แสดงว่าพนักงานมีความผูกพันกับองค์การด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าอยู่ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่ามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทุกข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- พนักงานรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข
- การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่ายสำหรับพนักงาน
- การบรรลุวัตถุประสงค์ของพนักงานคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ
- พนักงานมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้าและพนักงานพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย
- พนักงานชอบช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า
- ความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจพนักงานเสมอ
- พนักงานชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฟัง
- การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติสำหรับพนักงาน
- พนักงานมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที

2.1.3 ระดับความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ

พนักงานมีระดับความคิดเห็นในด้านวัฒนธรรมการให้บริการในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.66 แสดงว่าพนักงานมีความผูกพันกับองค์การด้านวัฒนธรรมการให้บริการอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยทุกข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- โดยรวมแล้วคุณภาพการบริการของธนาคารของท่านอยู่ในระดับยอดเยี่ยม
- ธนาคารมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
- เมื่อพนักงานทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล
- พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี
- พนักงานในธนาคารมีความรู้ในงาน และมีทักษะในการทำงานและให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ
- ธนาคารมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ
- ผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง

จากการสรุปเปรียบเทียบผลของระดับความคิดเห็นต่อองค์การในด้านต่าง ๆ พบว่า เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.63 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีผลต่อความผูกพันอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็น พบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้ามากที่สุดในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 5.88 รองลงมาคือ ด้านการวัฒนธรรมการให้บริการระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 5.66 และด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย 5.34

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นต่อองค์การของพนักงาน ในองค์ประกอบด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ

จากการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบตัวแปรด้วยวิธี ค่าแจกแจงแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ได้ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับความเห็นต่อองค์การในปัจจัยด้านต่าง ๆ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ พบว่า

1. เพศของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยทั้งเพศชายและหญิงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

2. อายุที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านความมั่นใจในการทำงานแตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว และจากการทดสอบความมั่นใจในการทำงานแตกต่างกันเป็นรายคู่กับอายุ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานในระดับมากกว่ากลุ่มอายุ 20-30 ปี

3. ระดับการศึกษาของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยทุกระดับการศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

4. ระยะเวลาการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยทุกกลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

5. อัตราเงินเดือนของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ โดยทุกกลุ่มอัตราเงินเดือนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

6. ตำแหน่งงานในองค์กรที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า แตกต่างกัน โดย ทุกกลุ่มตำแหน่งงานในองค์กรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว และจากการทดสอบการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าแตกต่างเป็นรายคู่กับตำแหน่งงานในองค์กร สรุปได้ว่า

กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการธุรกิจสาขามีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้ามากกว่ากลุ่มผู้ดูแลงานบริการธุรกิจสาขา

เจ้าหน้าที่การตลาดและ กลุ่มผู้ช่วยผู้จัดการสาขาและผู้จัดการมีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้ามากกว่ากลุ่มผู้ดูแลงานบริการธุรกิจสาขาและเจ้าหน้าที่การตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงทุกด้าน โดยค่าความเชื่อมั่นรวมในส่วนความผูกพันต่อองค์กรรวมมีค่าเท่ากับ 0.96 ในด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ขององค์กรพนักงานมีค่าความเชื่อมั่นมากที่สุดเท่ากับ 0.91 รองลงมาได้แก่ ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) ค่าความเชื่อมั่น 0.89 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ค่าความเชื่อมั่น 0.86 ตามลำดับ แสดงว่าคำถามที่ใช้ในการศึกษาในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

การวัดระดับความผูกพันต่อองค์กร วิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยความผูกพันในด้านภาพรวมขององค์กร ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำนวน 17 คำถาม โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ประกอบด้วยคำถาม

- 1) ในที่ทำงาน ฉันรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน
- 2) ฉันรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉัน
- 3) เมื่อฉันตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ฉันรู้สึกอยากไปทำงาน
- 4) ฉันสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน
- 5) ฉันสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานของฉันได้เป็นอย่างดี

ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ประกอบด้วยคำถาม

- 1) ในการทำงาน ฉันมีความมุ่งมั่นเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม
- 2) ฉันพบว่า งานที่ฉันทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน
- 3) ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- 4) งานของฉันสร้างแรงบันดาลใจให้ฉัน
- 5) ฉันภูมิใจในงานที่ฉันทำ
- 6) ฉันพบว่างานที่ฉันทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับฉันเป็นอย่างมาก

ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) ประกอบด้วยคำถาม

- 1) ขณะที่ฉันทำงาน ฉันรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว
- 2) เมื่อฉันทำงาน ฉันลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว
- 3) ฉันรู้สึกมีความสุข เมื่อฉันทำงานอย่างตั้งใจ
- 4) ฉันจดจ่ออยู่กับงานของฉัน
- 5) ฉันรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อฉันทำงาน
- 6) การดึงความสนใจของฉันออกจากงานเป็นเรื่องยาก

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กรในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย 5.32 แสดงว่าพนักงานมีความผูกพันกับองค์กรอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- พนักงานมีความภูมิใจในงานที่ทำ
- พนักงานรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงานของฉัน
- ฉันมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

- ในการทำงานพนักงานมีความมุ่งมั่นเสมอแม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม
- พนักงานพบว่างานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับเป็นอย่างมาก
- พนักงานมีความสุขเมื่อได้ทำงานอย่างตั้งใจ
- ขณะที่ทำงานพนักงานรู้สึกที่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว
- พนักงานจดจ่ออยู่กับงานของตนเอง
- พนักงานสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี
- พนักงานสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน
- งานของสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ตัวพนักงาน
- พนักงานพบว่างานที่ทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน
- เมื่อทำงานพนักงานลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว

ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

- ในที่ทำงาน พนักงานรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน
- การดึงความสนใจของพนักงานออกจากงานเป็นเรื่องยาก
- พนักงานมีความรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน
- เมื่อพนักงานตื่นขึ้นมาในตอนเช้า รู้สึกอยากไปทำงาน

ตอนที่ 3.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

จากการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบตัวแปรด้วยวิธี ค่าแจกแจงแบบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ได้ผลการวิเคราะห์ที่ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) พบว่า

1. เพศของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยทั้งเพศชายและหญิงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

2. อายุที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้เวลากับงาน (Absorption)

แตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว และจากการทดสอบการให้เวลากับงาน(Absorption) แตกต่างเป็นรายคู่กับอายุ สรุปได้ว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านการให้เวลากับงาน(Absorption) ในระดับมากกว่ากลุ่มอายุ 20-30 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านการให้เวลากับงาน(Absorption) ในระดับมากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี

3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านการให้เวลากับงาน(Absorption) แตกต่างกัน โดยทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว และจากการทดสอบการให้เวลากับงาน(Absorption) แตกต่างเป็นรายคู่กับระดับการศึกษา สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านการให้เวลากับงาน(Absorption) ในระดับมากกว่ากลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี

4. ระยะเวลาการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยทุกกลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

5. อัตราเงินเดือนของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ไม่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยทุกกลุ่มอัตราเงินเดือนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว

6. ตำแหน่งงานในองค์กรที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) แตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มตำแหน่งงานในองค์กรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าว และการทดสอบแต่ละองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรทั้งในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และด้านการให้เวลากับงาน(Absorption) แตกต่างเป็นรายคู่กับตำแหน่งงานในองค์กร สรุปได้ว่า

กลุ่มผู้ช่วยผู้จัดการสาขาและผู้จัดการสาขามีระดับความคิดเห็นในทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าวในระดับมากกว่ากลุ่มเจ้าหน้าที่บริการธุรกิจสาขา

กลุ่มผู้ช่วยผู้จัดการสาขาและผู้จัดการสาขามีระดับความคิดเห็นในทุกกลุ่มปัจจัยดังกล่าวในระดับมากกว่ากลุ่มผู้ดูแลงานบริการธุรกิจสาขาและเจ้าหน้าที่การตลาด

ตอนที่ 3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่าง ๆ กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยให้ตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ และตัวแปรตาม ซึ่งจะมีทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) จะพบว่ามีความสัมพันธ์แยกตามตัวแปรตาม ได้ดังนี้

ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) จากการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) มีการแปรผันตามกันกับตัวแปรต้นในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.83 ซึ่งตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 69.30 ส่วนความผูกพันต่อองค์กรอื่กร้อยละ 30.70 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงานและด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ส่วนด้านวัฒนธรรมในการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงานสามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ได้มากที่สุด ($\beta = 0.49$) รองลงมาคือ ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า ($\beta = 0.43$)

ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) จากการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้าน การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) มีการแปรผันตามกันกับตัวแปรต้นในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.79 ซึ่งตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 61.70 ส่วนความผูกพันต่อองค์กรอื่กร้อยละ 38.30 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้าน การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน สามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรด้าน การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ได้มากที่สุด ($\beta = 0.51$)

