

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของต่องานของพนักงานฝ่ายบำรุงรักษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมแนวความคิดจากเอกสาร งานวิจัย รวมทั้งรวบรวมแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาแสดงไว้ดังต่อไปนี้

#### แนวคิดทฤษฎี

การศึกษานี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับความผูกพันต่องานของพนักงาน ซึ่งจะมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ความหมายของความผูกพันต่องาน
2. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องาน

#### 1. ความหมายของความผูกพันต่องานของพนักงาน

Victor H. Vroom (1962) กล่าวว่า ความรู้สึกผูกพันต่องาน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า ซึ่งเป็นผลจากการรับรู้ระดับการปฏิบัติงานของตน หรือกล่าวได้ว่า ความรู้สึกที่ตนเองมีคุณค่าจะเพิ่มขึ้นถ้าปฏิบัติงานดี และจะลดลงถ้าปฏิบัติงานไม่ดี

Lodahl T. M. and Kejner M. (1965) ให้ความหมายว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานว่างานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของตน เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าในการปฏิบัติงาน

S. D. Saleh and James Hosek (1976) กล่าวว่าความผูกพันในงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับงานว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจในชีวิต งานเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า และงานที่ทำนั้นเข้ากันได้กับแนวคิดของตนเอง ทำให้เกิดความพร้อม และความกระตือรือร้นในการทำงาน

John M. Ivancevich and Michael T. Matteson (1990) กล่าวว่าความผูกพันต่องานหมายถึงรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกเกี่ยวกับงานที่ตนเองรับผิดชอบ โดยลักษณะของบุคคลที่แสดงออกจะมีความตั้งใจ หรือใจจดใจจ่ออยู่กับงาน มีชีวิตเพื่องาน พอใจในงานที่ทำอยู่ และทุ่มเทให้กับงาน

Richard M. Steers and Lyman W. Porter (1991) กล่าวว่าความผูกพันในงาน คือ การที่บุคคลมีความสนใจ มีความรับผิดชอบในการทำงานและรู้สึกผูกพันกับงานที่ได้รับมอบหมายไว้พยายามปรับปรุงงานและทำงานให้สำเร็จ โดยมีมาตรฐานของผลงานว่าต้องประสบความสำเร็จ

Wilmar B. Schaufeli (2002) กล่าวว่า ความผูกพันเป็นภาวะของจิตใจที่สัมพันธ์กับงาน โดยมีเป้าหมายที่จะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ความเป็นสมาชิกขององค์กร ความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความรู้ ความสามารถ ความพยายามที่มีอยู่เพื่อปฏิบัติงานในองค์กร ความผูกพันไม่ใช่สภาวะเพียงชั่วคราว หรือเฉพาะการณ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึง กระบวนการคิดที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุม และมีความต่อเนื่อง ซึ่งไม่เจาะจงเพียงแค่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง เหตุการณ์ บุคคล หรือพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ

ดวงฤทัย อุปมา (2547) กล่าวว่า ใจว่าความผูกพันในงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ งาน ว่างานนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับตน ทำให้ตนเกิดความยึดมั่น ความเต็มใจ ความพยายามทุ่มเทให้กับงานและมีทัศนคติที่เห็นว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของงาน

วรภา ศรีสันติโรจน์ (2548) ให้ความหมายความผูกพันในงานว่าเป็นความรู้สึกที่มีต่องาน เป็นสิ่งสำคัญ เป็นเป้าหมายและเป็นศูนย์กลางในการดำรงชีวิต บุคคลที่มีความผูกพันในงานจะ ทุ่มเทร่างกาย แรงใจ และเวลาส่วนมากในการปฏิบัติงาน จะมีความพึงพอใจในงานและตั้งใจ ปฏิบัติงานจนกว่าจะสำเร็จ

ในงานวิจัยนี้ผู้ศึกษาสรุปว่า ความผูกพันในงาน เป็น ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานว่างาน เป็นสิ่งสำคัญต่อตนเอง งานทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า โดยบุคคลที่มีความผูกพันในงานจะปฏิบัติ ตามหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบด้วยความเต็มใจ มีความพยายามในการปรับปรุงงาน อุทิศตนและทุ่มเท ในการทำงาน

#### การวัดระดับความผูกพันต่องาน

Wilmar B. Schaufeli (2002) ได้สร้างตัวชี้วัดความผูกพันในงานของบุคคล โดย ประกอบด้วยลักษณะบุคคลที่ผูกพันกับงาน และการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

1) ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้ที่มีความมุ่งมั่น มีความพยายาม ทุ่มเทในการทำงาน มีสภาพจิตใจที่ยืดหยุ่นเหมาะสม พร้อมต่อการปฏิบัติงาน

2) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) หมายถึง การอุทิศตนและทุ่มเทในการทำงาน โดยคิดว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของงาน โดยรับรู้ถึงการทำงานในลักษณะ การทำงานอย่างหนัก (Work Hard) การทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน (Work Long) และการค้นหาความรู้ใหม่ๆ (Work Smart) เพื่อนำมาพัฒนาตนเองและหน่วยงาน

3) ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) บุคลิกลักษณะของผู้ที่ให้เวลากับงาน มีใจจดจ่อและคิดว่าการทำงานคือความสุข

## 2. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องาน

### 2.1 ความมั่นใจในการทำงาน(Self-Efficacy)

Albert Bandura (1997)ให้ความหมายของความมั่นใจในการทำงาน (Self-Efficacy)ว่า บุคคลมีความเชื่อว่าตนเองสามารถอย่างไร ก็จะแสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา คนที่มีความเชื่อตนเองว่ามีความสามารถ จะมีความอดทนอดสาหัส ไม่ท้อถอยและจะประสบความสำเร็จ

ทฤษฎีความมั่นใจในการทำงาน มีแนวคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory) ของอัลเบิร์ต แบนดูรา ซึ่งมีความเชื่อว่า คนและสิ่งแวดล้อมต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน โดยแบนดูรากล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของพฤติกรรม และเชื่อว่าการศึกษากิจกรรมของมนุษย์จะต้องวิเคราะห์เงื่อนไขและสิ่งเร้าของพฤติกรรมซึ่งเป็นการเสริมแรง และเป็นการศึกษาถึงสิ่งเร้าจากภายนอกพร้อมด้วย การมีปฏิสัมพันธ์ของพฤติกรรมอาจจะอธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

แนวคิดของแบนดูรา มองพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมไม่แยกจากกัน เชื่อว่ามนุษย์มักจะใช้เงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล และประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมของบุคคลจะมีส่วนช่วยตัดสินใจในการปฏิบัติครั้งต่อไป พฤติกรรมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ทางสังคม สิ่งแวดล้อมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในบุคคล เช่นความคิด อารมณ์ ความคาดหวัง การศึกษากิจกรรมของบุคคลจะต้องวิเคราะห์เงื่อนไขและสิ่งเร้าที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสิ่งเร้านี้จะเป็นตัวเสริมแรงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความสามารถ โดยมีสมมุติฐานของทฤษฎีคือถ้าบุคคลมีความเชื่อในความสามารถของตนเอง โดยทราบว่าจะต้องทำอะไรบ้างแล้วเมื่อทำแล้วจะได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นก็จะปฏิบัติพฤติกรรม ซึ่งมีความคาดหวังมี 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) ความคาดหวังในความสามารถ (Efficacy Expectation) เป็นความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถของตนเองว่าตนเองสามารถกระทำพฤติกรรมบางอย่างที่กำหนดไว้ได้เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ

(2) ความคาดหวังในผลลัพธ์ (Outcome Expectation) เป็นการคาดคะเนของบุคคลว่าพฤติกรรมที่จะปฏิบัตินั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง

สิ่งที่ Albert Bandura (1997) ต้องการแสดงให้เห็นว่า ทฤษฎีความมั่นใจในการทำงานจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Belief) เป็นอันดับแรก แต่ส่วนนี้เองก็จะเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความล้มเหลวได้เหมือนกัน เพราะว่าหากเราไม่มีความเชื่อมั่นสิ่งที

ตนเองทำ แต่ทำไปทั้งที่คิดว่าเป็นไปไม่ได้ ผลที่เกิดขึ้นนอกจากจะไม่ประสบผลสำเร็จแล้ว ยังเกิดผลในด้านลบทางจิตใจอีกด้วย อีกประการหนึ่งคือตัวบุคคลมีความเชื่อมั่นในตนเองมากจนมองข้ามขีดความสามารถของตนเองไปก็จะเป็นผลให้ไม่ประสบความสำเร็จเช่นกัน อีกทั้งยังสร้างความหวั่นและความไม่มั่นใจให้กับตนเองในการตัดสินใจครั้งต่อไปด้วย อย่างที่กล่าวในข้างต้นนั้นว่าส่วนการสร้างพฤติกรรมด้วยตนเองต้องอาศัยกระบวนการทางปัญญาวิเคราะห์ สถานการณ์ และความเป็นไปได้ด้วยจึงจะให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

ตามทฤษฎีความมั่นใจในการทำงาน แบบดูว์ราก์กล่าวโดยสรุปถึง การสร้างความมั่นใจของแต่ละบุคคล (How Self-Efficacy Beliefs Are Created) สามารถสร้างและพัฒนาได้ 4 วิธีคือ

(1) ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery Experience) ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ของบุคคลจากประสบการณ์ของบุคคล การทำงานให้สำเร็จโดยใช้ประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นแหล่งที่สำคัญที่สุดความสำเร็จจะทำให้บุคคลนั้นรับรู้ความสามารถของตนเองสูง และความล้มเหลวที่เกิดขึ้นซ้ำๆ จะทำให้บุคคลรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ

(2) ประสบการณ์จากบุคคลอื่น (Vicarious Experience) เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากได้เห็นผู้อื่นปฏิบัติพฤติกรรมนั้นและตนเองก็สามารถปฏิบัติพฤติกรรมอย่างที่ได้เห็นได้เช่นกัน

(3) การชักจูงด้วยคำพูด (Persuasion) เป็นวิธีที่ใช้กันมากและใช้ได้ง่าย การชักจูงเพื่อให้เกิดกำลังใจและกระตุ้นให้บุคคลใช้ความสามารถของตนเองเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและจัดพฤติกรรมไม่เหมาะสม

(4) การกระตุ้นทางอารมณ์ (Somatic and Emotion State) การให้บุคคลเกิดการรับรู้ความสามารถของตนเองเน้นสิ่งแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดการรุกร้าทางอารมณ์ ภาวะที่อารมณ์ถูกกระตุ้นปลุกเร้าสูง บุคคลอาจจะแปลความหมายว่าเป็นอาการที่บ่งบอกถึงความอ่อนแอจึงรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ ในภาวะที่อารมณ์สงบบุคคลมักรับรู้ความสามารถของตนเองสูง

## 2.2 บรรยากาศในการให้บริการ (Service Climate)

Benjamin Schneider (1998) ให้ความหมายว่า บรรยากาศในการให้บริการหมายถึง การรับรู้และความเข้าใจของพนักงานที่มีต่อวิธีการ ขั้นตอน และพฤติกรรมในการให้บริการ ซึ่งจะทำให้เขาได้รับคำชมเชย รางวัล บนความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ เป็นการตอบแทน

ทฤษฎีบรรยากาศในการให้บริการสร้างขึ้นบนรากฐานของการใส่ใจทั้งด้านลูกค้าและพนักงาน(Burge ,1992;Schneider,1992)ความสำคัญของบรรยากาศในการบริการต่อลูกค้าและพนักงานมีการทดลองในการศึกษาที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น Rogg(2001) พบว่าบรรยากาศใน

การให้บริการทำให้การส่งมอบความพึงพอใจให้กับลูกค้าทำได้ง่ายขึ้น ขณะที่ Schneider(1998) พบความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างการรับรู้บรรยากาศในการให้บริการของพนักงานกับการรับรู้คุณภาพในการบริการของลูกค้า และบรรยากาศในการให้บริการยังถูกพบว่าสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอีกด้วย(Lux,1996)

Schneider(1998) ได้แบ่งบรรยากาศในการให้บริการเป็น 4 มิติดังนี้

- (1) การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Oreintation) คือความพยายามขององค์กรที่จะตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า
- (2) วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการ(Managerial Practices)คือ พฤติกรรมของผู้จัดการที่สนับสนุนและให้รางวัลต่อการส่งมอบการให้บริการ
- (3) เสียงสะท้อนจากลูกค้า(Customer Feedback) คือระดับของการเสาะหาและการใช้เสียงสะท้อนจากลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพในการบริการ
- (4) บรรยากาศในการให้บริการในภาพรวม(Global Service Climate) คือ ผลการวัดบรรยากาศในการให้บริการในภาพรวม

ดังนั้นบรรยากาศในการให้บริการนั้น จะส่งผลในทางบวกกับพฤติกรรมการให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าของพนักงานและความยึดติดในงาน นั้นหมายถึง ความผูกพันต่องานที่ทำ ยังมีบรรยากาศในการให้บริการดีก็ยิ่งทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความผูกพันต่องานและต่อองค์กรมาก เนื่องจากบรรยากาศในการให้บริการที่ดีนั้นหมายถึง การที่พนักงานหลายๆ คนมีความมุ่งมั่นทุ่มเททั้งกายใจในการให้บริการลูกค้านั่นเอง

#### บททวนวรรณกรรม

**พิชญา ทรัพย์เกิดอนันต์ (2549)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านบริการลูกค้านครหลวง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในสังกัดด้านบริการลูกค้านครหลวงจำนวน 389 ราย โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับผูกพันสูง นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ไม่มีความสำคัญต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร แต่จะมีผลเมื่อนำมาพิจารณาเฉพาะด้าน ได้แก่ ระดับความผูกพันด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ขึ้นอยู่กับอายุการทำงานของพนักงาน และ ระดับความผูกพันด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรขึ้นอยู่กัอายุการทำงานและอัตราเงินเดือนของพนักงาน ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง

**Bagja Basikin (2550)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตนในการทำงาน และการให้เวลากับงาน : ความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของครูสอนภาษาอังกฤษ โรงเรียนมัธยมในประเทศอินโดนีเซีย” พบว่า ความผูกพันต่องานเป็นลักษณะของผู้ที่มีความรู้สึก มุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการให้เวลากับงานงาน (Absorption) โดยทำการศึกษาครูโรงเรียนมัธยมในเมืองYogyakarta ประเทศอินโดนีเซียทั้งสิ้น 152 คน โดยใช้สเกลในการศึกษา 7 สเกล ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีค่าความเชื่อถือได้ของข้อมูลโดยรวม (Alpha=0.91) ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่สูงมาก โดยค่าความเชื่อถือได้ของด้านมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Alpha=0.76) ค่าความเชื่อถือได้ของด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Alpha=0.83) และค่าความเชื่อถือได้ของด้านการให้เวลากับงานงาน (Alpha=0.79) และผลของระดับความคิดเห็นพบว่าระดับความคิดเห็นทุกค่ามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับค่อนข้างสูง โดยผลการศึกษาพบว่าครูมีค่าเฉลี่ยรวม 5.04 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานค่าเฉลี่ย 4.99 ด้านการอุทิศตนในการทำงานค่าเฉลี่ย 5.44 และด้านการให้เวลากับงานงานค่าเฉลี่ย 4.71

**เอกรินทร์ ยะกันมุล (2551)** ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์จำนวน 23 แห่งในจังหวัดเชียงราย ทั้งหมด 153 คน โดยผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงมากทั้ง 3 ด้านองค์ประกอบของความผูกพัน คือความกระตือรือร้น ความทุ่มเทในงาน และความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามความมีอิทธิพลจากมากไปน้อยได้แก่ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า ความมั่นใจในการทำงาน และวัฒนธรรมในการให้บริการตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05 สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพัน แต่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันด้านความมั่นใจและ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ

**ช่อสุดา โสระดา(2551)** ศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อ บริษัท มโนห์รา อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด โดยศึกษาจากพนักงานรายวันจำนวนทั้งหมด 319 คนที่ทำงานอยู่ในบริษัท มโนห์ราอุตสาหกรรมอาหารจำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อบริษัทในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แสดงว่า พนักงานบริษัท มโนห์ราอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด มีความผูกพันต่อบริษัทโดยลักษณะของความผูกพันต่อบริษัทที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อบริษัท รองลงมาเป็นด้านความเชื่อมั่น ยอมรับเป้าหมายและค่านิยมของ

บริษัท ส่วนลักษณะของความผูกพันต่อบริษัทที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกของบริษัทต่อไป รองลงมาเป็นด้านความรู้สึกผูกพันโดยรวมกับบริษัทส่วนปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อบริษัท ได้แก่ ลักษณะงานที่ทำ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงานค่าจ้างรายวันที่ได้รับ และระดับตำแหน่ง

**อรรตพล สนธิริ(2552)** ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในหน่วยงานสนับสนุน ของศูนย์ศรีพัฒน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยสำรวจจากพนักงานในหน่วยงานสนับสนุน ของศูนย์ศรีพัฒน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 121 คน โดยผลการศึกษาพบว่าในส่วนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง จากการพิจารณาองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ทั้ง 3 ด้าน องค์ประกอบจากมากไปน้อยพบว่าพนักงานมีความผูกพันในด้านความทุ่มเทในงาน และกระตือรือร้นอยู่ ในระดับสูง ส่วนความผูกพันด้านความมุ่งมั่น อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเรียงตามความมีอิทธิพลจากมากไปหาน้อยได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการทำงาน รองลงมาคือปัจจัยด้านการให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้า และปัจจัยด้านบรรยากาศในการให้บริการตามลำดับ โดยเกือบทุกปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพัน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับองค์ประกอบความผูกพัน ยกเว้นปัจจัยด้านการให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้า ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพันของพนักงานในด้านความกระตือรือร้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ฝ่ายงานที่รับผิดชอบ และรายได้ต่อเดือน พบว่า เพศ มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงานและด้านบรรยากาศในการให้บริการลูกค้า และมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบความผูกพันในด้านความกระตือรือร้น และความทุ่มเทในงาน และพบว่าอายุของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อองค์กรในด้านความมั่นใจในการทำงาน

**กฤษณ์ จิตนุยานนท์(2552)** ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่องานของพนักงาน ร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท อำเภอมะเข่ จังหวัด ลำปาง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อความผูกพันต่องานของพนักงาน ร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท โดยทำการศึกษาจากพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 189 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการบริการที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่องานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีทั้งสิ้น 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านความมั่นใจในการให้บริการ ปัจจัยด้านการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า และปัจจัยด้าน

บรรยากาศในการให้บริการ ในส่วนของความผูกพันต่องาน พบว่าระดับความผูกพันต่องานของพนักงาน ร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท อำเภอเมือง จังหวัด ลำปาง อยู่ในระดับผูกพัน นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพันต่องานในภาพรวม ได้แก่ เพศ ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานและอัตราเงินเดือน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพันต่องาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และด้านบรรยากาศในการบริการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอัตราเงินเดือน ส่วนปัจจัยด้านเพศและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อปัจจัยทั้งสามด้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved