

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
Factor Affecting the level of Organizational Employee
Engagement of Nation Broadcasting Corporation Public
Company Limited

วรารักษ์ ธีเลิศพันธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเนชั่น
ปีการศึกษา 2557

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
Factor Affecting the level of Organizational Employee
Engagement of Nation Broadcasting Corporation Public
Company Limited

วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตศึกษาเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเนชั่น
ปีการศึกษา 2557

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

วรารักษ์ สีสวัสดิ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารมหาบัณฑิต

คณะกรรมการการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

..... ประธานกรรมการ
ผศ.ดร.ณัฐริกา ฤทธิพิชญ์พันธุ์

..... กรรมการ
อาจารย์ ดร.โอภาส เพ็ญสูงเนิน

..... กรรมการ
อาจารย์ ดร.ภาวนา เตชะวิมล

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยเนชั่น
ธันวาคม 2557

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากผู้เกี่ยวข้องมากมาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.โอภาส เพ็ญสูงเนิน ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่าให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนเสียสละเวลาตรวจสอบและแนะนำให้ปรับปรุง ทำให้การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้บริหาร และพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความร่วมมือที่สละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถาม ทำให้งานวิจัยมีความชัดเจน ครบถ้วนสมบูรณ์ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้จริง และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น ที่ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือเป็นกำลังใจ ตลอดจนบุคลากร มหาวิทยาลัยเนชั่น ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณผู้มีพระคุณสูงสุดคือบิดา และมารดาผู้ให้กำเนิด ผู้ให้กำลังใจ คุณค่าและประโยชน์ อันเกิดจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่านตามที่ได้กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงทุกท่านด้วยความเคารพสำหรับข้อผิดพลาด และข้อบกพร่องใด ๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่ผู้เดียว

วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มหาชน
 ผู้เขียนวิจัย นางวราภรณ์ สีเลิศพันธ์
 ปรึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
 ผศ.ดร.ณัฐริกา ฤทธิพิชญ์ ประธานกรรมการ
 อาจารย์ ดร.ภาวนา เตชะวิมล กรรมการ
 อาจารย์ ดร.โอภาส เพ็ญสูงเนิน กรรมการ

บทคัดย่อ

“ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของ พนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณาของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่าย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 347 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ค่าสถิติ t-test F-test และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

-พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน จะปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

-ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

-ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

Independent Study title	Factor Affecting the level of Organizational Employee Engagement of Nation Broadcasting Corporation Public Company Limited	
Author	Mrs.Wararak Leelertphan	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Assistant Professor Dr.Nattharika Litthithipphandu Chairman	
	Lecturer Dr.Pawana Techawimol	Member
	Lecturer Dr.Opas Piansoongnern	Member

Abstract

The research project “Factor Affecting the level of Organizational Employee Engagement of Nation Broadcasting Corporation Public Company Limited.” seeks to 1) identify the factors that influence the organizational commitment of staff Nation Broadcasting Corporation Plc. and 2) to serve as a guideline in developing and fostering relations between the organization and staff of Nation Broadcasting Corporation Plc.

This research is a quantitative research project conducted using questionnaires to collect data from 347 staff members of Nation Broadcasting Corporation Plc. The information from the survey was analyzed using statistical software. Statistics used included percentages, averages and standard deviation. The t-test, F-test and Pearson’s correlation (Pearson Product Moment Correlation) were used to test the hypotheses proposed by the research.

The results showed that the organizational commitment of staff Nation Broadcasting Corporation Plc. is at a moderate level.

Hypothesis testing revealed that:

- Staff from the Programming and Advertising Departments of Nation Broadcasting Corporation Plc. who had differing factors of sex, age, marital status, average monthly income and length of service demonstrated differing degrees of commitment towards the organization.
- There is a close relationship between work-related factors of Staff Nation Broadcasting Corporation Plc. and the degree of organizational commitment.
- There is a close relationship between factors relating to the needs of Staff Nation Broadcasting Corporation Plc. and the degree of organizational commitment.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่	20
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.5 สมมติฐานการวิจัย	30
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	31
3. วิธีดำเนินการวิจัย	32
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	33
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	34
3.5 สถิติที่ใช้ในการศึกษา	34
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.2 เกณฑ์การแปลผล	37
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายและข้อเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการวิจัย	62
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	70
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	76
ประวัติผู้เขียน	83

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน	41
4.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความต้องการ	42
4.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร	44
4.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับความผูกพันต่อองค์กร	45
4.6 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับความผูกพันต่อองค์กร	46
4.7 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาความผูกพันต่อองค์กร	46
4.8 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพครอบครัวและความผูกพันต่อองค์กร	47
4.9 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความผูกพันต่อองค์กร	48
4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กร	49
4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสายงานที่ปฏิบัติกับความผูกพันต่อองค์กร	50
4.12 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้างานกับความผูกพันต่อองค์กร	51
4.13 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงานกับความผูกพันต่อองค์กร	52
4.14 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทายกับความผูกพันต่อองค์กร	53
4.15 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้ากับความผูกพันต่อองค์กร	54
4.16 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร	55
4.17 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิตกับความผูกพันต่อองค์กร	56
4.18 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทนกับความผูกพันต่อองค์กร	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร	58
4.20 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร	59
4.21 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร	60
4.22 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร	61
5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	64
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	67
5.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3	68

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. โครงสร้างองค์กร	8
2. โครงสร้างธุรกิจ	9
3. ลำดับความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)	17
4. กรอบความคิดที่ใช้ในงานวิจัย	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตขององค์กร เป็นการสร้างความมั่นคงทางธุรกิจ องค์กรจะประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่วางไว้ ต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญหลายปัจจัย พนักงาน ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่มีส่วนช่วยในการผลักดัน ให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ เป็นกำลังสำคัญในการผลักดันให้องค์กรขับเคลื่อนไปข้างหน้าสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ พนักงาน เปรียบเสมือนชุมทรัพย์ที่มีค่ามหาศาล ซึ่งการบริหารให้องค์กรเติบโต ก้าวหน้า แบบยั่งยืน และถาวร ต้องให้ความสำคัญและตระหนักและถึงการบริหารจัดการ พนักงานให้มีพึงพอใจ ความภาคภูมิใจ และ มีความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรครอบคลุม มากกว่าความพึงพอใจในงานที่ทำ ด้วยเหตุนี้เองจึงถือได้ว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นกุญแจสำคัญที่จะคอยผูกมัดพนักงานให้ทำงาน และอยู่ร่วมกับองค์กรไปนาน ๆ ดังนั้นความผูกพันต่อองค์กร มีความมั่นคงมากกว่าความพึงพอใจในงาน ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรจะค่อย ๆ พัฒนาไปอย่างช้า ๆ แต่จะอยู่อย่างมั่นคง เป็นแรงผลักดันและแรงจูงใจให้พนักงานหรือบุคลากรปฏิบัติงานอย่างอุทิศตนเพื่อองค์กร แต่ในทางกลับกัน ถ้าพนักงานไม่มีความผูกพันต่อองค์กร และความภาคภูมิใจต่อองค์กร เมื่อมีปัญหา เกิดความอึดอัด ไม่พึงพอใจต่องานที่ทำ หรือมีสิ่งเร้าอื่นเข้ามาเช่น มีหน่วยงานใหม่ มีข้อเสนอดี ๆ เข้ามา ก็จะลาออกจากงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อองค์กร ต้องมาสร้างคนใหม่ ๆ เป็นการเสียเวลา และ ทรัพยากรอย่างมาก ตลอดจนขวัญและกำลังใจและความเชื่อมั่นของพนักงานที่อยู่ในองค์กร

ผู้บริหารขององค์กรย่อมต้องการให้พนักงานหรือบุคลากรของตน มีความรักและจริงจังต่อองค์กรและเต็มใจที่จะทุ่มเทการทำงานให้กับองค์กร และพร้อมที่จะเดินไปยังจุดมุ่งหมายเดียวกันเพื่อพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า นั่นหมายถึงการที่จะทำให้พนักงาน มีความพึงพอใจ ความผูกพัน ความซื่อสัตย์ และภาคภูมิใจที่จะร่วมมือและปฏิบัติงานให้กับองค์กรตลอดไป โดยองค์กรต้องดูแลรักษาความก้าวหน้าในอาชีพการงาน และความต้องการพื้นฐาน ให้กับพนักงาน ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน และสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรโดยไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อยและยากลำบาก แต่การที่องค์กรจะคาดหวังและมุ่งผลให้พนักงานภายในองค์กรปฏิบัติเช่นนั้นได้ จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เป็นแรงเสริม เพื่อกระตุ้นและคอยผลักดันให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะเกิดแรงผลักดัน แรงจูงใจ กระตุ้นให้พนักงานพร้อมอุทิศตนเพื่อปฏิบัติงานหรือหน้าที่ของตนสุดความสามารถให้กับองค์กร เพราะด้วยรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าขององค์กร

สถานการณ์ปัจจุบันนี้ธุรกิจทีวีดิจิตอล (Digital TV) เป็นทีวีระบบใหม่ที่จะเปิดสู่สาธารณะ เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวสูงมากมีช่องฟรีทีวีเพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง แต่จำนวนบุคลากร ในสายงานของทีวีทุกด้าน ที่มีประสบการณ์ มีจำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะในด้านประสบการณ์และคุณภาพนั้นเป็นเรื่องที่ยากมากที่จะหาคนเข้ามาทำงาน ซึ่งเป็นวิกฤตด้านปริมาณและคุณภาพอันเป็นเรื่องที่ต้องรับมืออย่างเร่งด่วน เมื่อไม่สามารถผลิตคนไม่ทันการจะบุคคลกรที่มีคุณภาพได้นั้นคือการดึงตัวหรือซื้อตัวบุคคลกรที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ จากบริษัทต่างๆ ไปอยู่ด้วย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) เป็นบริษัท ผลิตสื่อ โทรทัศน์ ที่มีชื่อเสียง เป็นยอมรับ และมีคุณภาพ มีมาตรฐาน ในด้านการผลิตสื่อ มาอย่างยาวนาน และเป็นหนึ่งในจำนวน 48 ช่อง ที่ได้รับใบอนุญาต ให้เปิดช่อง ดิจิตอลทีวี ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวโดยตรง

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แบ่งสายงานต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนงานโทรทัศน์ สายงานข่าว, ส่วนงานโทรทัศน์ สายงานรายการ, ส่วนงานผู้ประกาศ, ส่วนงานวิทยุ, ส่วนงานสื่อรูปแบบใหม่, ส่วนงานสนับสนุน (บัญชี,การเงิน,ธุรการ) ส่วนงานขาย และการตลาด,ส่วนงานกลยุทธ์องค์กร และ ฝ่าย CSR (ฝ่ายดูแล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร) ส่วนที่ส่งผลกระทบมากที่สุดได้แก่ ฝ่ายรายการ ซึ่งจะรวมถึง ส่วนงานโทรทัศน์ สายงานข่าว, ส่วนงานโทรทัศน์ สายรายการ และส่วนผู้ประกาศ นอกจากสายงานผลิตที่มีผลกระทบแล้ว ฝ่ายโฆษณา ได้แก่ ส่วนหารายได้ ฝ่ายโฆษณาทีวี ก็เป็นอีกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบ เช่นกัน เพราะมีช่อง หรือสถานีต่าง ๆ เปิดขึ้นอย่างมากมาย ดังนั้นบุคลากรที่เก่ง ๆ ในสายอาชีพนี้ จึงเป็นที่ต้องการของช่อง หรือสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก เพราะมีประสบการณ์ พร้อมทำงานไม่ต้องเสียเวลาในการเรียนรู้งาน

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าปัญหาการอัตราการ Turnover ในวงการโทรทัศน์มีอยู่สูงมาก จึงได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความผูกพันต่อองค์กรมากน้อยเพียงใด มีโอกาสที่จะย้ายงานและส่งผลกระทบต่อองค์กรอย่างไรบ้าง และในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

งานวิจัยนี้จะทำให้ทราบความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของพนักงาน เพื่อจะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแผนงานต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของ พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล ทั้งในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดขอบเขตการวิจัยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ดังนี้

1.) ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย ภูมิหลังประชากร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร งาน เนื้องาน หรือ ลักษณะงาน, ผู้ร่วมงาน, ความก้าวหน้า รวมถึงการฝึกอบรม, ความสมดุลชีวิต Work- life balance, ผลตอบแทน เงินเดือน สวัสดิการ, สภาพแวดล้อมการทำงาน และประเมินความผูกพันขององค์กร จากการพูดถึงองค์กร, การอยู่กับองค์กร และการมุ่งมั่นเพื่อองค์กร

2.) ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษา คือ พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 347 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาปฏิบัติงาน ฝ่ายที่สังกัด

- ปัจจัยด้านลักษณะงาน เนื้องาน ได้แก่ ความเข้าใจในการทำงาน ความอิสระในการทำงาน ความหลากหลายในการทำงาน ความท้าทายในการทำงาน ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน

- ปัจจัยด้านความต้องการ ได้แก่ ค่าตอบแทน คุณภาพชีวิต โอกาสที่ได้รับ ความสัมพันธ์ ได้แก่ ความรู้สึกว่าตนเองมีบทบาทและความสำคัญต่อองค์กร ความคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองจากองค์กร ความน่าเชื่อถือขององค์กร ความสามารถในการพึ่งพาได้ขององค์กร ทักษะคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ทักษะคติที่มีต่อองค์กร

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

- ความผูกพันต่อองค์กร

3.) ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้ครอบคลุมพนักงานบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

4.) ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยใช้เวลาศึกษาระหว่าง มีนาคม 2557 - สิงหาคม 2557

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.) ทำให้ทราบระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- 2.) ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- 3.) นำผลวิจัยที่ได้ ไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบการบริหาร ส่งผลให้เพิ่มความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน และเพื่อช่วยลดปัญหาการลาออกของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- 4.) เพื่อใช้เป็นข้อมูลและเป็นประโยชน์ในการลดต้นทุนในการสรรหาพนักงานใหม่

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

พนักงาน หมายถึง พนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ทศนคติหรือความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อองค์กร เช่น มีความจงรักภักดีต่อองค์กร ยอมรับเป้าหมาย ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กร มีความสีกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร และมีความยินดีที่จะให้ความรู้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่อย่างเต็มที่และเต็มใจที่จะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

องค์กร หมายถึง บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ลักษณะงาน หมายถึงความรู้สึกของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ต่อการปฏิบัติหน้าที่

ความเข้าใจในการทำงาน หมายถึงผลในการปฏิบัติทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยพิจารณาจากงานที่กำหนด กระบวนการทำงานที่ชัดเจน เห็นการเปลี่ยนแปลง

ลักษณะงานที่หลากหลาย หมายถึง ลักษณะงานที่ต้องใช้ความพยายาม ด้านหลักการ วิธีการ เทคนิคและทักษะต่างๆ โดยพิจารณาจากงานที่มีเนื้อหาและขอบเขตการปฏิบัติ

ลักษณะงานที่ทำหาย หมายถึงงานที่น่าสนใจ งานที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ กระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นอยู่เสมอ

ลักษณะงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น หมายถึง งานที่ต้องติดต่อกับเพื่อนร่วมงาน ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

โอกาสก้าวหน้าในงาน หมายถึง โอกาสในการเลื่อนฐานะทางตำแหน่งให้สูงขึ้น โดยพิจารณาจาก โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง การได้พัฒนาความรู้และความมั่นใจในอนาคต

ความรู้สึกว่าตนมีบทบาทและความสำคัญต่อองค์กร หมายถึงการรับรู้ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของตนในองค์กรว่า ได้รับการยอมรับและให้ความสำคัญ

ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร หมายถึง ความปรารถนาของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร เช่น ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โอกาสในการปรับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง

ความน่าเชื่อถือขององค์กร หมายถึง การรับรู้ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อองค์กร

ความสามารถในการพึ่งพาได้ขององค์กร หมายถึง การรับรู้ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ว่าองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของชีวิตได้

ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน หมายถึง แนวโน้มของความรู้สึกของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อเพื่อนร่วมงานภายในองค์กร

ทัศนคติต่อองค์กร หมายถึง แนวโน้มของความรู้สึกของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อองค์กร

ระดับความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ระดับความผูกพันทั้งด้านค่านิยมและแนวปฏิบัติที่บุคคลมีต่อองค์กร หมายถึงระดับความผูกพันที่พนักงานมีต่อบริษัท บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะประกอบไปด้วย ความผูกพันใน 3 ระดับคือระดับมาก ปานกลาง และ น้อย

คุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง ทัศนคติ หรือความรู้สึกของบุคคลต่อองค์กร ที่ได้รับจาก ประสบการณ์การทำงานซึ่งจะทำให้บุคคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและ ประสพผลสำเร็จ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสารและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. สมมติฐานการวิจัย
6. กรอบความคิดการวิจัย

2.1 บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มา : (<http://www.nbc.co.th/>)

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2536 ภายใต้ชื่อ บริษัท เนชั่นค่อน มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในสายธุรกิจสื่อกระจายภาพและเสียงของ เนชั่น กรุ๊ป โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ในเชิงข่าวสารและ สารระ ความรู้ เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์แบบไม่เรียกเก็บค่าบริการจากผู้ชม ("ฟรีทีวี" หรือ "Free TV") และ โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก ("เคเบิลทีวี") ช่องต่างๆ รวมทั้งประกอบธุรกิจร่วมผลิตรายการวิทยุ และข่าวต้นชั่วโมง ออกอากาศทางสถานีวิทยุคลื่นต่างๆ โดยดำเนินการผ่าน บริษัท เนชั่น เรดิโอ เน็ท เวิร์ค จำกัด

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตข่าว และรายการที่ทรงคุณค่าเพื่อเป็นสถาบันสื่อแห่งอนาคต

ปณิธาน (Mission)

1. "สร้างแรงบันดาลใจ"เป็นสถาบันผลิตนักข่าว, ผู้ประกาศข่าว และผู้ผลิตรายการ
2. "สร้างสรรค์"สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงให้ยืนยงอย่างมั่นคงใน"ใจ"ของทุกคนและเป็น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุที่ดีที่สุด

3. "ก้าวไปข้างหน้า"ทุ่มเทพัฒนาให้เข้าถึงทุกนวัตกรรม New Media (สื่อรูปแบบใหม่) เพื่อสร้างโอกาสใหม่อย่างไม่หยุดยั้ง
4. "ดำรงความน่าเชื่อถือ"ที่เป็นคุณค่าสูงสุดขององค์กรและชื่อเสียงต่อจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์เนชั่นแนล

สถานีข่าว 24 ชั่วโมงแห่งแรกของประเทศ ภายใต้ชื่อ Nation Channel ก่อตั้งขึ้นในปี 2543 โดยบริษัทฯ เป็นผู้บริหารงาน รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการผลิตและจัดหารายการ ขยายเวลาโฆษณา ให้เช่าเวลาออกอากาศ และแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ของสถานีข่าว Nation Channel ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ TTV ช่อง 1 เคเบิลทีวีท้องถิ่น ทีวีดาวเทียม เว็บไซต์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายได้หลักจากการขายเวลาโฆษณา รับจ้างผลิตรายการ ผลิตสารคดีสั้น และค่าเช่าเวลา Nation Channel ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง โดยรายการในแต่ละช่วงเวลาจะมีความหลากหลายทั้งด้านเนื้อหา เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ สุขภาพ และรูปแบบการนำเสนอ เช่น การอธิบายความ การวิเคราะห์ เจาะลึกที่มาที่ไป และการพยากรณ์เหตุการณ์ รวมถึง มุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นกลาง และทันเหตุการณ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้ สามารถเตรียมรับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น

ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง

จากการที่ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ของบริษัทฯ อันได้แก่ สถานีข่าว Nation Channel และรายการโทรทัศน์ต่างๆ ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ประสบความสำเร็จได้รับความนิยมจากผู้ชม บริษัทฯ จึงมีนโยบายที่จะนำข้อได้เปรียบที่มีอยู่ทั้งด้านเนื้อหาข้อมูล คุณภาพบุคลากร ความพร้อมของเครื่องมืออุปกรณ์ และชื่อเสียงของบริษัทฯ มาต่อยอดขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยการนำเนื้อหา รายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมหรือข่าวเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจของกระแสสังคมมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยลักษณะสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่บริษัทฯ ดำเนินการ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

1.) การผลิตและจำหน่าย VCD และ DVD

ผลิตและจำหน่ายโดยการนำเทปบันทึกภาพรายการโทรทัศน์ที่แพร่ภาพทางสถานีข่าว Nation Channel และสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมในระดับสูง มารวบรวมจัดทำเป็น VCD และ DVD จำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ที่นำมาจัดทำ VCD และ DVD จะเป็นรายการประเภทวาไรตี้ ไลฟ์สไตล์ และรายการสารคดี เพื่อนำเสนอสาระความรู้โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การลงทุนทำอพาร์ทเมนต์พอเพียง, บล็อกเกอร์มืออาชีพ (คุณกั)

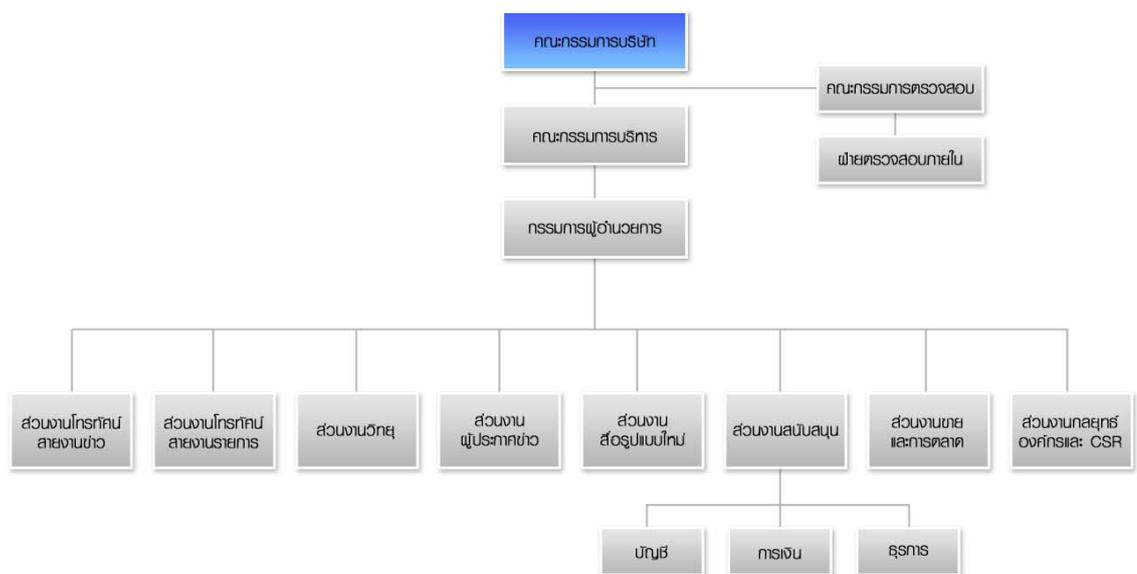
เป็นได้), ย้อนตำนานหัวมังกร (ย่านเยาวราช), ซีฟจรโลกกับสุทธิชัย หยุ่น ชุดมรดกโลก ตอน อุ่ออารย-
ธรรมอิหร่าน, กอล์ฟเอ็กซ์ฮอตทริค เป็นต้น

2.) การจัดหาเที่ยว

เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ชมที่ชื่นชอบและติดตามชมรายการโทรทัศน์ของ
บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประชาชนทั่วไปได้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับผู้ดำเนินรายการและทีมงาน
ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทฯ ในลักษณะท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงวิชาการ และศึกษาดูงาน
ด้านธุรกิจการค้า เช่น นำเที่ยวงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนานาชาติ ณ ประเทศญี่ปุ่น (The
33rd International Food and Beverage Exhibition: FOODEX JAPAN 2008), นำเที่ยวประเทศ
ต่างๆ ตามรอยทีมงานถ่ายทำสารคดี "เส้นทางสายไหม" ของรายการซีฟจรโลกกับสุทธิชัย หยุ่น ที่
เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีข่าว Nation Channel, นำเที่ยวชิวเถา ประเทศ
สาธารณรัฐประชาชนจีน, นำเที่ยวตามรอยพระพุทธรเจ้า และนำเที่ยวอุทยานประเทศสาธารณรัฐ
ประชาชนจีน เป็นต้น

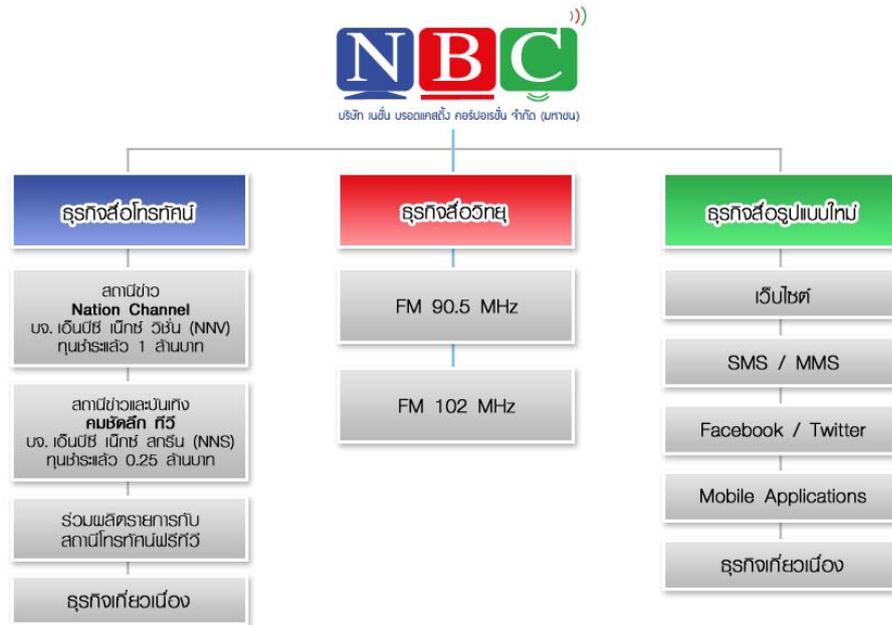
3. การจัดกิจกรรมพิเศษ

จากข้อได้เปรียบในการมีสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลหลากหลายช่องทาง ประกอบกับมีความ
พร้อมด้านเครื่องมืออุปกรณ์และทีมงานผู้มีประสบการณ์ รวมถึงมีพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งใน
หลากหลายธุรกิจ บริษัทฯ จึงมีบริการรับจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างครบวงจรในทุกรูปแบบทั้ง
กิจกรรมเพื่อสังคม กิจกรรมสนับสนุนการ กิจกรรมวิชาการ ตั้งแต่การคิดสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม
ดำเนินการจัดกิจกรรม ผลิตและเผยแพร่สื่อโฆษณา เช่น งานมหกรรมรถดีรเด้น, โครงการทบทวน
ความรู้สู่มหาวิทยาลัยกับมามา ครั้งที่ 11 การแข่งขันบาสเก็ตบอลชิงถ้วยพระราชทานประเภท
ประชาชนชายถ้วย ก. ครั้งที่ 46 ค่ายเยาวชนคนข่าวพอเพียง เป็นต้น



ภาพที่ 1 โครงสร้างองค์กร

ที่มา : (<http://www.nbc.co.th/>)



โครงสร้างการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ปี 2556

ภาพที่ 2 โครงสร้างธุรกิจ

ที่มา : (<http://www.nbc.co.th/>)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

1.) ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นความปรารถนาที่จะอยู่ต่อ หรือลาออกจากองค์กร ขณะที่การลาออกและการจ้างพนักงานใหม่มีความเกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร การขาดงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร และผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น การที่บุคคลจะมีลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของบุคคลเพื่อที่จะรวมกลุ่มอยู่ในสังคมได้นั้น ต้องสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นก่อน

Allen and Meyer (1990:1-8) ได้ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์กรว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึงลักษณะความสัมพันธ์ของพนักงานกับองค์กร และมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของสมาชิกในองค์กร โดยแบ่งความผูกพันออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ความผูกพันด้านจิตใจ กล่าวถึง การรับรู้ของพนักงานด้านจิตใจที่ผูกพันต่อองค์กร
2. ความผูกพันต่อเนื้อเรื่อง กล่าวถึงการรับรู้ของพนักงานด้านค่าตอบแทน กับการลาออกจากองค์กร
3. ความผูกพันตั้งใจที่จะอยู่ต่อ กล่าวถึงการรับรู้ของพนักงานด้านระเบียบข้อบังคับขององค์กร

Grusky (1966:488-503) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรหมายถึง ธรรมชาติของความสัมพันธ์ของสมาชิกต่อระบบทั้งหมด และมีปัจจัย 2 อย่างที่ทำให้บุคคลยึดติดกับองค์กร คือ รางวัลที่เขาได้รับจากองค์กร และประสบการณ์ที่เขาได้รับจากองค์กร

Kanter (1968:499) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร คือความเต็มใจที่บุคคลยินดีที่จะทุ่มเทกำลังกาย และความจงรักภักดีให้แก่ระบบสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่

Mowday, Steers and Porter (1982:126-127) ได้ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์กรว่า ความผูกพันต่อองค์กรหมายถึง ความสัมพันธ์ที่ดีของบุคคลที่มีต่อองค์กรอย่างเหนียวแน่น โดยความรู้สึกที่ดีเป็น เจตคติที่แสดงออกมาใน 3 ลักษณะ คือ การยอมรับในเป้าหมาย ความเต็มใจในการพยายามปฏิบัติงานให้แก่องค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กร

Porter, Lyman and Steers, Richard (1974:603-609) ได้ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์กรว่าความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรมีความตั้งใจและพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์กร และมีความเชื่อ รวมทั้งยอมรับในคุณค่าและเป้าหมายขององค์กร

Steer (1977:46-75) ได้นิยามความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นลักษณะที่แสดงออกของบุคคลที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับองค์กร โดยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ ความเชื่อมั่นการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ ความต้องการที่จะอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป ความผูกพันยังแสดงออกทางความจงรักภักดีต่อองค์กร เป็นสิ่งที่บุคคลกระทำต่องาน

Sheldon M. (1971:143-150) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ทศนคติหรือความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กร เป็นการประเมินองค์กรในทางบวก ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันระหว่างบุคคลนั้นกับองค์กรและเป็นความตั้งใจที่จะทำงานให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

David (1994 อ้างใน นวพร อัมพวา และคณะ, 2556:6) ได้ให้ความหมายว่าเป็นความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งของแต่ละบุคคลที่มีต่อองค์กรโดยจะแสดงออกมา 3 ลักษณะ ได้แก่

- 1.) มีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้า และมียอมรับในค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร
- 2.) มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อสนับสนุนองค์กรอย่างเต็มความสามารถ
- 3.) มีความต้องการอย่างมากที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

Buchanun (1974:533-546 อ้างใน เอี่ยมพร แอมไร่, 2546:14) ได้ให้คำนิยามความผูกพันขององค์กรหมายถึง

- 1.) การระบุตนเองเข้ากับองค์กร (Identification) ด้วยความเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน และยอมรับในค่านิยมและ วัตถุประสงค์ขององค์กร โดยถือเสมือนเป็นของตน
- 2.) การเข้ามามีส่วนเกี่ยวพันในองค์กร (Identification) โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรตามบทบาทหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ
- 3.) ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty) รู้สึกผูกพันต่อองค์กร

กานดา จันทรย์แย้ม (2538) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การ หมายถึง การแสดงออกซึ่งสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลกับองค์การ ถ้าพนักงานมีความผูกพันมาก แนวโน้มที่จะลาออกก็จะลดน้อยลง แนวคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์การอาจมองได้ 3 แนวทาง คือ

- 1.) มองว่าพนักงานทำงานกับองค์การโดยไม่ลาออกไปไหน เพราะเขามีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์การ
 - 2.) มองว่าพนักงานต้องการอยู่กับองค์การเพราะจำเป็นต้องอยู่ ไม่เช่นนั้นเขาอาจสูญเสียผลประโยชน์หลายอย่างที่ควรจะได้จากการลงทุนของเขา
 - 3.) มองว่าพนักงานผูกพันต่อองค์การเพราะเขาคิดว่าเขาควรจะอยู่ หรือทำในสิ่งที่ควรจะทำ
- ภรณ์ กิรติบุตร (2529:14)** ให้ความเห็นว่า ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การสามารถแยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1.) ความยึดมั่นผูกพันเป็นทางการ (Formal Attachment) ต่อองค์การ ซึ่งแสดงออกโดยการไปปรากฏตัวทำงานตามเวลาที่กำหนด
- 2.) ความยึดมั่นผูกพันทางจิตใจและความรู้สึก (Commitment) ซึ่งหมายถึง พนักงานมีความผูกพันหรือสนใจอย่างจริงจังต่อเป้าหมาย ค่านิยม และวัตถุประสงค์ของนายจ้าง โดยมีทัศนคติที่ดีต่อนายจ้าง และเต็มใจที่จะทุ่มเทพลังในการทำงานเพื่อองค์การจะได้บรรลุเป้าหมายได้สะดวกขึ้น

จารุณี ธรนิตยกุล (2541:20) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การ หมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกผูกพันที่บุคคลมีต่อองค์การ เป็นความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ มีความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายค่านิยมขององค์การ มีความเต็มใจที่จะทำงาน และมีความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์การต่อไป

ธีระ วีระธรรมสาริต (2532:20) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การว่า เป็นการเน้นพฤติกรรมที่แสดงออกมาของสมาชิกขององค์การในรูปของความสม่ำเสมอของพฤติกรรม เมื่อสมาชิกในองค์การมีความผูกพันต่อองค์การจะแสดงพฤติกรรมที่ต่อเนื่องหรือคงเส้นคงวาในการทำงาน โดยไม่โยกย้ายงานไปไหน ก็อาจเนื่องมาจากเปรียบเทียบผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้น หากละทิ้งสมาชิกภาพหรือลาออกจากองค์การไปจากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์การเป็นความสัมพันธ์ของพนักงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานในองค์การ โดยแสดงออกในด้านความเชื่อมั่น และยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์การ การรับรู้ ความเต็มใจในการพยายามปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ขององค์การความจงรักภักดีต่อองค์การ และมีความปรารถนาที่จะอยู่เป็นสมาชิกขององค์การต่อไป

จากนิยามข้างต้น ความผูกพันต่อองค์การ หมายถึง ความสัมพันธ์ของพนักงานกับองค์การ โดยความรู้สึกที่ดี ยอมรับ ความเต็มใจและทุ่มเท ทำงานเพื่อองค์การอย่างเต็มที่ และ พยายามที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์การตลอดไป

2.) องค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรได้ดังนี้ Allen and Meyer (1990 อ้างถึงใน เนติมา โปธิประเสริฐ, 2541:63) ได้สรุปองค์ประกอบของความผูกพันว่าสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.) แนวคิดทางด้านทัศนคติ แนวคิดนี้มองความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และเป็นผู้นำในการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรตามแนวคิดนี้ คือ ศาสตราจารย์ Lyman W. Porter แห่งมหาวิทยาลัย California ได้ให้ความผูกพันต่อองค์กรไว้ว่าหมายถึง

- 1.1 ความเชื่อมั่น และยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
- 1.2 ความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อองค์กร
- 1.3 ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะยังคงเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

2.) แนวคิดด้านพฤติกรรม แนวคิดนี้มองความผูกพันต่อองค์กรในรูปความสม่ำเสมอของพฤติกรรม กล่าวคือ เมื่อคนมีความผูกพันต่อองค์กรก็จะมี การแสดงออกในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่อง คงเส้นคงวาในการทำงาน ความต่อเนื่องในการทำงานโดยไม่คิดที่จะโยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน ซึ่งการที่คนมีความผูกพันต่อองค์กรและพยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพไว้โดยไม่คิดที่จะโยกย้ายไปไหนก็เนื่องจากได้เปรียบเทียบผลได้ผลเสียที่จะเกิดขึ้นหากละทิ้งสภาพของสมาชิกหรือลาออกจากองค์กรไป อย่างถี่ถ้วนแล้ว ซึ่งผลเสียนี้จะพิจารณาในลักษณะของต้นทุนที่เกิดขึ้น หรือผลประโยชน์ที่จะสูญเสียไปทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและอาจจัดได้ว่าเป็นพื้นฐานของแนวความคิดนี้ คือ ทฤษฎีที่เรียกว่า Side-Bet Theory ซึ่ง เบคเกอร์ (Howard s. Becker, 1960; อ้างถึงใน โสภา ทรัพย์อุดมมาก, 2533, หน้า 18) ได้สรุปขึ้น สารสำคัญของทฤษฎีนี้คือ การพิจารณาความผูกพันต่อองค์กร ว่าเป็นผลมาจากที่คนเปรียบเทียบประโยชน์ที่เขาจะได้รับหรือต้องสูญเสียไป หากเขาลาออกจากองค์กรไป ซึ่งการที่คน ๆ หนึ่งเข้าไปเป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานหนึ่งอยู่ในช่วงระยะหนึ่ง เขาได้ลงทุนเวลา กำลังกาย กำลังปัญญา กำลังใจ ลงไปในช่วงเวลานั้นให้กับองค์กรด้วยและยอมเสียโอกาสบางอย่างไป เช่น โอกาสจะไปทำงานหรือเป็นสมาชิกขององค์กรอื่น เป็นต้น และบุคคลผู้นั้นย่อมหวังประโยชน์ที่จะได้รับตอบแทนจากองค์กร ในระยะยาว อาทิเช่น บำเหน็จ บำนาญ ซึ่งนอกเหนือไปจากค่าตอบแทนรายเดือน แต่ถ้าเขาลาออกไปก่อนที่จะครบกำหนดที่จะได้รับการพิจารณาบำเหน็จ บำนาญ หรือผลตอบแทนอื่นซึ่งต้องมี กำหนดเวลาที่จะได้รับก็เท่ากับเขาลงทุนแรงกาย สติปัญญา ลงไปโดยได้รับผลประโยชน์ไม่คุ้มค่างั้น การที่คน ๆ หนึ่งเขามาทำงานหรือเป็นสมาชิกขององค์กร ยิ่งนานเท่าไรก็เหมือนกับเขาลงทุนอยู่ในกิจการหรือองค์กรนั้นมากขึ้นเท่านั้น ความผูกพันก็จะทวีตามระยะเวลา และยากต่อการที่จะละทิ้งจากองค์กรไปอย่างง่ายตาย เพราะนั้น หมายถึงประโยชน์ที่จะสูญเสียไปมากขึ้น

3.) แนวคิดที่เกี่ยวกับความถูกต้องหรือบรรทัดฐานของสังคม แนวคิดนี้มองความผูกพันเป็นความจงรักภักดี และเต็มในอุทิศตนให้กับองค์กร ซึ่งเป็นผลมาจากบรรทัดฐานขององค์กรและสังคม กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความรู้สึกว่าเขาเป็นสมาชิกขององค์กรก็ย่อมมีความผูกพันต่อองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรนั้นถือเป็นหน้าที่ หรือพันธะผูกพันที่สมาชิกมีต่อการปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร

Miner (1992 อ้างถึงใน ภัทรวรุท สิทธิศาสตร์, 2542, หน้า 40) ได้รวบรวมแนวคิดของ Porter, Mowday Steer โดยแบ่งองค์ประกอบของความผูกพันเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ความผูกพันด้านพฤติกรรม (Behavioral Commitment) เป็นความผูกพันต่อองค์การในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่องคงเส้นคงวา เมื่อเกิดความผูกพันต่อองค์การก็จะแสดงพฤติกรรมดังกล่าวออกมา โดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงานและพยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพเนื่องได้เปรียบเทียบกับผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการที่เขาได้ลงทุนลงแรงไปในองค์การ

2. ความผูกพันด้านทัศนคติ (Attitudinal Commitment) เป็นความรู้สึกของพนักงานที่รู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ พนักงานจะแสดงออกถึงความผูกพันเชิงทัศนคติในรูปของความเชื่อมั่นเพื่อทำงานกับองค์การ และปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสถานภาพของการเป็นสมาชิกขององค์การไว้

Steer (1982 อ้างถึงใน เนติมา โพธิประสระ, 2541 หน้า 26) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์การมีลักษณะ ดังนี้

1.) ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) เป็นความผูกพันทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกในทางบวก บุคคลจะรู้สึกผูกพันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์การเต็มใจที่จะทุ่มเทอุทิศตนให้กับองค์การเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ความผูกพันในลักษณะนี้เกิดขึ้นได้จากลักษณะงานที่รับผิดชอบ เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ระบบที่รวมกันนี้ก็จะสามารถดำรงอยู่ต่อไป สมาชิกจะยึดมั่นผูกพันซึ่งกันและกัน ความจะทำงานกับองค์การ ไม่ลาออกไปไหนและเขามีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์การต่อไป

2.) ความผูกพันด้านการทำงานต่อไปอย่างต่อเนื่อง (Continuance Commitment) บุคคลจะเกิดความผูกพันกับองค์การ เมื่อเขาได้คำนวณเปรียบเทียบถึงสิ่งที่ได้ลงทุนไปให้กับองค์การ และสิ่งที่เขาต้องสูญเสียไปถ้าเขาต้องลาออกจากองค์การ อาจเรียกว่า คือความเต็มใจของบุคคลที่จะคงอยู่กับองค์การนั้น ๆ หรือทางเลือกของบุคคล และผลตอบแทนที่บุคคลได้รับจากองค์การ เช่น รางวัลผลตอบแทนด้านการเงิน ความผูกพันนี้ จะแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรม ไม่โยกย้ายที่ทำงานดังนั้นอาจมองว่าเป็นความผูกพันเพราะจำเป็นต้องอยู่ มิฉะนั้นจะสูญเสียผลประโยชน์ที่ควรได้รับ

3.) ความผูกพันด้านบรรทัดฐานของสังคม (Normative Commitment) หรือเรียกว่า ความผูกพันด้านจริยธรรม เป็นความผูกพันในการยอมรับของบุคคลต่อค่านิยม เป้าหมายขององค์การเคารพอำนาจของกลุ่ม เห็นชอบกับศีลธรรม จริยธรรม ความสมเหตุสมผล ค่านิยมของบุคคล และของกลุ่ม จากนั้นก็จะเกิดการยอมรับเชื่อฟังต่อบรรทัดฐานจนเกิดเป็นความผูกพัน ความผูกพันในลักษณะนี้จะมีปริมาณเพิ่มขึ้น เมื่อบุคคลรู้สึกถึงความมีคุณค่าในตนเอง และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ บุคคลจะตอบแทนในสิ่งที่เขาได้รับจากองค์การในรูปของความจงรักภักดี

ภรณ์ กิรติบุตร (2529, หน้า 95) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การสามารถแยกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1.) ความผูกพันเป็นทางการต่อองค์การ ซึ่งแสดงออกโดยการปรากฏตัวทำงานตามเวลาที่กำหนด

2.) ความผูกพันทางจิตใจและความรู้สึก หมายถึง การที่พนักงานมีความผูกพันหรือสนใจอย่างแท้จริงต่อเป้าหมาย ค่านิยม และวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การและเต็มใจที่จะทุ่มเทพลังในการทำงาน เพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายได้สรุปได้ว่า ความผูกพันมีองค์ประกอบ

ที่สำคัญ 2 ด้าน คือ ความผูกพันด้านทัศนคติเป็นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความผูกพันเชิงทัศนคติในรูปของความเชื่อมั่น และยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความผูกพันด้านพฤติกรรม เป็นความผูกพันต่อองค์กรในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่องคงเส้นคงวา โดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงานนอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลเป็นสมาชิกขององค์กร กับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร คือ ความผูกพันด้านจิตใจ ที่บุคคลรู้สึกรักและผูกพันกับองค์กรเต็มใจที่จะทำงานอยู่กับองค์กรต่อไป ความผูกพันด้านการทำงานต่อเนื่อง เป็นความผูกพันที่เปรียบเทียบถึงสิ่งที่ได้ลงทุนไปให้กับองค์กร และสิ่งที่เขาต้องสูญเสียไปถ้าเขาต้องลาออกจากองค์กร กล่าวคือ เป็นทางเลือกของบุคคล ที่มีผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงาน และความผูกพันด้านบรรทัดฐานของสังคมในการยอมรับของบุคคลต่อค่านิยม เป้าหมายขององค์กร เคารพอำนาจของกลุ่ม เห็นชอบกับศีลธรรม จริยธรรมความสามัคคีสมผล จนเกิดการยอมรับเชื่อฟังต่อบรรทัดฐาน บุคคลจะตอบแทนในสิ่งที่เขาได้รับจากองค์กร ในรูปของความจงรักภักดี

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของความผูกพันองค์กร มีส่วนที่สำคัญใหญ่ ๆ คือ ด้านทัศนคติ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านพฤติกรรม ความสม่ำเสมอคงเส้นคงวา ไม่คิดที่จะโยกย้ายออกจากงาน และ ด้านบรรทัดฐานของสังคม หรือด้านจริยธรรม เป็นการยอมรับบุคคลต่อค่านิยม การเคารพอำนาจกลุ่ม เชื่อฟังต่อบรรทัดฐาน จะตอบแทนด้วยความภักดี

3.) ผลของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร เพราะความผูกพันต่อองค์กรจะทำให้บุคคลมีความเชื่อมั่นในจุดมุ่งหมายขององค์กร รู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรสูง และการขาดงานหรือลาออกจากงานจะมีอัตราต่ำ อาจกล่าวได้ว่า ความผูกพันมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร ดังนั้นแต่ละองค์กรจึงต้องพยายามรักษาพนักงานของตนไว้ จากการศึกษาของ Steer and Porter (1983 อ้างถึงใน ภัทรวรุฑ ลิขิตศาสตร์, 2542, หน้า 43-44) พบว่า ผลของความผูกพันต่อองค์กรแบ่งเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1.) ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันกับผลการปฏิบัติงานทั้งในระดับบุคคลและในระดับกลุ่ม พบว่า มีความสัมพันธ์กันน้อยจากทฤษฎีแรงจูงใจ พบว่า ผลการปฏิบัติงานได้รับอิทธิพลหลายอย่างรวมทั้งระดับของแรงจูงใจบทบาทที่ชัดเจนและทัศนคติของพนักงาน ดังนั้น จึงไม่สามารถคาดหวังว่าจะมีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างความผูกพันกับผลการปฏิบัติงาน

2.) ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร (Tenure in Organization) พนักงานที่มีความผูกพันอยู่ในระดับสูงต้องการที่จะอยู่ในองค์กร มีการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น จะมีความสัมพันธ์กับการผูกพันต่อองค์กร จึงเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก

3.) อัตราการขาดงาน (Absenteeism) พนักงานที่มีความผูกพันอยู่ในระดับสูง จะมีส่วนในกิจกรรมขององค์กรมากกว่า พนักงานเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายของเป้าหมายขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ แม้ว่าพนักงานจะไม่สนุกกับงาน แต่แรงจูงใจเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการในการทำงาน ทำให้เกิดความรับผิดชอบต่องานและไม่ขาดงาน

4.) อัตราการเข้า-ออกงาน (Turnover) ความผูกพันนำมาซึ่งพฤติกรรมที่หลากหลายพนักงาน จะมีความผูกพันระดับสูง จะใช้ความพยายามในการทำงานในระดับสูงด้วย และผลการปฏิบัติงานที่ออกมาจะอยู่ในระดับที่ดี ระยะเวลาในการปฏิบัติงานยาวนานกว่า และมีการให้ความร่วมมือ

ภรณ์ กิรติบุตร (2529, หน้า 97) กล่าวไว้ว่า ผลของความผูกพันต่อองค์การจะนำไปสู่ ประสิทธิภาพขององค์การ ดังนี้

1.) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การ ต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ มีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์การในองค์การในระดับที่สูง

2.) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การในระดับสูง จะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะอยู่กับองค์การต่อไป เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

3.) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การ และเลื่อมใสในศรัทธาและเป้าหมายขององค์การรู้สึก ว่าตนมีส่วนร่วมในองค์การ รู้สึกผูกพันอย่างมากต่องาน รู้สึกว่าตนสามารถทำประโยชน์ให้กับองค์การ ให้บรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ

4.) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การในระดับสูง เต็มใจที่จะใช้ความพยายามในการทำงาน ให้กับองค์การ ความพยายามดังกล่าวมีผลทำให้งานอยู่ในระดับดีสรุปได้ว่า ผลความผูกพันต่อองค์การ ความผูกพันต่อองค์การมีผลต่อการปฏิบัติงานทำให้เกิดประสิทธิผลในการทำงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การในระดับสูง เพราะมีความเต็มใจที่จะพยายามทำงานให้กับองค์การ และเลื่อมใสในเป้าหมายขององค์การ ทำให้ความผูกพันที่จะคงอยู่กับองค์การ อยู่ในระดับสูง ทำให้ลดอัตราการขาดงาน และลดอัตราการเข้า-ออกจากงานของพนักงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผลของความผูกพันมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์การ ทำให้ใช้ระยะเวลาในปฏิบัติงานน้อย มีผลงานออกมามาก ลดอัตราการขาดงาน และ อัตราการเข้าออกของพนักงาน

4.) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับช่องความผูกพันต่อองค์การ

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์การจากนักวิชาการของไทยที่ได้สรุป ทฤษฎีนักวิชาการต่างประเทศมีไว้ดังต่อไปนี้

4.1) ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom, Victor Vroom (1964) นำมาใช้กระตุ้น หรือจูงใจ ให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับการกระตุ้นเพื่อให้พนักงานทำงานได้ตรงเป้าหมาย การจ่ายตามผลงานมีความเกี่ยวข้องกับ พื้นฐานการกระตุ้นให้เกิดผลงานด้วย องค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีนี้ คือ

4.1.1) ความคาดหวัง (Expectancy) คือการที่บุคคลรับรู้ถึงความเป็นไปได้ว่าถ้าตนมีความ พยายามมากขึ้น ผลแห่งความพยายามจะนำไปสู่ผลงานที่ดีขึ้น หรือความพยายามจะนำไปสู่เป้าหมาย ที่ตั้งไว้

4.1.2) การรับรู้ความเป็นไปได้ของผลการปฏิบัติงานที่กระทำลงไป (Instrumentality) การที่ บุคคลรับรู้ว่าความเป็นไปได้ของผลงานที่เกิดขึ้นจากความพยายามที่เพิ่มมากขึ้นย่อมนำไปสู่รางวัลที่ ต้องการ

4.1.3) การให้คุณค่าแก่สิ่งที่ได้รับ (Valence) คือการที่บุคคลให้คุณค่าแก่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่ตนต้องการเพียงใด การให้คุณค่าต่อผลลัพธ์ขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละคน ดังนั้นสิ่งที่ได้รับก็คือรางวัลหรือผลลัพธ์ที่เป็นความชอบและความพอใจของบุคคลนั่นเองระดับผลผลิตของบุคคลขึ้นอยู่กับแรงผลักดัน 3 ประการ คือ เป้าหมายของบุคคล เช่น ความมั่นคงในงาน การยอมรับด้านสังคมและการยอมรับนับถือจากผู้อื่นการรับรู้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและประสพผลสำเร็จของเป้าหมายการรับรู้ความสามารถที่มีอิทธิพลต่อระดับผลผลิต ทำให้พนักงานมีความพยายามที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลแก่องค์การสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน ถือเป็นเครื่องมือที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเมื่อพนักงานปฏิบัติงานดีย่อมได้รับผลตอบแทนเป็นรางวัลตามที่คาดหวังนำไปสู่ ความพึงพอใจและผูกพันต่อองค์การ โดยสรุป ทฤษฎีนี้เขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$M = E \times I \times V$$

M คือ การจูงใจ (Motivation)

E คือ ความคาดหวัง (Expectancy)

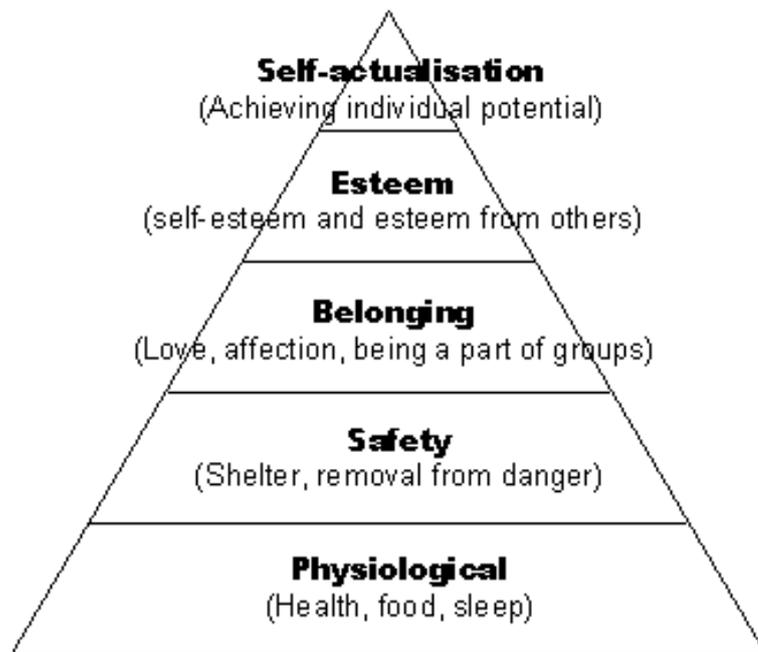
I คือ การรับรู้ความเป็นไปได้ (Instrumentality)

V คือ การให้คุณค่าแก่สิ่งที่ได้รับ (Valence)

4.2 ทฤษฎีความเสมอภาค

Adams(1965)เป็นผู้คิดทฤษฎีนี้ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญแก่การรับรู้ถึงความเสมอภาคว่าจะมีส่วนทำให้เกิดแรงจูงใจ ถ้าความไม่เสมอภาคเกิดขึ้นเมื่อใด การจูงใจก็จะใช้ไม่ได้ผลพนักงานจะรู้สึกถึงความไม่เสมอภาคเกิดขึ้น ถ้าผลลัพธ์ที่ออกจากงานและสิ่งที่ตนลงทุนไปไม่มีความสมดุลกัน ดังนั้น ความเสมอภาคจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ผลตอบแทนของบุคคล = ผลตอบแทนของบุคคลอื่นการลงทุนลงแรงของบุคคล การลงทุนลงแรงของบุคคลอื่น วิธีการลดความไม่เสมอภาคของบุคคลที่พบบ่อย คือ การเปลี่ยนแปลงผลตอบแทนที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงสิ่งของตนเองใช้เพื่อเปรียบเทียบ ได้แก่ การเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานซึ่งมีทั้งด้านดีและไม่ดี การหนีงาน การรู้สึกเสมอภาคจึงควรเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในทุกเรื่องของชีวิตการทำงานบุคคลจะมีความพอใจในการทำงานและอาชีพของเขา และมีความผูกพันต่อองค์การก็ต่อเมื่อพวกเขาได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรม ซึ่งอาศัยการเปรียบเทียบระหว่างตัวเรากับบุคคลอื่นกล่าวคือ เมื่อมีแรงป้อน (Input) เข้าไปในตัวพนักงาน เช่น รางวัล โบนัส ผลผลิต (Outcome) ที่ออกมา คือผลการปฏิบัติงาน และผลประโยชน์ที่พวกเขาจะได้นับจากองค์การ แต่ทั้งนี้อัตราส่วนระหว่างแรงป้อนกับผลผลิตที่ออกมาต้องมีความสมดุลกันอาจสรุปได้ว่า ทั้ง 2 ทฤษฎีที่กล่าวข้างต้นจะนำมากระตุ้นเพื่อให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานซึ่งจะนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายขององค์การ ทั้งนี้ถ้าพนักงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูงก็จะนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์การในระดับสูงเช่นกัน

4.3 ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) พลเรือตรี ดร.วิโรจน์ พิมานมาศสุริยา (2551:5-8) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีลำดับชั้นแห่งความต้องการ (Need hierarchy theory) ของ มาสโลว์ (Maslow,1954) ว่ามนุษย์ทุกคนเมื่อเกิดขึ้นมา ล้วนต้องมีสัญชาตญาณการต่อสู้เพื่อเอาชีวิตรอด เป็นพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจ ตามทฤษฎีลำดับชั้นแห่งความต้องการของ Maslow แรกเริ่มที่ตั้งทฤษฎีนี้ มาจากการสังเกตในขอบข่ายของจิตวิทยาคลินิกต่อมาราวปี ค.ศ. 1960ใช้เป็นแบบแผนพฤติกรรมของมนุษย์ ต่อจากนี้ ก็มีการนำไปใช้ในวงการบริหาร และ ในกิจการอุตสาหกรรมทฤษฎีของ Maslow นี้ประกอบด้วยความต้องการตามลำดับความสำคัญและความจำเป็นอยู่ 5 ชั้นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)

1.) ความต้องการทางกาย (The physiological needs)

ความต้องการที่เป็นจุดเริ่มต้นของทฤษฎีนี้ เรียกว่า “แรงขับทางกาย” ความต้องการทางกายเป็นความต้องการที่มีความรุนแรงหรือมีกำลังอำนาจมากที่สุดในบรรดาความต้องการทั้งหมด ยกตัวอย่างเช่น คนที่ขาดอาหาร ขาดความปลอดภัย ขาดความรัก และขาดการยอมรับ ย่อมจะมีความหิวอาหารรุนแรงและต้องการที่จะกินอาหารมากกว่าที่จะต้องการความปลอดภัย ความรัก หรือการยอมรับ ฉะนั้นคำกล่าวที่ว่า “คนจะมีชีวิตอยู่ได้ด้วยอาหารในเวลาที่ยอดอาหาร” จึงเป็นคำกล่าวที่ถูกต้อง แต่ถ้าหากว่ามีอาหารบริบูรณ์ และท้องคนก็บรรจอาหารไว้ตลอดเวลาแล้ว เมื่อนั้นจึงจะเกิดความต้องการขั้นสูงกว่าขึ้นมาให้เห็นอย่างแจ่มชัด

2.) ความต้องการความปลอดภัย (The safety needs)

เมื่อความต้องการทางกายได้รับการตอบสนองแล้ว จะมีความต้องการใหม่เกิดขึ้น คือ ความต้องการความปลอดภัย ซึ่งเป็นความต้องการที่มีความสำคัญต่อจากความต้องการทางกาย และในบางครั้งอาจเกิดขึ้นพร้อมกันก็ได้ เช่น แม้ในขณะที่หิวจัด คนก็ยังนึกถึงความปลอดภัยไปพร้อม ๆ กัน

คือ จะไม่รับประทานอาหารที่ไม่แน่ใจว่าจะสะอาดและปลอดภัยพอ อาจมีบ้างในกรณีที่หิวจัดเพราะอดอาหารมาเป็นเวลานานจนสามารถรับประทานอาหารปกติที่พอหาได้เป็นครั้งแรก เพื่อประทังความหิวไปก่อนความต้องการความปลอดภัยของคน แตกต่างกันไป ตามสภาพความเป็นอยู่ ในสิ่งแวดล้อม บางแห่งอาจทำให้ความต้องการความปลอดภัยของคนอยู่ในระดับที่รุนแรงกว่า เช่น การต้องเผชิญกับภัยอันตรายต่างๆ ของคนที่อยู่ในป่าเขา หรือท้องถิ่นทุรกันดาร ส่วนคนที่อยู่ในเมือง ซึ่งเป็นสังคมของคนที่ได้จัดการเรื่องความปลอดภัยไว้พร้อมมูลกว่า ก็จะปลอดภัยจากสัตว์ป่า จากภาวะอุณหภูมิของอากาศที่รุนแรง และจากความป่าเถื่อน เป็นต้น แต่คนในเมืองอาจจะแสดงความต้องการความปลอดภัยของเขาในรูปแบบที่ประณีตขึ้น ต้องการงานที่มีสวัสดิการและมีความคุ้มครองดี ต้องการเก็บออมเงินไว้ในธนาคาร ต้องการประกันภัยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ประกันการเจ็บป่วยหรือพิการ หรือประกันชีวิต เป็นต้นเมื่อคนที่อ้อมจะไม่รู้สึกหิว และคนที่อยู่ใน

3.) ความต้องการความรัก (The love needs)

ความรักในที่นี้ไม่เหมือนกับความรักระหว่างเพศ ซึ่งอาจศึกษาได้จากความต้องการทางด้านร่างกายโดยตรง แต่เป็นความรักที่มีความต้องการความผูกพัน เป็นความพอใจที่จะให้และรับความรัก แก่ผู้อื่นความต้องการชนิดนี้จะเห็นได้จากการมีความรู้สึกหวงเหวของคนที่รัก เมื่อขาดเพื่อน ขาดญาติ ขาดผู้เป็นที่รักขาดการสังคมติดต่อกับผู้อื่น จากการศึกษาทางจิตวิทยาคลินิก พบว่าผู้ที่ปรับตัวไม่ได้และผู้ที่ความปลอดภัยแล้วจะไม่รู้สึกว่ามีอันตราย แต่จะมีความต้องการทางด้านอื่นอีกต่อไปมีอาการป่วยทางจิตอย่างรุนแรง มักมีสาเหตุพื้นฐานมาจากการขาดความต้องการด้านความรักนี้เอง ซึ่งบางทีความต้องการความรักของคน อาจมีความรุนแรงยิ่งกว่าความต้องการด้านอื่น ๆ ยกเว้นความต้องการทางกายก็ได้ โดยทั่วไปแล้ว คนที่อยู่ในสังคมย่อมต้องการมีทั้งคนที่ตนรักใคร่ชอบพอก และต้องการเป็นที่ชอบพอรักใคร่ของคนอื่นด้วย

4.) ความต้องการความนับถือ (The esteem needs)

เมื่อคนไม่หิว ปลอดภัยและมีความรักใคร่ผูกพันกับคนอื่นแล้ว ย่อมจะนึกถึงสิ่งที่ละเอียดขึ้นไปอีกว่าตนเองมีคุณสมบัติอะไรที่พอจะให้คนอื่นนับถือ หรือเคารพตนเอง ตลอดจนให้คนอื่นยอมรับนับถือได้บ้างความต้องการในเรื่องนี้จึงนำไปสู่การสร้างสมความสำเร็จ ความสามารถ ความเหมาะสม ความเชื่อมั่นที่จะเผชิญกับโลกโดยอิสระตามลำพัง ให้แก่ตนเองและให้เป็นที่ยอมรับ สนใจ และได้รับความสำคัญจากคนอื่นไปด้วยพร้อมกันเมื่อความต้องการความนับถือ ได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจ จะทำให้คนรู้สึก มีความเชื่อมั่นมีคุณค่า มีพลัง มีสมรรถภาพ และมีความสุข ที่จะอยู่อย่างมีประโยชน์และมีความสำคัญในสังคม ตรงข้ามกับคนที่ขาดความนับถือในตนเองและขาดความนับถือจากผู้อื่น จะมีความรู้สึกอ้อมแอ้ม มีปมด้อยและไร้คุณค่าเกิดขึ้น อันจะนำไปสู่ความมีชีวิตที่ไม่สมบูรณ์

5.) ความต้องการความเป็นคนที่สมบูรณ์ (The need for self - actualization)

ความต้องการในข้อนี้ ไม่เพียงแต่ต้องการที่จะรู้ว่า ตนมีชีวิตอยู่ในความเป็นจริงได้เพียงใด ยังรวมถึงความต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้ดีที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้ อยากรับเป็นอย่างอื่นเท่าที่ความพยายามและโอกาสจะอำนวยให้ ยกตัวอย่างเช่น นักธุรกิจ ไม่เพียงแต่เขามีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจของเขาได้อย่างประสบความสำเร็จและเป็นที่รักใคร่พึงพอใจแก่พนักงานของเขา รวมถึงผู้ร่วมการค้าที่มีส่วนร่วม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ยังมีสิ่งอื่นที่เขาสามารถจะทำได้อีกหลายอย่าง หากมีความพยายามและโอกาสอำนวย เขาอาจทำตนให้เป็นประโยชน์แก่ชุมชนสังคม และประเทศชาติได้อีกหลายทาง โดยอาจประสบความสำเร็จได้นอกเหนือจากทางธุรกิจเป็น

อย่างนี้อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้หากบุคคลคิดและต้องการที่จะก้าวขึ้นเป็นสิ่งที่ทำประโยชน์เพื่อผู้อื่นและสังคม โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ความพยายามมุ่งมั่นในการกระทำดี ก็จะสามารถก้าวถึงจุดนั้นๆ ได้ตั้งใจปรารถนา แต่ทว่าความต้องการชนิดนี้ ไม่ใช่จะเกิดขึ้นได้ง่ายนัก ต้องอาศัยความพอใจของบุคคลในความต้องการเบื้องต้นก่อนหน้านี้เป็นลำดับ คือ ความต้องการทางกาย ความปลอดภัย ความรักความนับถือตนเองแล้วจึงจะเกิดความต้องการชนิดนี้ขึ้นได้ การกระทำสิ่งที่ตนเองมีความเชื่อและมุ่งมั่นออกมาให้เป็นที่ประจักษ์แก่คนอื่นได้นั้น นับได้ว่าเป็นบุคคลที่สมบูรณ์แบบอย่างแท้จริง แต่ในบุคคลที่ยังไม่อาจทำให้เป็นที่ปรากฏแก่คนอื่นได้ ก็เป็นการยากที่จะชี้ออกมาว่า ในตัวเขานั้นมีสิ่งที่เป็น “ความต้องการที่เรียกว่า self actualization” อยู่ แม้ในสาขาจิตวิทยาการทดลองหรือในสาขาจิตวิทยาคลินิกก็ยังไม่มีความชัดเจนที่จะชี้ว่าสิ่งนี้เป็น self actualization” ของคนนั้น ๆ ฉะนั้นปัญหานี้จึงยังคงเป็นสิ่งที่ท้าทาย รอให้มีการค้นคว้าพิสูจน์ต่อไปความต้องการขั้นต่าง ๆ ที่กล่าวแล้วนี้ เป็นความต้องการที่อยู่ในจิตใต้สำนึก กล่าวคือ คนมักจะไม่รู้ตัวว่าเกิดความต้องการขั้นนั้น ๆ ขึ้นเมื่อใด เช่น ไม่มีใครที่จะมารู้ หรือสำนักทดลองเวลาว่าวันหนึ่ง ๆ ในขณะนั้น ๆ ตนมีความต้องการทางกาย ความรัก ฯลฯ เกิดขึ้นแล้ว นอกจากจะมีกลวิธีที่เหมาะสมหรือในบุคคลที่ช่างคิดจึงจะทำให้รู้ได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พนักงานมีความคาดหวัง หรือความต้องการ เป็นพื้นฐานของชีวิต ถ้ามีแรงจูงใจ หรือความพึงพอใจ จะนำผลไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายขององค์กร ถ้ามีแรงจูงใจอยู่อยู่ในระดับสูงก็จะนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง

ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญยิ่งต่อองค์กรในประเด็นดังต่อไปนี้

1.) ความผูกพันต่อองค์กรสามารถให้ทำนายอัตราการเข้าออก ลาออกและการเปลี่ยนงาน (Turnover) ได้ ดีกว่าความพึงพอใจในงาน เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรมีแนวคิดที่ครอบคลุมมากกว่า กล่าวคือความผูกพันต่อองค์กรสามารถสะท้อนถึงความรู้สึกของพนักงานที่มีต่อองค์กรซึ่งมีลักษณะที่ยาวนานกว่าความพึงพอใจ

2.) ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรสำคัญอย่างหนึ่งในการทำนาย แรงจูงใจในการเข้างานของพนักงาน และเป็นแรงผลักดันให้พนักงานในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เนื่องจากความรู้สึกในความเป็นเจ้าของร่วมภายในองค์กร

3.) ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างความต้องการของบุคคลในองค์กรกับเป้าหมายขององค์กร เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากเมื่อพนักงานเกิดความผูกพันกับงานย่อมทุ่มเทแรงกายแรงใจให้กับงานและกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ส่งผลให้องค์กรสามารถที่จะบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

4.) ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่วนเสริมสร้างควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กร สามารถสร้างความมั่นคงขององค์กรอย่างยั่งยืน เพราะลดอัตราการลาออกจากองค์กร (Turnover) พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานทำให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีผู้กล่าวถึงความหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

พิตยา บวรวัฒนา (2542 : 34) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจในการปฏิบัติงานว่าเป็นความรู้สึกที่ดีของคนที่มีต่อประสบการณ์ในการทำงานบางอย่าง ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะงานที่ทำมีการกำหนดบทบาท ความรับผิดชอบที่ชัดเจนไม่คลุมเครือ ลักษณะขององค์กร ที่มีขนาดอายุยาวนานมากน้อยแค่ไหน ภาวะผู้นำเป็นอย่างไร และลักษณะเฉพาะของคนงาน เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประสบการณ์ มีมากน้อยหรือไม่

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2544 : 91-92) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในงานถือเป็นเจตคติพื้นฐานของคนที่มีต่องาน ที่ตนทำซึ่งสามารถทราบได้โดยง่ายด้วยการใช้คำถามเป็นเครื่องมือวัดบุคคลนั้นในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานซึ่งจะให้คำตอบต่าง ๆ เพื่อที่จะแสดงผลโดยรวมของเจตคติของบุคคลที่เกี่ยวกับงานที่ตนทำนั่นเอง ซึ่งแสดงออกด้วยอารมณ์ ความรู้สึก ความนึกคิดและพฤติกรรม

สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ (2545: 133) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในงานเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบโดยเฉพาะของผู้ปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวกับงานซึ่งประกอบด้วย ด้านความคิด ความเข้าใจ ด้านอารมณ์ หรือความรู้สึก ด้านแนวโน้มของพฤติกรรมซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรม

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544 : 22) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการทำงานเป็นความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทน คือ ผลที่เป็นความพึงพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรดีของบุคคลที่มีต่องานที่เขาปฏิบัติงานอยู่โดยแสดงออกมาเป็นความสนใจ กระตือรือร้นเต็มใจและสนุกกว่าเรื่อง เป็นต้น ดังนั้นเมื่อผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำแล้ว เขาก็จะมีความพยายามอดุสหาหะ มีความสุขกับงานที่ทำมีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่นจนงานนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์

มนชัย อรพิมพ์ (2550: 10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการทำงานหมายถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวกต่องานที่ทำอยู่ และปัจจัยแวดล้อมต่างๆโดยเกิดจากองค์ประกอบหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น สภาพแวดล้อมการทำงาน กระบวนการทำงานความสัมพันธ์กับบุคคลในหน่วยงาน และค่าตอบแทน ซึ่งมีผลต่อบุคคลทำให้เกิดแรงกระตือรือร้นต่อการทำงาน มีขวัญ และกำลังใจที่ดีมุ่งมั่น สร้างสรรค์ให้กับองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2542:130) ได้ให้ความสำคัญในการศึกษาความพึงพอใจงานมีดังนี้

- 1.) การรับรู้ปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานทำให้หน่วยงานสามารถนำไปใช้ในการสร้างปัจจัยเหล่านี้ให้เกิดขึ้นเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน
- 2.) ความพึงพอใจในการทำงาน จะทำให้บุคคลมีความตั้งใจในการทำงาน ลดการขาดงานการลางาน การมาทำงานสาย และการขาดความรับผิดชอบที่มีต่องาน
- 3.) ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นการเพิ่มผลผลิตของบุคคลทำให้องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

วิชัย แหวนเพชร (2543 : 136-137) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจไว้ว่าการบริหารงานทางด้านอุตสาหกรรมมีแนวโน้มที่จะใช้การบริหารเชิงมนุษย์สัมพันธ์ (Human Relation Approach) นั่นก็คือ ผู้บริหารควรให้ความสนใจต่อผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ได้บังคับบัญชา โดยการให้ผู้ปฏิบัติงานได้เข้าใจเป้าหมาย นโยบายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การวางแผนและพัฒนาได้รับการยอมรับและมีความเป็นกันเอง สิ่งเหล่านี้เป็นแนวทางการบริหารที่ทำให้ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานจนผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกที่ดี และมีความพึงพอใจในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานนั้นมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลขององค์การเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่มีการวิจัยของ บริษัท เวสเทิร์น อิเล็กทริก (Western Electric Company) ณ นครชิคาโกที่เรียกว่า

“Hawthorn Experiment ” ของยอร์จ เอลตัน เมโย (George Elton Mayo) จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) ในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1927 - 1960 โดยผลของการวิจัยได้ให้ ความสำคัญต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างกว้างขวาง เพราะผลการวิจัยพบว่าการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่พนักงาน ผลการปฏิบัติงานจะประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพ จึงทำให้ความคิดนี้แพร่กระจายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานอื่นอย่างได้ผล ซึ่งหากพิจารณาและสังเคราะห์อย่างถี่ถ้วนแล้ว ความพึงพอใจมีความสำคัญมากโดยเฉพาะต่อการบริหารงานอุตสาหกรรมดังต่อไปนี้

- 1.) เสริมสร้างบรรยากาศและความตั้งใจในการทำงาน การที่พนักงานมีความพึงพอใจย่อมส่งผลให้พนักงานมีความตั้งใจทำงาน ซึ่งเป็นการช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการทำงานให้ดีขึ้นทำให้ลดการขาดงาน การลางาน แต่จะเป็นการกระตุ้นให้พนักงานกระตือรือร้นและมีความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น
- 2.) เสริมสร้างความเป็นอิสระในการทำงาน ความพึงพอใจมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบ ความอิสระเป็นอย่างมาก ซึ่งก็แสดงว่า เมื่อพนักงานเกิดความพึงพอใจ พนักงานก็ทำงานด้วยความเป็นตัวเองไม่จำเป็นต้องมีพันธนาการต่าง ๆ มาควบคุมไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือเจ้าหน้าที่ที่จะต้องจ้ำงหรือซื้อมากำกับดูแลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งย่อมเป็นการสิ้นเปลืองไม่น้อย
- 3.) ส่งเสริมการบริหารแบบประชาธิปไตย เมื่อพนักงานเกิดความพึงพอใจย่อมมีผลทำให้การบริหารงานเป็นแบบเปิดโอกาสให้พนักงานคิดอิสระ แสดงความคิดเห็นหรือแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง ฉะนั้น ความพึงพอใจในการทำงานย่อมส่งเสริมและมีผลให้การบริหารเป็นไปอย่างประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น

4.) ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน ย่อมส่งเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพ มีการเพิ่มผลผลิต ส่งผลให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ จากความสำคัญของความพึงพอใจในการปฏิบัติงานดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างขวัญและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารทุกระดับพึงสร้างด้วยการ ปลุกฝังให้มีในหน่วยงานของตนเพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานซึ่งก่อให้เกิด ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เมื่อผู้ปฏิบัติงานชอบงานของตนและได้รับการชมเชย ยกย่องให้ กำลังใจจากผู้บังคับบัญชา เมื่อกระทำความดีความชอบ จะสามารถก่อให้เกิดขวัญกำลังใจ ในการ ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความสมัครใจของคนทำงานพร้อมทั้งดูแลเอาใจใส่ให้ความสนิท สนม ด้วยการให้โอกาสแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงงาน ให้โอกาสในการร้องทุกข์ พร้อมทั้ง ดูแลเอาใจใส่พนักงานให้ความสนิทสนมแก่องค์กร

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของผู้ปฏิบัติงานและผลของความไม่พึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก โดยแสดงออกมาเป็นความสนใจ กระตือรือร้น เต็มใจ สนุก ร่าเริง กับงานที่ทำและมีความรับผิดชอบมุ่งมั่นทำงานจนสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ขอบข่ายของความพึงพอใจ

อัจฉิมา หอมระรื่น (2552:9) การศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท แคนนอนไฮ-เทค(ประเทศไทย) จำกัด มีขอบข่ายในการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงานโดยรวม ซึ่งเป็นความรู้สึกพอใจหรือเจตคติที่พนักงานมีต่องานที่ทำอยู่ รวมถึงส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านสภาพการทำงาน ด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านนโยบายการบริหาร เนื่องจากสิ่งต่างๆเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในระดับที่แตกต่างกัน เป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยพนักงานจะแสดงออกมาเป็นความสนใจความกระตือรือร้น มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงาน ทั้งนี้ยังก่อให้เกิดความสุขในการปฏิบัติงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความผูกพันกับองค์กร ทำให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of Work Life) และเกิดความสมดุลระหว่างความพึงพอใจของพนักงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

สรุปได้ว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติงาน เพราะนอกจากจะช่วยเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงาน ยังทำให้พนักงานตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ เช่น ด้านผลตอบแทนที่เหมาะสม ด้านสวัสดิการที่ดี ทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจ และมีความกระตือรือร้น มีขวัญและกำลังใจ ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและถ้าพนักงานไม่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ก็อาจส่งผลให้ผลงานหรือผลการปฏิบัติงานต่ำคุณภาพลดลง เกิดปัญหาการขาดงาน การลาออก หรืออาจก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมตามมาได้ดังนั้นความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึง ประสิทธิภาพของพนักงานที่จะทำให้องค์กรสำเร็จตามเป้าหมาย

ดังนั้นการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานจึงถือเป็นเรื่องที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญ เพราะเมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจะทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะปฏิบัติงาน และเกิดความศรัทธาต่อองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและส่งผลถึงความสำเร็จขององค์กรด้วย

การวัดความพึงพอใจ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงการวัดความพึงพอใจในการทำงานไว้ ผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2542: 141) ได้กล่าวไว้ว่า จุดมุ่งหมายในการวัดความพึงพอใจในงานมีดังนี้

- 1.) เพื่อจะได้เข้าถึงปัจจัยต่างๆ ทั้งด้านส่วนบุคคล ด้านงาน ด้านการจัดการที่เกี่ยวกับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการทำงาน
- 2.) เพื่อจะได้เข้าใจ ถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับการปฏิบัติงานว่าอะไรเป็นสาเหตุให้คนทำงานได้ดี
- 3.) เพื่อให้ได้เข้าใจถึงงานลักษณะใดที่คนพึงพอใจ และไม่พอใจรวมทั้งเกี่ยวกับการจัดการและการบริหารหน่วยงานนั้น
- 4.) เพื่อจะได้เข้าใจถึงผลจากการไม่พึงพอใจงาน เช่น การขาดงาน ลางานและการออกจากงาน รวมทั้งได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาคือ การจัดสวัสดิการบริการต่างๆ ว่าจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับการทำงานได้อย่างไร

ตัวกำหนดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

การที่บุคคลจะมีความพึงพอใจหรือไม่มีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานนั้น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรหลายตัวที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติโดยตรง ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำนายว่ากลุ่มใดที่ดูทำที่จะเกิดปัญหาทางพฤติกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับความไม่พึงพอใจ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการบริหารหรือจัดระบบขององค์กรได้

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2545 : 137) ได้กล่าวถึง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานโดยตรง หรือสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอยู่หลายตัว ดังต่อไปนี้คือ

- 1.) อายุ เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีอายุมากขึ้นๆ ตำแหน่งหน้าที่การงานมักจะสูงขึ้นตามไปด้วยดังนั้นเขาจึงมีแนวโน้มที่จะพอใจในงานของเขามากขึ้น ซึ่งก็มีเหตุผลหลายประการ เช่น ความคาดหวังในระดับต่ำ และการปรับตัวกับสภาวะการณ์ในการทำงานที่ดีขึ้น เพราะเขามีประสบการณ์มากขึ้นนั่นเอง อย่างไรก็ตามก็ปรากฏว่าบุคคลวัยกลางคนอาจจะหวั่นไหว มีความไม่แน่นอนใน ตำแหน่งหน้าที่ที่ตนครองอยู่ ทั้งนี้เพราะสภาพ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเขา สภาพานภาพสูงย่อมทำให้บุคคลรู้สึกถึงความสำคัญ สำหรับผู้ปฏิบัติงานที่มีอายุการทำงานน้อย มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจน้อยกว่า ทั้งนี้เพราะการมีความคาดหวังมาก มีการปรับตัวน้อยและอื่นๆ แนวโน้มดังกล่าวนี้ ปรับใช้ได้ทั้งกับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน

2.) ระดับอาชีพ บุคคลที่มีระดับอาชีพสูงมักจะมีความพึงพอใจในงานของเขา ซึ่งมักเป็นบุคคลที่มีการศึกษาสูง ได้ค่าจ้างดีและมีสภาพการทำงานที่ดีด้วย และงานของเขาก็มีเกียรติ รวมถึงการใช้ความสามารถของเขาอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้เขามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ดังนั้นในระดับผู้บริหารและนักวิชาชีพต่างๆ มักจะมีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่าคนงานที่ใช้ความชำนาญ จากการศึกษาวิจัยพบว่าบุคคลที่มีประสบการณ์ในการทำงานระดับสูงจะมีระดับความพึงพอใจสูงสุด บุคคลเหล่านี้จะมีเกียรติและเห็นว่างานของตนมีความสำคัญ เหตุผลโดยพื้นฐาน ที่สุดบุคคลที่ทำงานในระดับสูงมักจะไม่มีปัญหาทางเศรษฐกิจ ตรงกันข้ามเขายังแสวงหาสิ่งที่สูงไปกว่าเงินทอง นั่นคืออำนาจและความเป็นตัวของตัวเอง เป็นต้น

3.) ระดับการศึกษา บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะไ้ทำงานในระดับสูง และเขาเหล่านั้นมักคาดหวังในความพึงพอใจในงานสูงด้วย และเขามักประสบความสำเร็จความพึงพอใจในงานตามที่ปรารถนา

4.) เพศและเชื้อชาติ ได้รายงานถึงความแตกต่างเรื่องเพศในเรื่องความพึงพอใจว่า ได้มีการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากอเมริกันและพบว่า โดยทั่วไปจะไม่ปรากฏความแตกต่างที่สำคัญในเรื่องความพึงพอใจ เพราะผู้ชายและผู้หญิงต่างก็ได้รับผลกระทบไม่ต่างกันจากตัวแปรต่างๆ ของความพึงพอใจ เช่น ค่าจ้างเงินเดือน เกียรติภูมิในงานหรือการควบคุมบังคับบัญชาที่ได้รับ เช่น ผู้หญิงที่มีเงินเดือนสูงทำงานที่มีเกียรติ จะมีความพึงพอใจงานสูงมากเหมือนกับผู้ชายที่อยู่ในตำแหน่งหน้าที่ทำนองเดียวกัน

5.) ขนาดขององค์กร ในที่นี้หมายถึงขนาดของหน่วยปฏิบัติงาน เช่น ฝ่ายต่างๆ ในองค์การ เมื่อองค์การขยายขนาดขึ้น จะปรากฏการยืนยันว่าความพึงพอใจมีแนวโน้มที่จะลดลงพอสมควร เว้นเสียแต่จะมีการป้องกันบางประการ โดยการใช้กระบวนการเชิงสนับสนุน เช่น การติดต่อสื่อสาร การประสานงาน และการมีส่วนร่วม เป็นต้น กระบวนการต่างๆ เหล่านี้ เป็นการแสดงให้เห็นว่าฝ่ายบริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในฐานะมนุษย์ เหตุที่ความพึงพอใจของบุคคลค่อยๆ ลดลง เมื่อองค์การขยายขนาดขึ้นเพราะว่าอำนาจในการตัดสินใจนั้นค่อยๆ ห่างออกไปผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกว่ามันนั้นไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบถึงงานได้สภาพแวดล้อมการทำงานให้มีความใกล้ชิดระหว่างบุคคล มิตรภาพ และการทำงานเป็นกลุ่มขนาดเล็กค่อยๆ หายไป ในขณะที่สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของบุคคล

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฮีบิเนียค และ อลัตโต้ (Hrebiniak and Alutto.1972 : 1-14) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความผูกพันต่อองค์กรกับประสิทธิผลขององค์กรพบว่า ในด้านเพศมีความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กร โดยที่ผู้หญิงมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าผู้ชาย Mowday ได้อธิบายว่า อาจเป็นเพราะว่าผู้หญิงต้องการแสดงให้สังคมยอมรับ สถานภาพสมาชิกในองค์กรจึงสำคัญต่อผู้หญิงมาก ทำให้ผู้หญิงมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าจึงเปลี่ยนงานน้อย

ดิคอนิก และ สติลเวล (DeConinck and Stilwell. 1996 : 80-88) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อความผูกพันต่อความผูกพันต่อองค์กรในสตรีที่เป็นผู้บริหารฝ่ายการโฆษณา ได้ค้นพบตัวแปรซึ่งใช้ทำนายความผูกพันต่อองค์กรของสตรี ได้แก่ ระดับความพึงพอใจในงานที่สูงขึ้น, โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งและการกระจายความยุติธรรม โดยตัวแปรเหล่านี้นำไปสู่การยกระดับความผูกพันต่อองค์กร หากระดับความรู้ถึงความขัดแย้งและการเลือกปฏิบัติสูงขึ้นจะทำให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรลดลง ความพึงพอใจในงานและโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งเป็นตัวแปรสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงานหญิงสามารถลดการเปลี่ยนงานได้ ส่วนการรับรู้การเลือกปฏิบัติมีความสำคัญรองลงมาจาก ความพึงพอใจในงาน ฉะนั้นการรับรู้การเลือกปฏิบัติในระดับสูงจึงเป็นสาเหตุให้ความผูกพันต่อองค์กร ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

บอชฮอฟ และ เมล (Boshoff and Mels. 1995 : 23 – 42) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Causal model เพื่อที่จะประเมินความสัมพันธ์ระหว่าง Supervision, Role stress, ความผูกพันต่อองค์กร และคุณภาพของ การบริหารภายใน โดยวิจัยองค์กร แสดงให้เห็นว่า Supervisory Behavior ก่อให้เกิดสภาวะแวดล้อมที่ นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่เหนือกว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานชายประกันมีผลกระทบเชิงบวก อย่างมากต่อคุณภาพการบริการภายในและยังมีผลกระทบเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วย แต่มี ผลกระทบเชิงลบต่อความขัดแย้งด้านบทบาท

มาร์ติน และ ฮาเฟอร์ (Martin and Hafer. 1995 : 106 – 111) ได้ศึกษาถึงการเชื่อมโยงระหว่างการ เปลี่ยนงานและการมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กรพบว่าการมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กรมีผลกระทบต่อการทำงานพบว่าความต้องการภายใน (Intrinsic Needs) เช่น งานที่ท้าทาย ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในงาน ความต้องการภายนอก (Extrinsic Needs) เช่น ค่าจ้าง,สวัสดิการ และโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง มีผลต่อทัศนคติต่อความผูกพันต่อองค์กร และยังพบอีกว่าการ ออกแบบงานใหม่ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองมากขึ้นจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมในงานให้มากขึ้นอีกด้วย

ฮีบิเนียค และ อลัตโต้ (ธีระ. 2532 : 30 ; อ้างอิงจาก Hrebiniak and Alluto) ได้ทำการศึกษาพบว่า หากมีการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานหรือสมาชิกองค์กรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทั้งในระดับนโยบายและการ ปฏิบัติงาน มีการกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้แล้ว รวมทั้งการที่ผู้บังคับบัญชาชั้น เหนือขึ้นไป ไม่ใช่ อำนาจหน้าที่ตามรูปแบบที่เป็นทางการ (Formal) มากเกินไปก็จะ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สมาชิกมีความผูกพันต่อองค์กร

เอิฟวี่ง และ เมเยอร์ (Irving and Meyer. 1994 : 937-949) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมมติฐานของการ บรรลุความคาดหวัง (Met-Expectations hypothesis) พบว่าความคาดหวังของพนักงานที่เข้ามาใหม่มี ผลกระทบต่อทัศนคติ และพฤติกรรมในการทำงานเป็นอย่างมาก โดยปัญหาทาง Methodology ที่อยู่ในการทดสอบส่วนบุคคลของสมมติฐานการบรรลุความคาดหวัง ช่วยยืนยันผล การศึกษานี้ การศึกษาแนวยาว ตอบสนองกรรมวิธีได้ด้วยการตรวจสอบสิ่งสนับสนุนการแบ่งแยกและ เชื่อมโยงระหว่างความคาดหวัง และ ประสบการณ์ในการทำนายความพึงพอใจในงาน, ความผูกพันต่อ องค์กร และความตั้งใจเปลี่ยนงาน ในปีแรก ของการทำงาน ผลการศึกษากล่าวว่างค์กรสามารถเพิ่ม ทัศนคติและการลดความตั้งใจเปลี่ยนงานของ พนักงานได้โดยการเน้นประสบการณ์การทำงานจริงใน เชิงบวก มากกว่าการเน้นความคาดหวังของพนักงาน

แสวง รัตนมงคลมาศและคณะ (2528:1-3) ได้ศึกษาเรื่องการสรรหาคะลากรคงอยู่และการ ลาออกจากอาชีพรับราชการอาจารย์มหาวิทยาลัย โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 947 คน จากมหาวิทยาลัยของ รัฐ 14 แห่ง และแยกในประเด็นการศึกษาในเรื่องการลาออก 85 คนพบว่า เหตุผลของการลาออกจาก อาชีพราชการอาจารย์มหาวิทยาลัย มี 7 หัวข้อลำดับความสำคัญต่อไปนี้

1. การเบื่อหน่ายความล่าช้า และไร้ประสิทธิภาพของระบบราชการในมหาวิทยาลัย
2. ไม่พอใจในเงินเดือนและสวัสดิการที่ได้รับ
3. อาชีพข้าราชการในมหาวิทยาลัยไม่สามารถที่จะสร้างความสำเร็จในงานตามที่คาดหวังไว้
4. เบื่อหน่ายระบบเจ้าขุนมูลนายของระบบราชการในมหาวิทยาลัย
5. เบื่อหน่ายระบบการเลือกตั้งผู้บริหารมหาวิทยาลัย
6. มหาวิทยาลัยที่สังกัดอยู่ไม่เกื้อกูล ไม่เอื้ออำนวยในการริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานใหม่
7. เบื่อหน่ายระบบบริหารระบบคณะกรรมการ

จารุณี วงศ์คำแน่น (2537;106-108) ศึกษาเรื่องของการผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงานสายงานสนับสนุนการปฏิบัติงาน การทำอากาศยานแห่ง ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานในสาย งานสนับสนุน การปฏิบัติงาน (Staff) การทำอากาศยานแห่งประเทศไทยว่ามีอยู่ในระดับสูงเพียงใด ทั้งยังได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มดังกล่าว รวมตลอด ถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ที่ได้จักความผูกพันต่อองค์กร อันได้แก่ ความผูกพันต่องาน ความผูกพันต่อสมาชิกภาพและการทุ่มเทที่ให้กับงาน เมื่อเปรียบเทียบระดับ ความผูกพันต่อองค์กร โดยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม ทางสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package For Social Science) ผลการวิจัย ปรากฏดังนี้

1. พนักงานสายงานสนับสนุนการปฏิบัติของ ทอท. มีระดับความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง ระดับกลาง ตามลำดับ
2. ปัจจัยต่างๆที่กำหนดไว้ในสมมติฐานว่ามีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสาย งานปฏิบัติงานสนับสนุนปฏิบัติงาน ทอท. พบว่า ปัจจัยส่วนตัวที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อ องค์กร คือเพศ อายุ สถานภาพสมรส อายุทำงานในองค์กร ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานไม่มี

ความสัมพันธ์ต่ออิทธิพลในความผูกพันในองค์กร ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวกับงานที่มีความผูกพันในองค์กร ได้แก่ ความสำคัญของลักษณะงาน ความท้าทายของงาน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนความเข้าใจหน้าที่และบทบาทในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ต่ออิทธิพลในความผูกพันขององค์กร

ปัจจัยที่เกี่ยวกับองค์การที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การ ได้แก่

- การกระจายอำนาจในองค์กร
- ความชัดเจนกฎข้อบังคับ
- ความเชื่อถือในองค์กร
- ส่วนขั้นตอนต่างๆในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การ

ปัจจัยเกี่ยวกับประสบการณ์ในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การ ได้แก่ ทักษะคติของกลุ่มองค์กร ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญขององค์กร ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองต่อองค์การ การเข้าสังคมกับเพื่อนร่วมงาน การได้รับการพัฒนาและการฝึกอบรม ส่วนระบบการพิจารณาความดีความชอบและผลตอบแทนที่ให้กับพนักงานไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การ และผลตั้งสมมติฐานพบว่า ความผูกพันต่อองค์การไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องาน ความผูกพันต่อองค์การ มีความสัมพันธ์กับความคงอยู่ของสมาชิกภาพ และความผูกพันต่อองค์การ ไม่มีความสัมพันธ์กับความทุ่มเทที่ให้กับงาน

ภัทริภา ศิริเพชร (2541: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์การ ศึกษากรณี บริษัท ธนากร ผลิตภัณฑ์ น้ำมันพืช จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า พนักงานบริษัท ธนากร ผลิตภัณฑ์ น้ำมันพืช จำกัด มีความผูกพันต่อองค์การโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กล่าวคือ ด้านปกป้องชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อองค์กร ด้านความห่วงใยในอนาคตขององค์กร ด้านความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ และด้านความต้องการคงไว้เพื่อสมาชิกภาพขององค์การ

ชาญวุฒิ บุญชม (2553: บทคัดย่อ) เรื่อง ความผูกพันต่อองค์การ: ศึกษาเฉพาะกรณี บุคลากรโรงเรียนอิสลามสันติชน การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์การ: ศึกษาเฉพาะกรณีบุคลากรโรงเรียนอิสลามสันติชน มีวัตถุประสงค์คือ

- 1) เพื่อศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรโรงเรียนอิสลามสันติชน
 - 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรโรงเรียนอิสลามสันติชน
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 109 คน ซึ่งเป็นบุคลากรทั้งหมดของโรงเรียน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ผลการศึกษาพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 -34 ปี สถานภาพโสด/อยู่คนเดียวและสมรสมีจำนวนเท่ากัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งเป็นครูผู้สอน และมีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 3-6 ปี ในด้าน ระดับความผูกพันของบุคลากรต่อองค์การในภาพรวมได้พบว่าประชากรมีระดับความผูกพันอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในตัวแปรด้านความห่วงใยในอนาคตปัจจัยที่มีผลกับความผูกพันในองค์กร ได้แก่ ความแตกต่าง

ของระดับตำแหน่งทำให้มีผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนความแตกต่างทางด้านระดับการศึกษาและระยะเวลาในการทำงาน มีความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความท้าทายของงาน ความก้าวหน้าของงาน ความมีอิสระในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน สภาพแวดล้อมองค์การ และการกระจายอำนาจในองค์การ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันในองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา การได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถ ตัวแปรที่ไม่มี ความสัมพันธ์ต่อความผูกพันในองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความยากง่ายของงาน

ธีรภัทร ขัตติยะหล้า (2555: บทคัดย่อ) เรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงาน และแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานเพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 74 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้กรอบแนวคิดของ Richard E. Walton

ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน มีคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทั้ง 8 ด้าน ดังนี้ ความเป็นประโยชน์ต่อสังคม การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความก้าวหน้าและ มั่นคงในการงาน สิทธิส่วนบุคคล การพัฒนาศักยภาพและการใช้ขีดความสามารถของบุคคล ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยรวมค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมและสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพตามลำดับและเมื่อพิจารณารายข้อมีเพียง 3 ข้อย่อย ที่มีระดับคุณภาพ ชีวิตอยู่ในระดับน้อย คือค่าตอบแทนที่ได้รับเพียงพอต่อรายจ่ายประจำวัน ที่ทำงานมีกิจกรรมส่งเสริม สุขภาพการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและในระหว่างวันบุคลากรมีเวลาออกกำลังกายเพียงพอ แนวทางการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานเพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์การพบว่า ต้องการให้หน่วยงานจัดสวัสดิการเพิ่มขึ้นและพิจารณาขึ้นเงินเดือนอย่างยุติธรรม รวมถึงการจัดกิจกรรมการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและความสามัคคีของบุคลากรเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานให้เกิดความผูกพันต่อองค์การต่อไป

ปาริชาติ บัวเป็ง (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงาน บริษัท ไตกิ้น อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงาน บริษัท ไตกิ้น อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) และเพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท ไตกิ้น อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าคือ พนักงานบริษัท ไตกิ้น อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) จำนวน 336 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ Independent Sample (t-test) สำหรับตัวแปรสองกลุ่ม และใช้สถิติ One-Way ANOVA (F-test)

ในการทดสอบสมมติฐานสำหรับตัวแปรมากกว่าสองกลุ่ม และใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Test) ที่ระดับนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพ โสด รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และระยะเวลาการปฏิบัติงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรงานของพนักงานบริษัท ไคกิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรื่องลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับ มากที่สุดคือ ด้านความรู้สึก รองลงมา คือด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านความต่อเนื่อง

สันต์ฤทัย ลิ้มวีรพันธ์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกรณีศึกษา บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความผูกพันต่อองค์กร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงาน บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 236 คน ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่า t-test ผลการศึกษา 1) ด้านปัจจัยแรงจูงใจต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับสูงได้แก่ ด้านองค์กรเป็นที่เชื่อถือได้ รองลงมาคือด้านสัมพันธ์ภาพกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และด้านภาวะผู้นำ 2) ด้านปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในด้านบรรทัดฐานทางสังคม อยู่ในระดับสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ ความผูกพันต่อองค์กรในด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 3.77 และด้านความต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย 3.62

2.5 สมมติฐานของการวิจัย

1. พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน
2. ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร
3. ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

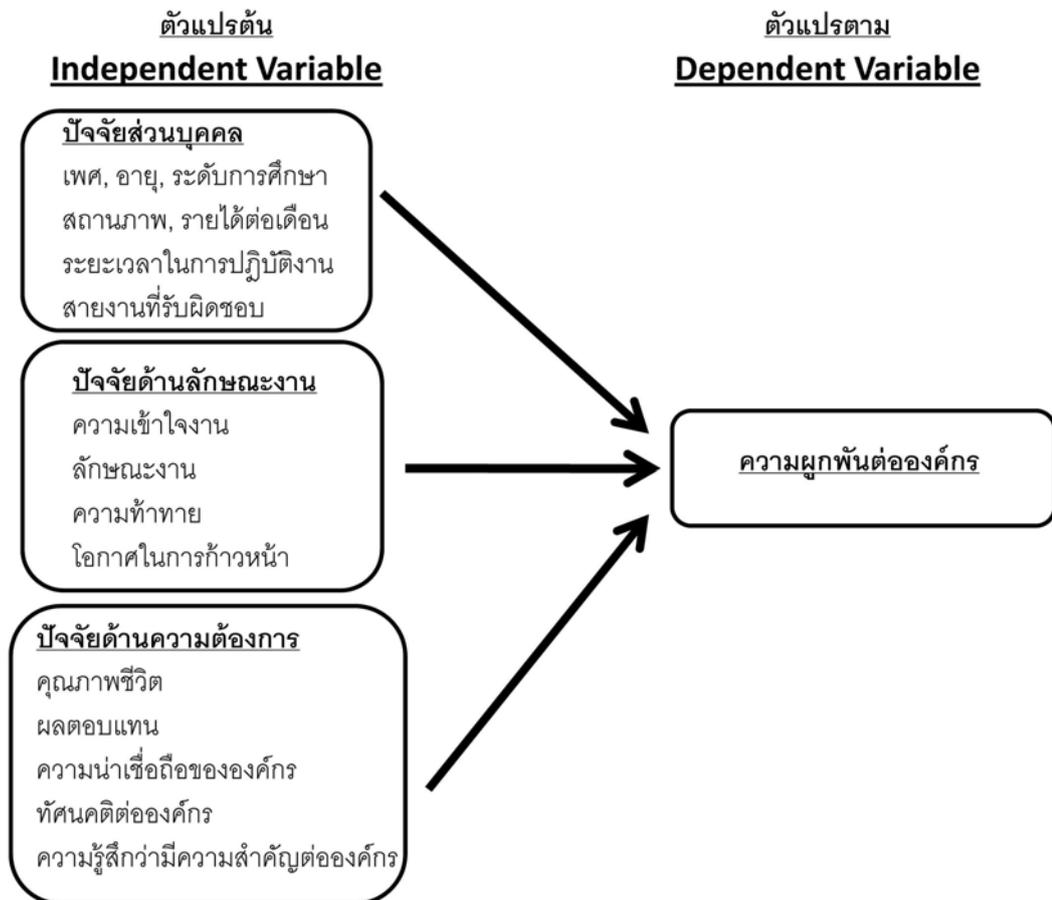
- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาปฏิบัติงาน และสายงานที่รับผิดชอบ
- ปัจจัยด้านลักษณะงาน ได้แก่ ความเข้าใจงาน ด้านลักษณะงาน ด้านความท้าทาย และด้านโอกาสในการก้าวหน้า
- ปัจจัยด้านความต้องการ ได้แก่ ด้านคุณภาพชีวิต ด้านผลตอบแทน ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้านทัศนคติต่อองค์กร และด้านความสำคัญต่อองค์กร

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

- ความผูกพันต่อองค์กร

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัย “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ครั้งนี้ มีขอบเขตตัวแปรในการวิจัย ดังนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม(Survey Research) วิธีการในการดำเนินการศึกษาได้กำหนดขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากร (Population) คือ พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากปริมาณของกลุ่มตัวอย่างมีขนาดไม่มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งเป้าหมายเก็บข้อมูลจากพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ฝ่าย	จำนวนคน
ฝ่ายข่าวโทรทัศน์	281
ฝ่ายรายการโทรทัศน์	23
ฝ่ายผู้ประกาศ	13
ฝ่ายโฆษณา	30
รวมทั้งสิ้น	347

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมา โดยทำการศึกษาจากวัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives) และกรอบแนวคิดการวิจัย (Conception Framework) และจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ศึกษาถึงการเชื่อมโยงระหว่าง การเปลี่ยนแปลงและการมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กรนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามจะมีทั้งส่วนที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบบสอบถามมีรายละเอียดประกอบด้วย ส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ภูมิหลังประชากรพนักงาน

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. สถานภาพครอบครัว
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
7. สายงานที่รับผิดชอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความต้องการ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

3.2.1) การทดสอบเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด นำไปแจกผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) และนำผลมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดค่าความน่าเชื่อถือ (Conbrach's Alpha ที่ระดับไม่น้อยกว่า 0.7) และหากพบปัญหาที่เกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำปัญหาที่พบมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสมต่อไป

3.2.2) การสร้างแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัย โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธี Likert Scale โดยได้กำหนดน้ำหนักคะแนนของตัวเลือก 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 ถึง 5 ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากแหล่งต่างๆ ดังนี้

3.3.1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ศึกษาได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 347 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง หรือประชากรทั้งหมด ได้แก่ พนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยความร่วมมือจากหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ในการประสานงานให้ทุกคนในแผนกตอบแบบสอบถาม และ ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบแบบสอบถามทุกชุดเพื่อความสมบูรณ์ก่อนมีการนำไปลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการศึกษาค้นคว้าหนังสือ เอกสาร วารสาร นิตยสาร ทฤษฎี แนวคิด วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนตัวเลขข้อมูล จาก บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทั้งจากการสอบถามจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง(ฝ่ายบุคคล) และ จากแหล่งข้อมูลต่างของบริษัท เช่น รายงานประจำปี และเว็บไซต์ ของบริษัท เป็นต้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามที่ผ่านการกรอกข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1.) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำผลได้ไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (α - Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.7

2.) การตรวจสอบข้อมูลและลงรหัส คือ นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการกรอกข้อมูล จากนั้นนำไปลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3.) การประมวลผลเป็นการคำนวณค่าสถิติวิเคราะห์ที่ต้องการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

3.5 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้ทำการบันทึกและลงรหัสข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ประกอบด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามทั้งหมด จํานํามาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาบรรยาย โดยแจกแจงค่าสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ตามแนวทางของไลเคิร์ต (Likert Scale) และนำมาตรวจสอบความถูกต้องและทำการบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1.) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการอธิบายข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ในรูปอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

2.) วิเคราะห์ความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการแปลความหมายของคะแนน ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดเกณฑ์เพื่อใช้ในการแปลความหมายของคะแนนที่ได้จากการวัดแบบมาตราช่วง (Rating Scale) โดยพิจารณาเป็นช่วงและใช้ค่าพิสัยของคะแนนเฉลี่ยตามสูตร อันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 27) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรโดยนำเสนอในรูปของคะแนนเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยการแปลความหมายของระดับคะแนนจะใช้เกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณากับความผูกพันต่อองค์กร และปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณากับความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ ใช้สถิติ One – way Anova ได้แก่ t-test และ F-test โดยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การใช้หลักสถิติดังกล่าวข้างต้น เป็นการยอมรับในระดับสากล ผลที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ และสามารถยอมรับ และใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิงได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจาก พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 347 คน จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และสามารถสรุปผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยขอเสนอประเด็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 เกณฑ์การแปลผล

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะงาน

4.3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการ

4.3.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

4.3.5 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

2 กลุ่ม การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลและการแปรความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงขอกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

\bar{x}	หมายถึง	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Sig.	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ
*	หมายถึง	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 เกณฑ์การแปรผล

4.21-5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
2.61-3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n=347)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	191	55.04
หญิง	156	44.96
รวม	347	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 22 ปี	17	4.90
22-30 ปี	160	46.11
31-40 ปี	74	21.33
41 ปีขึ้นไป	96	27.67
รวม	347	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6	12	3.46
ปวส./อนุปริญญา	64	18.44
ปริญญาตรี	249	71.76
สูงกว่าปริญญาตรี	22	6.34
รวม	347	100.00
สถานภาพครอบครัว		
โสด	268	77.24
สมรส	58	16.71
แยกกันอยู่	12	3.46
หย่าร้าง	9	2.59
รวม	347	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=347)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	30	8.65
15,001-30,000 บาท	196	56.48
30,001-45,000 บาท	92	26.51
40,001 บาทขึ้นไป	29	8.36
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		
ต่ำกว่า 1 ปี	60	17.29
1-3 ปี	84	24.21
4-6 ปี	52	15.00
7 ปีขึ้นไป	151	43.52
รวม	347	100.00
สายงานที่รับผิดชอบ		
สายข่าวโทรทัศน์	281	80.98
สายรายการโทรทัศน์	23	6.63
สายผู้ประกาศ	13	3.74
ฝ่ายโฆษณา	30	8.65
รวม	347	100.00

จากตารางที่ 4.1

ผลการวิเคราะห์พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 55.04 และเป็นเพศหญิง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 44.96

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุระหว่าง 22-30 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 160 คน คิดเป็นร้อยละ 46.11 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 22 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.90

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 71.76 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 18.44 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพโสด มีจำนวนทั้งสิ้น 268 คน คิดเป็นร้อยละ 77.24 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.71 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.59

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีจำนวนทั้งสิ้น 196 คน คิดเป็นร้อยละ 56.48 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.51 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,001 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.65

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 7 ปีขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 151 คน คิดเป็นร้อยละ 43.52 รองลงมาคือมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 1-3 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 24.21 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.29

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสายงานที่รับผิดชอบสายข่าวโทรทัศน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 281 คน คิดเป็นร้อยละ 80.98 รองลงมาคือมีสายงานที่รับผิดชอบโฆษณา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.65 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดมีสายงานที่รับผิดชอบสายผู้ประกาศ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.74

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.04 อายุระหว่าง 22-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.11 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.76 สถานภาพครอบครัวโสด คิดเป็นร้อยละ 77.24 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.43 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 7 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.52 และมีสายงานที่รับผิดชอบสายข่าวโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80.98 ตามลำดับ

4.3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะงาน

ตารางที่ 4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน

(n=347)

ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ปัจจุบันข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ทำงานตรงกับความรู้ความสามารถที่ต้องการ	3.50	0.81	ระดับมาก
2. งานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีคุณค่าและมั่นคง	3.56	0.67	ระดับมาก
3. งานที่ข้าพเจ้าทำมีความหลากหลาย	3.63	0.57	ระดับมาก
4. ข้าพเจ้าคิดว่างานของข้าพเจ้าเป็นงานที่ทำทนาย	3.65	0.62	ระดับมาก
5. ข้าพเจ้าได้รับโอกาสในการเรียนรู้ พัฒนาตนเอง และมีโอกาสเติบโตในอาชีพการงานที่ NBC	3.50	0.62	ระดับมาก
6. ข้าพเจ้ามีโอกาสดำใช้ความรู้ ความสามารถ และได้ทำงานสายงานที่ตรงกับความสามารถของข้าพเจ้า	3.36	0.84	ระดับปานกลาง
7. NBC มีอุปกรณ์และเครื่องมือ เพียงพอที่จะช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2.36	0.95	ระดับน้อย
8. ผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.28	1.00	ระดับปานกลาง
ผลรวมเฉลี่ย	3.36	0.76	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.2

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ข้าพเจ้าคิดว่างานของข้าพเจ้าเป็นงานที่ทำทนาย งานที่ข้าพเจ้าทำมีความหลากหลาย และงานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีคุณค่าและมั่นคง ($\bar{X} = 3.65$, 3.63 และ 3.56) ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้าพเจ้ามีโอกาสดำใช้ความรู้ ความสามารถ และได้ทำงานสายงานที่ตรงกับความสามารถของข้าพเจ้า และผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.36$ และ 3.28) ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ NBC มีอุปกรณ์และเครื่องมือ เพียงพอที่จะช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 2.36$) ตามลำดับ

4.3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการ

ตารางที่ 4.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความต้องการ

(n=347)

ปัจจัยด้านความต้องการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปรผล
1. ข้าพเจ้ารักษาสมดุลระหว่างหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัวได้อย่างดี	3.14	0.78	ระดับปานกลาง
2.สถานที่ทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะของงานที่ข้าพเจ้าทำ	3.17	0.83	ระดับปานกลาง
3.ข้าพเจ้าพึงพอใจต่ออัตราเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับในขณะนี้	2.60	0.89	ระดับน้อย
4.ข้าพเจ้าคิดว่าเงินเดือนที่ได้รับเหมาะสมกับปริมาณงานและความรับผิดชอบของข้าพเจ้า	2.61	0.91	ระดับปานกลาง
5.สวัสดิการที่ข้าพเจ้าได้รับ ตรงกับความต้องการของข้าพเจ้าและครอบครัว	2.82	0.79	ระดับปานกลาง
6.NBC เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือ ข้าพเจ้ามีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่ NBC	3.56	0.57	ระดับมาก
7.การทำงานของข้าพเจ้าไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตครอบครัว	3.16	0.79	ระดับปานกลาง
8. ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจในความมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีอันดีของ เพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา	3.47	0.85	ระดับมาก
9. ข้าพเจ้ารู้สึกว่างานของข้าพเจ้ามีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับ NBC	3.41	0.67	ระดับมาก
10.ข้าพเจ้าคิดว่าผู้บริหารในฝ่ายหรือในแผนกที่ข้าพเจ้าทำอยู่เป็นผู้นำที่ดีมีประสิทธิภาพ	2.80	0.91	ระดับปานกลาง
11.ข้าพเจ้าได้รับการอบรมพัฒนาความรู้ ความสามารถ จากบริษัทอย่างต่อเนื่อง	2.95	0.89	ระดับปานกลาง
12. ผู้บังคับบัญชาสนับสนุนข้าพเจ้า ในการพิจารณาความดีความชอบ การเลื่อนชั้น เลื่อนตำแหน่ง	3.14	0.78	ระดับปานกลาง
ผลรวมเฉลี่ย	3.07	0.81	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.3

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความต้องการ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ NBC เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือ ข้าพเจ้ามีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่ NBC ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจในความมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีอันดีของ เพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา และข้าพเจ้ารู้สึกว่า งานของข้าพเจ้ามีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับ NBC ($\bar{X} = 3.56$, 3.47 และ 3.41) ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ สถานที่ทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะของงานที่ข้าพเจ้าทำ การทำงานของข้าพเจ้าไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตครอบครัว และข้าพเจ้ารักษาสมดุลระหว่างหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัวได้ดี ($\bar{X} = 3.17$, 3.16 และ 3.14) ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ ข้าพเจ้าพึงพอใจต่ออัตราเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับในขณะนี้ ($\bar{X} = 2.60$) ตามลำดับ

4.3.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

(n=347)

ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ข้าพเจ้าทราบว่าคุณเจ้าถูกคาดหวังอะไรบ้างในการทำงาน	3.50	0.57	ระดับมาก
2. ข้าพเจ้ามีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม	2.73	0.88	ระดับปานกลาง
3. ในที่ทำงานข้าพเจ้ามีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ข้าพเจ้าทำได้ดีที่สุดทุกวัน	3.44	0.63	ระดับมาก
4. ในช่วง 7 วันที่ผ่านมาข้าพเจ้าได้รับการยกย่องหรือชมเชยในงานที่ออกมาดี	2.70	1.03	ระดับปานกลาง
5. ข้าพเจ้ามีหัวหน้า หรือคนที่คอยดูแลเอาใจใส่ข้าพเจ้า	3.23	0.97	ระดับปานกลาง
6. มีบางคนในที่ทำงานที่คอยสนับสนุนข้าพเจ้าให้ได้รับการพัฒนา	3.41	0.81	ระดับมาก
7. ในที่ทำงานความคิดเห็นของข้าพเจ้าได้รับการยอมรับ	3.37	0.76	ระดับปานกลาง
8. พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้ ข้าพเจ้ารู้สึกว่างานของ ข้าพเจ้านั้นสำคัญ	3.31	0.71	ระดับปานกลาง
9. เพื่อนร่วมงานหรือ ลูกน้องของข้าพเจ้าทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้งานมีคุณภาพ	3.65	0.58	ระดับมาก
10. ข้าพเจ้ามีเพื่อนที่ดีที่สุดในที่ทำงาน	3.71	0.48	ระดับมาก
11. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา มีคนในที่ทำงานพูดถึงความก้าวหน้าในงานของข้าพเจ้า	2.82	0.86	ระดับปานกลาง
12. เมื่อปีที่ผ่านมาข้าพเจ้ามีโอกาสที่เรียนรู้และเติบโตในที่ทำงาน	3.25	0.74	ระดับปานกลาง
ผลรวมเฉลี่ย	3.26	0.75	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.4

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ข้าพเจ้ามีเพื่อนที่ดีที่สุดในที่ทำงาน ข้าพเจ้าทราบว่าคุณเจ้าถูกคาดหวังอะไรบ้างในการทำงาน และในที่ทำงานข้าพเจ้ามีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ข้าพเจ้าทำได้ดีที่สุดทุกวัน ($\bar{X} = 3.71$, 3.50 และ 3.44) ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คือ ข้าพเจ้ามีหัวหน้า หรือคนที่คอยดูแลเอาใจใส่ข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม และในช่วง 7 วันที่ผ่านมาข้าพเจ้าได้รับการยกย่องหรือชมเชยในงานที่ออกมาดี ($\bar{X} = 3.23, 2.73$ และ 2.70 ตามลำดับ)

4.3.5 การทดสอบสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 1 พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับความผูกพันต่อองค์กร

เพศ	ความผูกพันต่อองค์กร				
	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	191	3.21	0.58	-2.250	0.000*
หญิง	156	3.33	0.42		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้ค่าสถิติ t-test สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นพนักงานที่มีเพศต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

เนื่องจากพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยปกติเพศหญิงเป็นเพศที่ละเอียดอ่อน ทั้งด้านความรู้สึก และ ความผูกพัน ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่เมื่อเพศหญิงอยู่ที่ไหนมักจะยึดติดและผูกพัน ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่เพศหญิงจะมีความผูกพันมากกว่าเพศชาย และ ในด้านการทำงาน เพศหญิงและเพศชาย ส่วนใหญ่มีลักษณะงานที่แตกต่างกัน แต่เพศหญิงอาจจะมีความใส่ใจในงานที่ปฏิบัติมากกว่าพนักงานที่เป็นเพศชาย หรือในทางกลับกัน พนักงานเพศชายอาจจะมีความถนัดในงานที่ปฏิบัติในแต่ละฝ่ายมากกว่าพนักงานที่เป็นเพศหญิง จึงส่งผลให้พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

ตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับความผูกพันต่อองค์กร

อายุ	ความผูกพันต่อองค์กร					
	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
ต่ำกว่า 30 ปี	17	3.57	0.31	8.481	0.000*	(1)>(2)
30-40 ปี	160	3.10	0.50			(3)>(2)
41-50 ปี	74	3.33	0.62			(4)>(2)
51 ปีขึ้นไป	96	3.43	0.38			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นบุคลากรที่มีอายุต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

จากการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 30 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่า พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี อายุ 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความผูกพันต่อองค์กร

ระดับการศึกษา	ความผูกพันต่อองค์กร				
	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6	12	3.11	0.30	2.048	0.153
ปวส./อนุปริญญา	64	3.34	0.54		
ปริญญาตรี	249	3.41	0.62		
สูงกว่าปริญญาตรี	22	3.25	0.35		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความผูกพันต่อองค์กรโดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.153 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นบุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพครอบครัวกับความผูกพันต่อองค์กร

สถานภาพครอบครัว	ความผูกพันต่อองค์กร					
	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
โสด	268	3.58	0.53	7.826	0.000*	(2)>(1)
สมรส	58	3.53	0.48			(3)>(1)
แยกกันอยู่	12	3.19	0.35			
หย่าร้าง	9	3.31	0.33			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพครอบครัวกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นบุคลากรที่มีสถานภาพครอบครัวต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

จากการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพครอบครัวโสด จะมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่า พนักงานที่มีสถานภาพครอบครัว สมรส และแยกกันอยู่ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความผูกพันต่อองค์กร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความผูกพันต่อองค์กร					คู่ที่แตกต่าง
	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	30	3.15	0.23	6.100	0.000*	(4)>(1)
15,001-30,000 บาท	196	3.26	0.53			(4)>(2)
30,001-45,000 บาท	92	3.18	0.54			(4)>(3)
40,001 บาทขึ้นไป	29	3.61	0.34			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นบุคลากรที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

จากการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-30,000 บาท และ 30,001-45,000 บาท

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กร

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	ความผูกพันต่อองค์กร					
	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	คู่ที่แตกต่าง
ต่ำกว่า 1 ปี	60	3.15	0.54	9.110	0.000*	(3)>(1)
1-3 ปี	84	3.00	0.46			(4)>(1)
4-6 ปี	52	3.65	0.30			(3)>(2)
7 ปีขึ้นไป	151	3.32	0.50			(3)>(4)

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นบุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

จากการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 4-6 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่า 1 ปี 1-3 ปี และ 7 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสายงานที่รับผิดชอบกับความผูกพันต่อองค์กร

สายงานที่รับผิดชอบ	ความผูกพันต่อองค์กร				
	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
สายข่าวโทรทัศน์	281	3.21	0.51	3.135	0.102
สายรายการโทรทัศน์	23	3.45	0.43		
สายผู้ประกาศ	13	3.77	0.16		
ฝ่ายโฆษณา	30	3.41	0.57		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสายงานที่รับผิดชอบกับความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.102 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นบุคลากรที่มีสายงานที่รับผิดชอบต่างกัน จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนการพิจารณาว่าตัวแปร 2 ตัวนั้น มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และสัมพันธ์กันในระดับใดพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เกณฑ์การแปลผลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (แสงเดือน วนิชดำรงศักดิ์, 2555) มีดังนี้

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	สูงมาก
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง
0.41 – 0.60	ปานกลาง
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ
0.01 – 0.20	ต่ำมาก

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความเข้าใจงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความเข้าใจงาน กับความผูกพันต่อองค์กร	ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความเข้าใจงาน	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 .374 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.374 .000 347

ความหมายตารางที่ 4.12

ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.374 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร	ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านลักษณะงาน	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 .684 347 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.684 1 .000 .

ความหมายตารางที่ 4.13

ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.684 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความท้าทาย ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความท้าทาย กับความผูกพันต่อองค์กร	ปัจจัยด้านลักษณะงานของ พนักงาน ด้านความท้าทาย	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 .266 347 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.266 .000 347 1 . 347

ความหมายตารางที่ 4.14

ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน ฝ่ายรายการและฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.266 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านโอกาสในการก้าวหน้า ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า กับ ความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านโอกาสในการก้าวหน้า กับความผูกพันต่อองค์กร		ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านโอกาสในการก้าวหน้า	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 . 347	.679 .000 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.679 .000 347	1 . 347

ความหมายตารางที่ 4.15

ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.679 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 แสดงตามผลดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร		ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	Pearson	1	.658
ของพนักงาน บริษัท	Correlation	.	.000
เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์	Sig.(2-tailed)	347	347
ปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน)	N		
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson	.658	1
	Correlation	.000	.
	Sig.(2-tailed)	347	347
	N		

ความหมายตารางที่ 4.16

ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.658 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านคุณภาพชีวิต ของ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร	ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านคุณภาพชีวิต	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 .344 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.344 .000 347 1 .347

ความหมายตารางที่ 4.17

ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.344 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านผลตอบแทน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทน กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ด้านผลตอบแทน กับความผูกพันต่อองค์กร	ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ด้านผลตอบแทน	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทน	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 .206 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.206 .000 347 1 . 347

ความหมายตารางที่ 4.18

ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทน กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.206 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทน และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ความผูกพันองค์กร		ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร	ความผูกพันองค์กร
ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร	Pearson Correlation	1	.552
	Sig.(2-tailed)	347	.000
	N		347
ความผูกพันองค์กร	Pearson Correlation	.552	1
	Sig.(2-tailed)	.000	.
	N	347	347

ความหมายตารางที่ 4.19

ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.552 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านทัศนคติ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านทัศนคติต่อองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร		ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านทัศนคติต่อองค์กร	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 . 347	.621 .000 347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.621 .000 347	1 . 347

ความหมายตารางที่ 4.20

ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.621 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

สมมติฐานที่ 3.5 ปัจจัยด้านความต้องการ ด้านความสำคัญต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับ ความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับความน่าเชื่อถือขององค์กร		ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ด้านความสำคัญต่อองค์กร	ความผูกพันองค์กร
ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	1 . 347	.677 .000 347
ความผูกพันองค์กร	Pearson Correlation Sig.(2-tailed) N	.677 .000 347	1 . 347

ความหมายตารางที่ 4.21

ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.677 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 แสดงตามผลดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร	ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	ความผูกพันต่อองค์กร
ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	Pearson	1
	Correlation	.691
	Sig.(2-tailed)	.000
	N	347
ความผูกพันต่อองค์กร	Pearson	.691
	Correlation	.000
	Sig.(2-tailed)	347
	N	1

ความหมายตารางที่ 4.22

ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร จากตาราง โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน

โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.691 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

บทที่ 5

สรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เรื่อง “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของ พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คือ พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 347 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูล ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติ t-test สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of variance (F-test) สำหรับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.04 อายุระหว่าง 22-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.11 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.76 สถานภาพครอบครัวโสด คิดเป็นร้อยละ 77.24 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.43 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 7 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.52 และมีสายงานที่รับผิดชอบสายข่าวโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80.98 ตามลำดับ

5.1.2 ปัจจัยด้านลักษณะงาน

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ข้าพเจ้าคิดว่างานของข้าพเจ้าเป็นงานที่ท้าทาย งานที่ข้าพเจ้าทำมีความหลากหลาย และงานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีคุณค่าและมั่นคง ($\bar{X} = 3.65, 3.63$ และ 3.56) ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้าพเจ้ามีโอกาสได้ใช้ความรู้ ความสามารถ และได้ทำงานสายงานที่ตรงกับความสามารถของข้าพเจ้า และผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.36$ และ 3.28) ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ NBC มีอุปกรณ์และเครื่องมือ เพียงพอที่จะช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 2.36$) ตามลำดับ

5.1.3 ปัจจัยด้านความต้องการ

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความต้องการ ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ NBC เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือ ข้าพเจ้ามีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่ NBC ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจในความมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีอันดีของเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา และข้าพเจ้ารู้สึกว่างานของข้าพเจ้ามีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับ NBC ($\bar{X} = 3.56, 3.47$ และ 3.41) ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ สถานที่ทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะของงานที่ข้าพเจ้าทำ การทำงานของข้าพเจ้าไม่ใช่อุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตครอบครัว และข้าพเจ้ารักษาสมาคมระหว่างหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัวได้อย่างดี ($\bar{X} = 3.17, 3.16$ และ 3.14) ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ ข้าพเจ้าพึงพอใจต่ออัตราเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับในขณะนี้ ($\bar{X} = 2.60$) ตามลำดับ

5.1.4 ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ข้าพเจ้ามีเพื่อนที่ดีที่สุดในที่ทำงาน ข้าพเจ้าทราบว่าข้าพเจ้าถูกคาดหวังอะไรบางอย่างในการทำงาน และในที่ทำงานข้าพเจ้ามีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ข้าพเจ้าทำได้ดีที่สุดทุกวัน ($\bar{X} = 3.71, 3.50$ และ 3.44) ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้าพเจ้ามีหัวหน้า หรือคนที่คอยดูแลเอาใจใส่ข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม และในช่วง 7 วันที่ผ่านมาข้าพเจ้าได้รับการยกย่องหรือชมเชยในงานที่ออกมาดี ($\bar{X} = 3.23, 2.73$ และ 2.70 ตามลำดับ)

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรไม่ต่างกัน ส่วนพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน จะปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน			
	t-test	F - test	Sig.	แปลผล
เพศ	-2.250	-	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
อายุ	-	8.481	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	-	2.048	0.153	ปฏิเสธสมมติฐาน
สถานภาพครอบครัว	-	7.826	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-	6.100	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	-	9.110	0.000*	ยอมรับสมมติฐาน
สายงานที่รับผิดชอบ	-	3.135	0.102	ปฏิเสธสมมติฐาน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5.1 พบว่า

ผลการทดสอบสมมติฐาน พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกันสรุปได้ดังนี้

เพศ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ t-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.153 จึงปฏิเสธสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานภาพครอบครัว ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างสถานภาพครอบครัวกับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สายงานที่รับผิดชอบ ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างสายงานที่รับผิดชอบกับมีความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สถิติ F-test พบว่า ในภาพรวมมีค่า Significant level มากกว่า 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.102 จึงปฏิเสธสมมติฐานอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอด แคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี ระดับการศึกษา และสายงานที่รับผิดชอบต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอด แคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันองค์กร ของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน จากการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า

พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน เนื่องจากพนักงาน ฝ่ายรายการ และ ฝ่ายขาย บริษัท เนชั่น บรอดแคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยปกติด้านพฤติกรรมเพศหญิงเป็นเพศที่ละเอียดอ่อน ทั้งด้านความรู้สึก และ ความผูกพัน ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่เมื่อเพศหญิงอยู่ที่ไหนมักจะยึดติดและผูกพัน ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่เพศหญิงจะมีความผูกพันมากกว่าเพศชาย และ ในด้านการทำงาน เพศหญิงและเพศชาย ส่วนใหญ่มีลักษณะงานที่แตกต่างกัน แต่เพศหญิงอาจจะมีใจในงานที่ปฏิบัติมากกว่าพนักงานที่เป็นเพศชาย หรือในทางกลับกัน พนักงานเพศชายอาจจะมีความถนัดในงานที่ปฏิบัติในแต่ละฝ่ายมากกว่าพนักงานที่เป็นเพศหญิง จึงส่งผลให้พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีเพศต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

พนักงาน บริษัท เนชั่นบรอดแคสตีง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จะมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่า พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

อายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป เนื่องจากพนักงานที่อายุระหว่าง 30-40 ปี อาจจะมี ความใส่ใจกับงานที่ปฏิบัติ หรือให้ความสำคัญกับองค์กรน้อยกว่า พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี อายุ ระหว่าง 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป จึงส่งผลให้พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอร์ เรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีอายุต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีสถานภาพ ครอบครัวต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วย วิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพครอบครัวโสด จะมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่า พนักงานที่มีสถานภาพครอบครัว สมรส และแยกกันอยู่ เนื่องจากพนักงานที่มีสถานภาพครอบครัว โสด อาจจะไม่ต้องรับผิดชอบต่อครอบครัว เหมือนสถานภาพสมรส หรือแยกกันอยู่ เช่น อาจจะไม่ มีบุตร ที่ต้องดูแล ทำให้ไม่กังวล หรือไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ได้แก่นในเรื่องการทำงาน ในองค์กร พร้อม จะเปลี่ยนงาน หรือพร้อมจะเริ่มงานใหม่ สถานที่ใหม่ โดยไม่ต้องกังวลว่า อุปสรรคข้างหน้าจะมีอะไร ดังนั้นอาจจะทำให้มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่า พนักงานที่มีสถานภาพครอบครัว สมรส และ แยกกันอยู่ จึงส่งผลให้พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มี สถานภาพครอบครัวต่างกัน ความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน จะมีความผูกพันต่อองค์กรต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และระหว่าง 30,001-45,000 บาท เนื่องจากพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมา 45,001 บาทขึ้นไป อาจจะเป็น เพราะพนักงานกลุ่มนี้มีระดับรายได้ที่ค่อนข้างสูง หรือ บางคนอาจจะอยู่กับองค์กรมานานจึงไม่คิด เปลี่ยนงาน ทำให้มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และระหว่าง 30,001-45,000 บาท จึงส่งผลให้พนักงาน ฝ่าย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ความ ผูกพันต่อองค์กรต่างกัน

5.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่ามีค่า 0.658 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

ตารางที่ 5.2 สรุปผลสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 2	Pearson Correlation	Asymp Sig. (2-tailed)
สมมติฐานที่ 2.1 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน กับความผูกพันต่อองค์กร	0.374 (ระดับค่อนข้างต่ำ)	0.000
สมมติฐานที่ 2.2 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร	0.684 (ระดับค่อนข้างสูง)	0.000
สมมติฐานที่ 2.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย กับความผูกพันต่อองค์กร	0.266 (ระดับค่อนข้างต่ำ)	0.000
สมมติฐานที่ 2.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า กับความผูกพันต่อองค์กร	0.679 (ระดับค่อนข้างสูง)	0.000

จากตารางที่ 5.2 พบว่า

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความเข้าใจงาน กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.374 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านลักษณะงาน กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.684 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความท้าทาย กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.266 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านโอกาสในการก้าวหน้า กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.679 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

5.1.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่ามีค่า 0.691 ซึ่งแสดงว่า ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ฝ่ายรายการและฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

ตารางที่ 5.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการของพนักงาน ฝ่ายรายการและฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 3	Pearson Correlation	Asymp Sig. (2-tailed)
สมมติฐานที่ 3.1 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร	0.344 (ระดับค่อนข้างต่ำ)	0.000
สมมติฐานที่ 3.2 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทน กับความผูกพันต่อองค์กร	0.206 (ระดับค่อนข้างต่ำ)	0.000

สมมติฐานที่ 3	Pearson Correlation	Asymp Sig. (2-tailed)
สมมติฐานที่ 3.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร	0.552 (ระดับปานกลาง)	0.000
สมมติฐานที่ 3.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน ฝ่ายรายการ และฝ่ายขายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร	0.621 (ระดับค่อนข้างสูง)	0.000
สมมติฐานที่ 3.5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร	0.677 (ระดับค่อนข้างสูง)	0.000

จากตารางที่ 5.3 พบว่า

สมมติฐานย่อยที่ 3.1 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านคุณภาพชีวิต กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.344 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 3.2 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านผลตอบแทน กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.206 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.552 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านทัศนคติต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.621 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

สมมติฐานย่อยที่ 3.5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านความต้องการงานของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ด้านความสำคัญต่อองค์กร กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation หรือค่า r) ที่ 0.677 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

5.2 อภิปรายผลวิจัย

จากผลการวิจัย “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 ผู้วิจัยพบว่า พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ อายุในการทำงานในองค์กร ส่วนระดับการศึกษาและ สายงานที่รับผิดชอบ ไม่มีความสัมพันธ์ต่ออิทธิพลในความผูกพันต่อองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี วงศ์คำแน่น (2537) ศึกษาเรื่องของความผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงานสายงานสนับสนุนการปฏิบัติงาน การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย โดยมีผลการวิจัย ปรากฏดังนี้

ปัจจัยส่วนตัวที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร คือเพศ อายุ สถานภาพสมรส อายุ ทำงานในองค์กร ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานไม่มีความสัมพันธ์ต่ออิทธิพลในความผูกพันในองค์กร ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวกับงานที่มีความผูกพันในองค์กรได้แก่ ความสำคัญของลักษณะงาน ความท้าทายของงาน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนความเข้าใจหน้าที่และบทบาทในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ต่ออิทธิพลในความผูกพันขององค์กร

- เพศแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ฮีบิเนียค และ อลิตโต้ (Hrebiniak and Alutto.1972 : 1-14) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความผูกพันต่อองค์กรกับประสิทธิผลขององค์กรพบว่า ในด้านเพศมีความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กร โดยที่ผู้หญิงมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าผู้ชาย Mowday ได้อธิบายว่า อาจเป็นเพราะว่าผู้หญิงต้องการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของตน สถานภาพสมาชิกในองค์กรจึงสำคัญต่อผู้หญิงมาก ทำให้ผู้หญิงมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าจึงเปลี่ยนงานน้อย

- อายุต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สร้อยตระกูล (เทียนนทร์) อรรถมานะ (2545 : 137) ได้กล่าวถึง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานโดยตรง หรือสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานมีอยู่หลายตัว ซึ่งหนึ่งในนั้นกล่าวถึงอายุ ดังนี้ “อายุ เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีอายุมากขึ้นๆ ตำแหน่งหน้าที่การงานมักจะสูงขึ้นตามไปด้วยดังนั้น เขาจึงมีแนวโน้มที่จะพอใจในงานของเขามากขึ้น ซึ่งก็มีเหตุผลหลายประการ เช่น ความคาดหวังในระดับต่ำ และการปรับตัวกับสภาวะการณ์ในการทำงานที่ดีขึ้น เพราะเขามีประสบการณ์มากขึ้นนั่นเอง อย่างไรก็ตามก็ปรากฏว่าบุคคลวัยกลางคนอาจจะหวั่นไหว มีความไม่แน่นอนใน ตำแหน่งหน้าที่ที่ตนครองอยู่ ทั้งนี้เพราะสถานภาพ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเขา สถานภาพสูงย่อมทำให้บุคคลรู้สึกที่มีความสำคัญ สำหรับผู้ปฏิบัติงานที่มีอายุการทำงานน้อย มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจน้อยกว่า ทั้งนี้เพราะการมีความคาดหวังมาก มีการปรับตัวน้อยและอื่นๆ แนวโน้มดังกล่าวนี้ ปรับใช้ได้ทั้งนักบริหารและผู้ปฏิบัติงาน”

- ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน จากการศึกษาของ Steer and Porter (1983 อ้างถึงใน ภัทรวิฑูรย์ สิทธิศาสตร์, 2542, หน้า 43-44) พบว่าผลของความผูกพันต่อองค์กรต่อดังนี้” ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร (Tenure in Organization) พนักงานที่มีความผูกพันอยู่ในระดับสูงต้องการที่จะอยู่ในองค์กร มีการศึกษาพบว่าระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น จะมีความสัมพันธ์กับการผูกพันต่อองค์กร จึงเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก”

5.2.2 ผู้วิจัยพบว่า พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ส่วนมากมีปัจจัยด้านลักษณะงานที่คิดว่างานที่ปฏิบัติอยู่นั้นเป็นงานที่ ทำหาย มีความหลากหลาย และเป็นงานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีคุณค่าและมั่นคง มีโอกาสได้ใช้ความรู้ ความสามารถทำงานตามสายงานที่ตรงกับความสามารถของตนเอง ผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์และเครื่องมืออย่างเพียงพอที่จะช่วยส่งเสริมให้การทำงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

มาร์ติน และ ฮาเฟอร์ (Martin and Hafer. 1995 : 106 – 111) ได้ศึกษาถึงการเชื่อมโยงระหว่าง การเปลี่ยนแปลงและการมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กรพบว่าการมีส่วนร่วมในงานและความผูกพันต่อองค์กรมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงงานพบว่าความต้องการภายใน (Intrinsic Needs) เช่น งานที่ท้าทาย ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมในงาน ความต้องการภายนอก (Extrinsic Needs) เช่น ค่าจ้าง,สวัสดิการ และโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง มีผลต่อทัศนคติต่อความผูกพันต่อองค์กร และยังพบอีกว่าการ ออกแบบงานใหม่ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองมากขึ้นจะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมในงานให้มากขึ้นอีกด้วย

5.2.3 ผู้วิจัยพบว่า พนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ส่วนมากมีปัจจัยด้านความต้องการที่จะให้ NBC เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือ มีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่ NBC รู้สึกพอใจในความมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีอันดีของเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา และรู้สึกว่างานที่ได้รับมอบนั้นมีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับ NBC การทำงานไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตครอบครัว และยังรักษาสมดุล

ระหว่างหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัวได้อย่างดี มีความพึงพอใจต่ออัตราเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับในขณะนี้ ซึ่งสอดคล้องกับ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) พลเรือตรี ดร.วิโรจน์ พیمانมาศสุริยา (2551:5-8) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการ (Need hierarchy theory) ของ มาสโลว์ (Maslow, 1954) ว่ามนุษย์ทุกคนเมื่อเกิดขึ้นมา ล้วนต้องมีสัญชาตญาณการต่อสู้เพื่อเอาชีวิตรอด เป็นพื้นฐานทั้งร่างกายและจิตใจ ตามทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของ Maslow แรกเริ่มที่ตั้งทฤษฎีนี้ มาจากการสังเกตในขอบข่ายของจิตวิทยาคลินิกต่อมาราวปี ค.ศ. 1960 ใช้เป็นแบบแผนพฤติกรรมของมนุษย์ ต่อจากนี้ ก็มีการนำไปใช้ในวงการบริหาร และ ในกิจการอุตสาหกรรมทฤษฎีของ Maslow นี้ประกอบด้วยความต้องการตามลำดับความสำคัญและความจำเป็นอยู่ 5 ชั้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ปารีชาติ บัวเป็ง (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท ไต่กิน อินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด) พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน คือ ด้านความรู้สึก รองลงมา คือด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านความต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรรัตน์ แก้วจันทร์ทอง (2550: บทคัดย่อ) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ได้แก่ นโยบาย การบังคับบัญชา สัมพันธภาพกับผู้บังคับบัญชา สัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน บรรยากาศการทำงาน เงินเดือนและสวัสดิการ ความมั่นคงในการทำงาน ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในการทำงาน ความเจริญเติบโตในตนเองและอาชีพ ภาพลักษณ์ของบริษัท อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันต์ฤทัย ลิ้มวีรพันธ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) พบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านองค์การเป็นที่ถึงได้ รองลงมาคือ ด้านสัมพันธภาพกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และด้านภาวะผู้นำ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความต้องการ ตลอดจนปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร พบว่าโดยภาพรวมมีผลความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกแต่ละปัจจัยสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะงาน ภาพรวมความคิดเห็นของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ งานที่ทำหาย ความหลากหลายมีคุณค่าและมั่นคง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีโอกาสได้ใช้ความรู้ ความสามารถ ทำงานสายงานที่ตรงกับความสามารถ อิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ NBC มีอุปกรณ์และเครื่องมือ เพียงพอที่จะช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านความต้องการ ภาพรวมความคิดเห็นของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นในระดับมากได้แก่ เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือ ความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่ NBC เป็นต้น ส่วนความคิดเห็นระดับปานกลาง สถานที่ทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะงานที่ทำ

การรักษาความสมดุลระหว่างหน้าที่การงานและชีวิตส่วนตัว ส่วนความคิดเห็นในระดับน้อย ความพึงพอใจต่ออัตราเงินเดือนและผลตอบแทน

ปัจจัยด้านความผูกพัน ภาพรวมความคิดเห็นพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ความรู้สึกดีกับ เจ้านาย และ เพื่อร่วมงาน ตลอดจนโอกาสที่ได้รับ ความคิดเห็นระดับปานกลาง ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสม การได้รับการยกย่องชมเชยจากผลงานที่ทำ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านต่าง ๆ เหล่านี้ มีผลกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานและผลประกอบการขององค์กร ดังนั้นในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายขององค์กร จึงต้องมีการฝึกอบรมให้กับพนักงาน เพื่อให้ความรู้ ทำความเข้าใจ ในปัจจัยและสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น หรือที่บริษัทกำลังประสบอยู่ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมความผูกพันในองค์กรให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะทางการบริหาร

- ควรมีการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทอื่นๆ ใน กลุ่มธุรกิจเดียวกัน เพื่อสื่อ และนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบว่าสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการบริหารและพัฒนาองค์กร

- ควรมีการจัดทำเอกสารหรือจุลสารเผยแพร่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรให้กับพนักงาน ได้รับทราบ

- ควรมีการสร้างเจตคติที่ดีต่อความผูกพันต่อองค์กรให้กับพนักงานและบุคลากรทุกฝ่ายได้ รับรู้และเข้าใจ เพื่อเสริมสร้างการทำงานที่มีคุณค่าให้กับองค์กรต่อไป

- ผู้บริหารควรนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากร เช่น ให้ทุนสนับสนุนแก่บุคลากรในการศึกษาต่อ หรือการให้บุคลากรสามารถลาศึกษาต่อได้ เพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสร้างความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่สูงขึ้น

5.3.3 ข้อเสนอแนะทางการต่อไปการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป หากต้องการข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อขยายผลการศึกษาให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

- 1) ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านความต้องการที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กัน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม และสามารถนำมาเป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุง

- 2) ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านความต้องการ และความผูกพันต่อองค์กรกับปัจจัยอื่น เช่น ภาวะผู้นำ การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร การบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรต่อไป

บรรณานุกรม

- กานดา จันทรไฉ่, 2538. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรกับการไม่มาทำงานของพนักงานในสถานีวิจัยโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ จิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จารุณี วงศ์แน่น, 2537. ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายงานสนับสนุนการปฏิบัติงานการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จีระ วีระธรรมสาธิต, 2532. ความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนก/เทียบเท่าของเครือซีเมนต์ไทย. วิทยานิพนธ์ ร.ป.ม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ธีรภัทร ชัดิยะหล้า, 2555. คุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบลป่าสัก อำเภอเมือง. ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่.
- ปาริชาติ บัวเป็ง, 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไต่กิน อินดัสทรี ประเทศไทย (จำกัด). สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2542. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พิทยา บวรวัฒนา, 2541. ทฤษฎีองค์การสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิทยา โภคา, 2552. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ภรณ์ กীরติบุตร, 2529. การประเมินผลองค์กร. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- ภัทริกา ศิริเพชร, 2541. ความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษากรณี บริษัท ธนากรผลิตภัณฑ์ น้ำมันพืช จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม)สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มนชัย อรพิมพ์, 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.
- สันต์ฤทัย ลิ้มวีรพันธ์, 2550. ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ระยองเพียวฟายเออร์ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ, 2541. พฤติกรรมองค์กร : ทฤษฎีและการประยุกต์พิมพ์ ลักษณะ, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- แสง รัตนมงคลมาศ และคณะ, 2528. การสรรหา การคงอยู่และการลาออกจากอาชีพข้าราชการ อาจารย์มหาวิทยาลัย : บทวิเคราะห์เชิงทัศน์. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2544. ภาวะผู้นำ : ทฤษฎีและการปฏิบัติ. เชียงราย. สถาบันราชภัฏเชียงราย.
- โสภณ ทรัพย์มากอุดม, 2533. ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร: ศึกษากรณีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิชัย แหวนเพชร, 2543. มนุษย์สัมพันธ์ในการบริหารอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : ธรรมมล.
- Allen, N.J., and Meyer, J.P. (et al). 1990 “The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization.” *Journal of Occupational Psychology*. 63 : 1-8.
- Buchanan, B. 1974. Building Organizational Commitment : The Socialization of Managers In Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*. 19, 4 : 535-546.
- Gubman, E.L. 2003 Increasing and measuring engagement. Retrieved December 21, 2008, Form <http://www.gubmanconsulting.com/wring-increasing.html>
- Sheldon, Mary E. 1971. Investments and Involvements as Mechanisms Producing Commitment to the Organization. *Administrative Science Quarterly*. 16, 2 (June): 143 E 150.
- Marc, James G., and Simon, Herbert A. Organizations New York : John Wiley, 1958. The Lottery. London : J. Watts, 1732.
- Marsh, R. M. and Mannari, H. 1997. Organizational Commitment and Turnover : a Prediction Study. *Administrative Science Quarterly*. 22, 1 (March): 57-75.
- Meyer, J.P. et al. 1990 Affective and continuance commitment to the organization: Evaluation Of measures and analysis of concurrent and time lagged relations. *Journal of Applied Psychology*. (75): 710-720.
- Mowday, R. T.; Steers, R. M. and Porter, L. W. 1979. The Measure of Organization Commitment. *Journal of Vocational Behavior*. 14, 2 (April): 224-247.
- Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday, R.T., Boulian. 1974. Organizational commitment, job Satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, 604.

ภาคผนวก



แบบสอบถามการวิจัย

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายรายการและฝ่ายโฆษณา
บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ : EX MBA มหาวิทยาลัยเนชั่น โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- | | |
|-----------|-----------------------------------|
| ส่วนที่ 1 | ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ปัจจัยด้านลักษณะงาน |
| ส่วนที่ 3 | ปัจจัยด้านความต้องการ |
| ส่วนที่ 4 | ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร |
| ส่วนที่ 5 | ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ |

โปรดพิจารณาและตอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง และความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้องของงานวิจัย โดยผู้วิจัยถือว่าคำตอบของท่านเป็นข้อมูลอันมีค่าอย่างยิ่งและจะสงวนไว้เป็นความลับ และจะนำเสนอในภาพรวมสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

ขอขอบพระคุณอย่างสูง
วรารักษ์ ลีเลิศพันธ์
ผู้เขียน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบให้ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่านให้ถูกต้องมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 22 ปี

22-30 ปี

31 - 40 ปี

41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่า ม. 6

ปวส./อนุปริญญา

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพครอบครัว

โสด

สมรส

แยกกันอยู่

หย่าร้าง

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 15,000 บาท

15,001 – 30,000 บาท

30,001 - 45,000 บาท

45,001 บาทขึ้นไป

6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ต่ำกว่า 1 ปี

1-3 ปี

4-6 ปี

7 ปีขึ้นไป

7. สายงานที่รับผิดชอบ

สายข่าวโทรทัศน์

สายรายการโทรทัศน์

สายผู้ประกาศ

ฝ่ายโฆษณา

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบให้ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

- | | | |
|---|-------------|--------------------|
| 5 | หมายความว่า | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายความว่า | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายความว่า | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.ด้านความเข้าใจงาน					
1.1 ปัจจุบันข้าพเจ้าได้รับมอบหมายให้ทำงานตรงกับความรู้ความสามารถที่ต้องการ					
1.2 งานที่ปฏิบัติเป็นงานที่มีคุณค่าและมั่นคง					
2.ด้านลักษณะงาน					
2.1 ข้าพเจ้ามีโอกาสได้ใช้ความรู้ ความสามารถ และได้ทำงานสายงานที่ตรงกับความสามารถของข้าพเจ้า					
2.2 NBC มีอุปกรณ์และเครื่องมือ เพียงพอที่จะช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
3.ด้านความท้าทาย					
3.1 งานที่ข้าพเจ้าทำมีความหลากหลาย					
3.2 ข้าพเจ้าคิดว่างานของข้าพเจ้าเป็นงานที่ท้าทาย					
4.ด้านโอกาสในการก้าวหน้า					
4.1 ข้าพเจ้าได้รับโอกาสในการเรียนรู้ พัฒนาตนเอง และมีโอกาสเติบโตในอาชีพการงานที่ NBC					
4.2 ผู้บังคับบัญชาให้อิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบให้ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

5	หมายความว่า	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายความว่า	เห็นด้วยมาก
3	หมายความว่า	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อย
1	หมายความว่า	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านความต้องการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.ด้านคุณภาพชีวิต					
1.1 สวัสดิการที่ข้าพเจ้าได้รับ ตรงกับความต้องการของข้าพเจ้าและครอบครัว					
1.2 การทำงานของข้าพเจ้าไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตครอบครัว					
2.ด้านผลตอบแทน					
2.1 ข้าพเจ้าพึงพอใจต่ออัตราเงินเดือนหรือผลตอบแทนที่ได้รับในขณะนี้					
2.2 ข้าพเจ้าคิดว่าเงินเดือนที่ได้รับเหมาะสมกับปริมาณงาน และความรับผิดชอบของข้าพเจ้า					
3.ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร					
3.1 NBC เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือ ข้าพเจ้ามีความภาคภูมิใจที่ได้ทำงานที่ NBC					
3.2 ข้าพเจ้ารู้สึกว่าคุณภาพของงานของข้าพเจ้ามีความสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับ NBC					
4.ด้านทัศนคติต่อองค์กร					
4.1 ข้าพเจ้ารู้สึกพอใจในความมีน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีอันดีของเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา					
4.2 ข้าพเจ้าคิดว่าผู้บริหารในฝ่ายหรือในแผนกที่ข้าพเจ้าทำอยู่ เป็นผู้นำที่ดีมีประสิทธิภาพ					

ปัจจัยด้านความต้องการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5.ด้านความสำคัญต่อองค์กร					
5.1 ข้าพเจ้าได้รับการอบรมพัฒนาความรู้ ความสามารถจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง					
5.2 ผู้บังคับบัญชาสนับสนุนข้าพเจ้า ในการพิจารณา ความดี ความชอบ การเลื่อนชั้น เลื่อนตำแหน่ง					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบให้ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

- | | | |
|---|-------------|--------------------|
| 5 | หมายความว่า | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายความว่า | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายความว่า | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายความว่า | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ข้าพเจ้าทราบว่าข้าพเจ้าถูกคาดหวังอะไรบ้างในการทำงาน					
2. ข้าพเจ้ามีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม					
3. ในที่ทำงานข้าพเจ้ามีโอกาสได้ทำในสิ่งที่ข้าพเจ้าทำได้ดีที่สุดในทุกวัน					
4. ในช่วง 7 วันที่ผ่านมาข้าพเจ้าได้รับการยกย่องหรือชมเชยในงานที่ออกมาดี					
5. ข้าพเจ้ามีหัวหน้า หรือคนที่คอยดูแลเอาใจใส่ข้าพเจ้า					
6. มีบางคนในที่ทำงานที่คอยสนับสนุนข้าพเจ้าให้ได้รับการพัฒนา					
7. ในที่ทำงานความคิดเห็นของข้าพเจ้าได้รับการยอมรับ					

ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
8. พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้ ข้าพเจ้ารู้สึกว่างานของข้าพเจ้านั้นสำคัญ					
9. เพื่อนร่วมงานหรือ ลูกน้องของข้าพเจ้าทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้งานมีคุณภาพ					
10. ข้าพเจ้ามีเพื่อนที่ดีที่สุดในที่ทำงาน					
11. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา มีคนในที่ทำงานพูดถึงความก้าวหน้าในงานของข้าพเจ้า					
12. เมื่อปีที่ผ่านมามีโอกาสที่เรียนรู้และเติบโตในที่ทำงาน					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางวรารักษ์ ธีเลิศพันธ์
วัน เดือน ปี เกิด	วันพฤหัสบดีที่ 8 สิงหาคม 2512
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนราชวินิต บางแก้ว ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	ปี พ.ศ. 2536 - 2553 บริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ปี พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน บริษัท เนชั่นโปรดักส์ดีจิทัล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)