รองลงมาคือ ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า ($\beta = 0.26$) ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.25$)

ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) จากการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) มีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.75 ซึ่งตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 56.30 ส่วนความผูกพันต่อองค์กรอีกร้อยละ 43.70 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน สามารถทำนายระดับความผูกพันต่อองค์กรด้าน ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) ได้มากที่สุด ($\beta = 0.53$) รองลงมาคือ ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า ($\beta = 0.19$) ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.19$)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามซึ่งได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่ามีการแปรผันตามกันในเชิงบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.83 โดยพบว่าตัวแปรต้นนั้นสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 68.30 ส่วนความผูกพันต่อองค์กรอีกร้อยละ 31.70 เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เมื่อพิจารณาจากนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่า ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน สามารถทำนายระดับความผูกพันในภาพรวมได้มากที่สุด ($\beta = 0.51$) รองลงมาคือ ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้า ($\beta = 0.29$) ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ ($\beta = 0.15$)

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ด้านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตามแนวคิดของ Wilmar Schaufeli (2002) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะความผูกพันในการทำงาน โดยสามารถแบ่งลักษณะการแสดงออกและความคิดในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ได้เป็น 3 ลักษณะ ซึ่งประกอบด้วย (1) ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) (2) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และ (3) การให้เวลากับงาน (Absorption) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า โดยรวมพนักงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีระดับความคิดเห็นในด้านความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อนำแนวคิดของ Wilmar Schaufeli (2002) เพื่อศึกษาในรายละเอียดของความผูกพันทั้ง 3 ลักษณะ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) พบว่า ส่วนใหญ่ ประมาณ 60% มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย ในเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน ความรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงาน ความสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ความสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี ส่วนที่เหลือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้สึกเมื่อตื่นขึ้นมา แล้วอยากไปทำงานในตอนเช้า

2) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยทั้งหมด ในเรื่องเกี่ยวกับ การให้เวลากับงานเสมอ แม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม งานที่ทำเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีเป้าหมายชัดเจน การมีความกระตือรือร้นในการทำงาน งานช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ มีความภูมิใจในงานที่ทำ งานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายเป็นอย่างมาก

3) ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) พบว่า ส่วนใหญ่ประมาณ 66.67% มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย ในเรื่องเกี่ยวกับ ขณะที่ทำงานมีความรู้สึกที่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว เมื่อทำงานอยู่จะลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว รู้สึกมีความสุขเมื่อทำงานอย่างตั้งใจ ความสามารถในการจดจ่ออยู่กับงาน ส่วนที่เหลือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน การดึงความสนใจออกจากงานเป็นเรื่องยาก

จากการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลของ พนักงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน ตำแหน่งงานในองค์กร พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในองค์กร

ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ได้แก่ เพศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน

เมื่อศึกษาด้านองค์ประกอบของความผูกพันและความสัมพันธ์พนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 พบว่า

1. ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) จากการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน และการให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้า ส่วนในด้านวัฒนธรรมการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์ด้วย

2. ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) จากการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน การให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้า และ ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ

3. ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) จากการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน การให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้า และ ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ

ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และจากการศึกษาด้านองค์ประกอบของความผูกพันและความสัมพันธ์พนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 พบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Bagja Basikin (2007) ซึ่งได้

ทำการศึกษาเรื่อง “Vigor ,Dedication and Absorption : Work Engagement Among Secondary School English in Indonesia” (ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตนในการทำงาน และการ

ให้เวลากับงาน : ความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซีย) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งในการทำงาน สถานที่ทำงาน และถิ่นที่อยู่ มีผลต่อความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซียไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในด้านองค์ประกอบของความผูกพัน 3 องค์ประกอบ คือ ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศ

ตนในการทำงาน และการให้เวลากับงาน มีผลต่อความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ
ในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซียแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.2 ด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของ พนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย คิดเป็น 55.55% ในเรื่องเกี่ยวกับ ความภูมิใจในงานที่ทำ ความรู้สึกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในงาน ความกระตือรือร้นในการทำงาน การให้เวลากับงานเสมอแม้งานบางอย่างจะไม่ราบรื่นก็ตาม งานที่ทำอยู่เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับเป็นอย่างมาก การมีความสุขเมื่อได้ทำงานอย่างตั้งใจ ขณะที่ทำงานรู้สึกที่เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการจดจ่ออยู่กับงาน ความสามารถปรับอารมณ์ให้สนุกกับการทำงานได้เป็นอย่างดี ความสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน งานของสร้างแรงบันดาลใจให้ งานที่ทำเป็นสิ่งที่มีความหมาย และมีเป้าหมายชัดเจน เมื่อทำงานจะลืมเรื่องทุกอย่างที่อยู่รอบตัว และส่วนที่เหลือมีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้สึกมีพลังเต็มที่ในการทำงาน การดึงความสนใจออกจากงานเป็นเรื่องยาก ความรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อทำงาน การตื่นขึ้นมาในตอนเช้ามีความรู้สึกอยากไปทำงาน โดยจากผลการศึกษาในด้านระดับความคิดเห็นในด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยและค่อนข้างเห็นด้วยแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความมั่นใจในการทำงานในระดับค่อนข้างมากถึงมาก ซึ่งจะเป็นผลดีกับองค์กรเพราะเมื่อพนักงานมีความมั่นใจในความสามารถที่มีก็จะแสดงความ สามารถออกมาและใช้ปฏิบัติในงานอย่างเต็มที่ ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ สอดคล้องแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของ Albert Bandura (1986) ที่ให้การจำกัดความ ความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self-efficacy Beliefs) หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตน ในสิ่งที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเป็นความมีประสิทธิภาพในตนเอง เป็นความเชื่อในเรื่องของ ความสามารถของบุคคล ในการที่จะทำงานเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ นอกจากนั้น Albert Bandura (1986) เชื่อว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะสามารถส่งเสริมความสำเร็จและความเจริญ รุ่งเรืองของมนุษย์ได้ โดยมีอิทธิพลต่อการเลือกที่จะทำและแสดงพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้นเมื่อพนักงานในองค์กรมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ก็จะแสดงศักยภาพในตัวในตนเองออกมาและทำอย่างเต็มความสามารถ ส่งผลให้การทำงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จในงานที่ทำ ซึ่งจากผลการศึกษาในด้านความมั่นใจในการทำงาน พบว่ามีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ซึ่งแสดงว่ามีความมั่นใจในการทำงานอยู่ในระดับสูง

นอกจากนั้นยังค้นพบว่า เมื่อพนักงานมีอายุมากขึ้น ระดับความมั่นใจในการทำงานเพิ่มขึ้นตามด้วย ส่งผลดีต่อกระบวนการทำงานและการตัดสินใจ ทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และพนักงานก็ผูกพันกับองค์การเพิ่มขึ้นด้วย โดยจะเห็นว่าสอดคล้องแนวคิดทฤษฎีของ Albert Bandura (1986) ดังนั้นจะเห็นว่าความเชื่อมั่นในตนเองมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การในทางบวก และเมื่อมีความเชื่อมั่นในตนเองสูงยิ่งทำให้มีโอกาสเกิดความผูกพันต่อองค์การเพิ่มมากขึ้น

ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน ได้แก่ อายุ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน ตำแหน่งงานในองค์การ

ด้านความสัมพันธ์ จากการศึกษา พบว่าความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน มีความสัมพันธ์ กับ ความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.3 ด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าของพนักงาน

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงาน พบว่า ทั้งหมดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยในเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้สึกพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข การยิ้มให้กับลูกค้าทุกคนเป็นเรื่องง่าย การบรรลุวัตถุประสงค์คือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ การมีความสุขที่ได้ให้บริการลูกค้าและพยายามช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า ความสนใจสูงสุดของลูกค้าอยู่ในใจเสมอ ความชอบให้ลูกค้าพูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของเขาให้ฟัง การเข้าอกเข้าใจลูกค้าเป็นเรื่องปกติ การมีความสุขในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าอย่างทันท่วงที โดยจากผลระดับความคิดเห็นของพนักงานในด้านการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าแสดงว่ามีการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้ามาก สอดคล้องกับคำจำกัดความของ Donovan และ Hocutt (2001) ที่ให้ไว้ว่า การให้ความสำคัญในการบริการลูกค้า (Customer Orientation) คือ การบริการและการเอาใจใส่ในตัวลูกค้าของพนักงานโดยทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจในตัวพนักงาน เป็นลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของพนักงานที่สะท้อนออกมาให้ลูกค้าได้เห็น

ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าของพนักงาน ได้แก่ ตำแหน่งงานในองค์การ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน

ด้านความสัมพันธ์ จากผลการศึกษา พบว่าการให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และยังมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร ในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) การให้เวลากับงาน (Absorption) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น แสดงว่า การให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้า มีความสัมพันธ์กับองค์การสูง และเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรด้วย จึงควรให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการลูกค้า ซึ่งตรงกับแนวคิดของ D.Todd Donovan (2001) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญในการให้บริการลูกค้าของพนักงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ว่าเมื่อพนักงานผู้ที่ให้การบริการมีการให้บริการลูกค้าด้วยใจ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ พอใจในการบริการของพนักงานแล้วยังอาจทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวของบริษัทด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ตัวพนักงานเองมีความภูมิใจในการให้บริการของตนเอง เกิดความประทับใจทั้งสองฝ่าย ทำให้พนักงานรู้สึกดีต่อบริษัทเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด และยังมีบริการและให้ความสำคัญในลูกค้า (Customer Orientation) สูง ยิ่งส่งผลให้ความผูกพันของพนักงานสูงตามไปด้วย

5.2.4 ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าของพนักงาน

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของ พนักงาน พบว่า ทั้งหมดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ในเรื่องเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับยอดเยี่ยม ธนาคารมีการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เมื่อทำงานและให้บริการได้อย่างยอดเยี่ยมจะได้รับการยกย่องและได้รับรางวัล พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานในธนาคารมีความรู้ในงานและมีทักษะในการทำงาน และให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ธนาคารมีการจัดเตรียมเครื่องมือ เทคโนโลยี และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับพนักงานในการทำงานและให้บริการ และผู้บริหารแสดงความห่วงใยอย่างจริงจังในการบริการลูกค้าโดยการปฏิบัติเป็นแบบอย่างด้วยตัวเอง โดยจากผลระดับความคิดเห็นของพนักงานในด้านวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าอยู่ในระดับเห็นด้วย แสดงว่าพนักงานพึงพอใจ เข้าใจและปฏิบัติตนอยู่เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าขององค์กรในแนวทางเดียวกัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กร เพราะองค์กรที่ประกอบกิจการด้านการบริการ จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์บรรยากาศการให้บริการเพื่อการแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงเป็นการรักษาลูกค้าไว้ องค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพ คุณภาพการบริการทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่นๆและจะส่งผลพฤติกรรมการให้บริการของแต่ละบุคคลภายในองค์กร

ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน อัตราเงินเดือน ตำแหน่งงานในองค์กรไม่มีผลด้านวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าของพนักงาน

ด้านความสัมพันธ์ จากการศึกษา พบว่าด้านวัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Johnson (1996) ที่ว่าวัฒนธรรมในการให้บริการเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัฒนธรรมภายในองค์กร เนื่องจาก วัฒนธรรมในการให้บริการลูกค้าของพนักงานในองค์กรเป็นอย่างไร วัฒนธรรมในการให้บริการขององค์กรก็จะเป็นอย่างนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงถึงเรื่องการแข่งขัน การรับรู้ต่อองค์กรของลูกค้า โดยแนวคิดของวัฒนธรรมการให้บริการขององค์กรสร้างขึ้นจาก การบรรยายและให้ความหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน สมาชิกขององค์กรมีการแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์ในสถานที่ทำงานของตนและกระจายการรับรู้ นั้น ไปสู่สมาชิกคนอื่น ๆ เกิดเป็นวัฒนธรรมการให้บริการขององค์กรในที่สุด การบริการที่เป็นเลิศเป็นสิ่งสำคัญต่อองค์กรและส่งผลดีแก่การสร้างทัศนคติที่ดีหรือวัฒนธรรมในการให้บริการ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 มีการค้นพบดังต่อไปนี้

1. ตำแหน่งงานในองค์กร มีผลต่อการให้บริการต่อลูกค้า ซึ่งตำแหน่งงานที่ต้องเจอลูกค้ามากก็จะให้ความสำคัญในการบริการมาก ดังเช่น กลุ่มเจ้าหน้าที่บริการธุรกิจสาขาที่จะมีปริมาณการให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่ากลุ่มตำแหน่งอื่นๆ ก็จะให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้ามาก ประกอบด้วยทางธนาคารก็เน้นให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้าโดยมีการตรวจสอบความพึงพอใจในการให้บริการลูกค้าจากการที่ลูกค้ามาทำรายการกับพนักงานด้วย นอกจากนี้ ตำแหน่งงานในกลุ่มผู้ช่วยผู้จัดการสาขาและผู้จัดการสาขาก็ให้ความสำคัญในการบริการลูกค้ามากเช่นกัน เนื่องจากตำแหน่งงานกลุ่มนี้จะต้องดูแล บริหาร จัดการ ผลการดำเนินงานรวมทั้งสาขาในลักษณะศูนย์กำไร (Profit Center)

2. เมื่อพนักงานมีอายุเพิ่มมากขึ้น จะมีระดับความมั่นใจในการทำงานเพิ่มขึ้นตามด้วย ซึ่งจะส่งผลดีต่อกระบวนการในการทำงานและการตัดสินใจการทำงาน นอกจากนี้เมื่ออายุเพิ่มขึ้นก็จะมีการใช้เวลาทำงานมากขึ้นด้วย

3. ความรับผิดชอบในการทำงานของพนักงานสูงขึ้น อันเนื่องมาจากตำแหน่งงานในองค์กรสูงขึ้น จะส่งผลให้ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตนในการทำงาน และการใช้เวลาทำงาน สูงขึ้นตามไปด้วย และทำให้มีความผูกพันต่อองค์กรสูงขึ้นตามด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 ผู้ศึกษาใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคาร ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานดังนี้

จากการค้นคว้าและศึกษาพบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขต 31 โดยรวมจะอยู่ในระดับสูง แต่ถ้าพิจารณาในเชิงลึก พบว่ามีบางสิ่งที่จะมีการปรับปรุง พัฒนา ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะด้านความผูกพันต่อองค์กร อันจะมีผลโดยตรงต่อการดำเนินงานโดยรวมของธนาคาร

โดยผู้ศึกษาขอเสนอแนะ ดังนี้

1. จากการศึกษาด้านความมั่นใจในการทำงานกับพนักงานกลุ่มที่มีอายุ 20 – 30 ปี พบว่ามีความมั่นใจในการทำงานอยู่ในระดับต่ำกว่าทุกกลุ่มอายุ ดังนั้นธนาคารควรต้องหาวิธีการเพิ่มความมั่นใจให้กับพนักงานในกลุ่ม ที่มีอายุ 20 – 30 เพราะพนักงานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่เพิ่งจะเข้ามาร่วมงานกับธนาคาร และมีโอกาสที่จะเป็นกำลังสำคัญให้กับธนาคารในอนาคต ธนาคารก็ควรที่จะเพิ่มความมั่นใจ เพื่อให้เกิดความผูกพัน และทำให้ผลการดำเนินงานของธนาคารดี เช่น การให้ความสำคัญการฝึกอบรมพนักงานเข้าใหม่ , การแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในหน้าที่การงานแต่ละตำแหน่ง รวมทั้งการกำหนดตัวชี้วัดในการทำงาน ด้านต่างๆ อย่างชัดเจน เป็นต้น

2. จากการศึกษาพบว่าพนักงานทุกตำแหน่งให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าอยู่ในระดับสูง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานในองค์กรอยู่ในกลุ่มผู้ดูแลงานบริการธุรกิจสาขาและเจ้าหน้าที่การตลาด ให้ความสำคัญต่อการบริการลูกค้าในระดับต่ำกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากตำแหน่งงานนี้ ให้บริการลูกค้าโดยตรงน้อย ต่างจากพนักงานระดับเจ้าหน้าที่บริการธุรกิจสาขา ที่ต้องให้บริการลูกค้าโดยตรง เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถ้าพนักงานในกลุ่มผู้ดูแลงานบริการธุรกิจสาขาและเจ้าหน้าที่การตลาด ได้ให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้ามากขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธนาคาร โดยรวมดีขึ้นด้วย ซึ่งสามารถทำได้โดย การฝึกอบรมหรือฝึกการเรียนรู้งานในตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ของพนักงานแต่ละระดับ เป็นต้น

3. สร้างหรือเพิ่มระดับความผูกพันในองค์กรให้มากขึ้น โดย

- การกำหนดเป้าหมาย มอบหมายงาน ความคาดหวังที่เหมาะสมกับตัวพนักงาน และชี้แจงความสอดคล้องระหว่างเป้าหมายที่ตัวพนักงานได้รับกับเป้าหมายของธนาคาร
- มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอและเป็นธรรม
- ให้คำแนะนำและความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานแก่พนักงานในเวลาที่เหมาะสม อย่างตรงไปตรงมาและสมเหตุสมผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
- ให้รางวัลและชี้แจงเกี่ยวกับการให้รางวัลและผลตอบแทนที่สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน

เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved