

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวศิริประภา เนตรวีระ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร มาใช้ในการศึกษา โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน 3 ด้าน คือ ความมั่นใจในการทำงาน (Self Efficacy) การให้ความสำคัญต่อประชาชน (Customer Orientation) และวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) โดยใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ หรือ Likert Scale

กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ เทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 240 คน โดยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าแจกแจงแบบที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Linear Regression

ในการศึกษานี้ได้ศึกษา 3 ด้าน ประกอบด้วย ความมั่นใจในการทำงาน (Self Efficacy) การให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Orientation) และวัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงานและด้านการให้ความสำคัญต่อประชาชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย ในขณะที่อีกด้านคือ ด้านวัฒนธรรมการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน พบว่า ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีผลต่อปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน

ส่วนผลการศึกษาด้านความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ทั้ง 3 องค์ประกอบคือ คือ ความกระตือรือร้น การเสียสละและความมุ่งมั่น ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความผูกพันในทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน พบว่า ตำแหน่ง มีผลต่อองค์ประกอบ ความผูกพันด้านความกระตือรือร้น และอัตราเงินเดือน มีผลต่อองค์ประกอบความผูกพันด้าน ความกระตือรือร้นและด้านความมุ่งมั่น

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านการเสียสละและด้านความมุ่งมั่นของพนักงานต่อ องค์กรเรียงลำดับจากความสัมพันธ์เชิงบวกมากไปน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อการ บริการประชาชน ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงานของพนักงาน และปัจจัยด้านวัฒนธรรมการ ให้บริการขององค์กรตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันด้านความ กระตือรือร้นของ พนักงานต่อองค์กร เรียงลำดับจากความสัมพันธ์เชิงบวกมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้ ความสำคัญต่อการบริการประชาชน ปัจจัยด้านวัฒนธรรมการให้บริการขององค์กร และปัจจัยด้าน ความมั่นใจในการทำงานของพนักงานตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Employee Engagement Towards Chiang Mai Municipality

Author Miss Siraprapa Netweera

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Orapin Santidhirakul Chairperson

Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn Member

Abstract

This research studied employee engagement at Chiang Mai Municipality. The study focused on 3 aspects: self-efficacy, customer orientation, and service climate. Likert scale was used to determine attitudes.

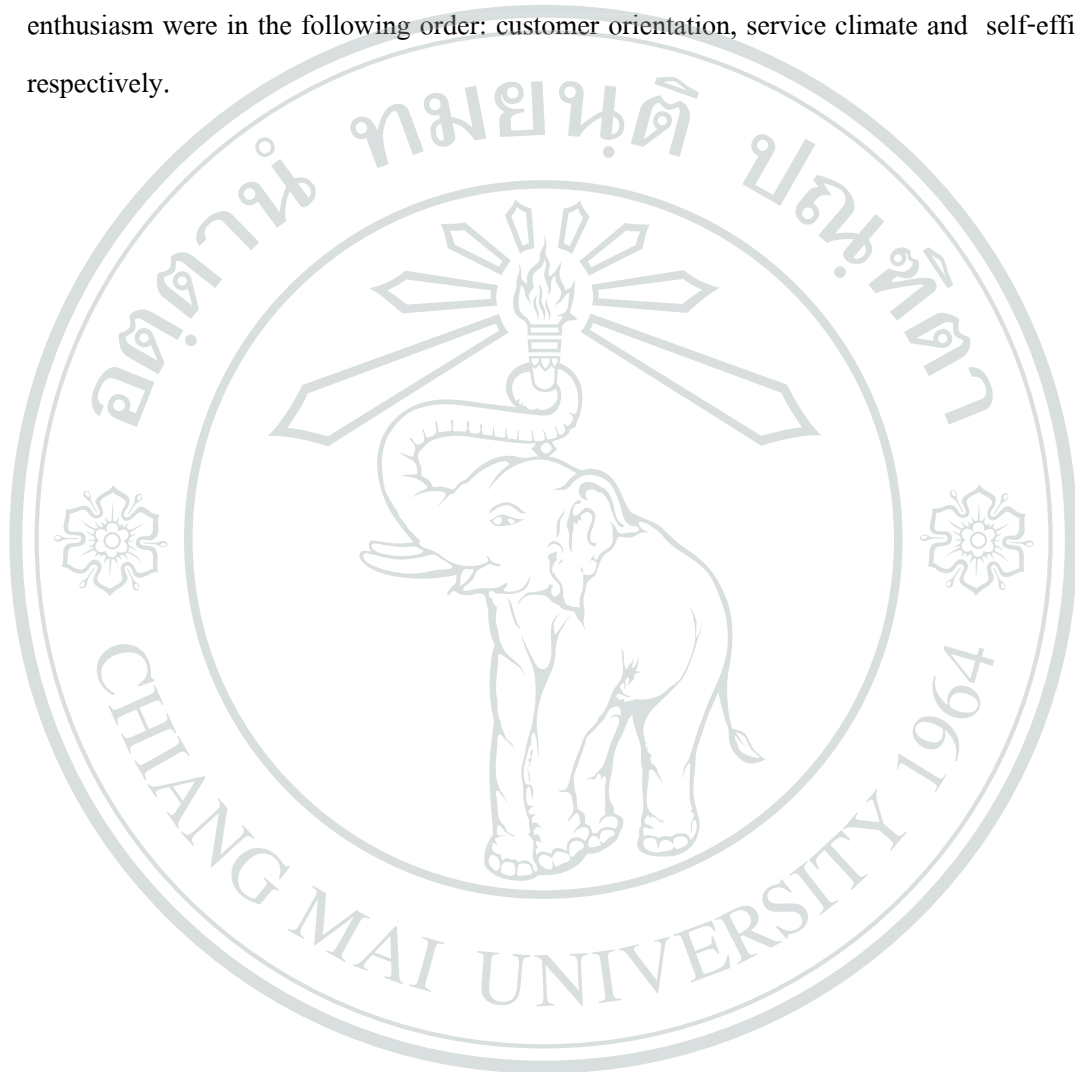
The population of this study was 240 operational staff of Chiang Mai Municipality. A questionnaire was used to collect data and the data was analyzed using frequency, percentage, mean, T-test, analysis of Variance : ANOVA, and Linear Regression.

The study tried to determine the relationship between the 3 aspects namely self –efficacy, customer orientation, and service climate, and employee engagement.

The results of the study showed that self-efficacy and customer orientation were ranked at the “agree” level, while service climate was at the “quite agree” level. Personal factors namely sex, age, educational background, work period, position, and salary, affected employee engagement.

From the study of the 3 aspects of employee engagement namely enthusiasm, dedication, and willingness, it was found that they are ranked at the high level. When considering personal factors namely sex, age, educational background, work period, position, and salary, it was found that position affected enthusiasm and willingness.

The factors that affected dedication and willingness were in the following order: first customer orientation, second self- efficacy and third service climate. The factors that affected enthusiasm were in the following order: customer orientation, service climate and self-efficacy, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved