

แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร :
กรณีศึกษา พนักงานบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

MOTIVATION ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF EMPLOYEES IN PRUKSA REAL ESTATE
PUBLIC COMPANY LIMITED

นางสาวสรลาลี ขุนเพ็ง

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) องค์กร เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือ แรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน

ผลการศึกษาพบว่า

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่อยู่ในสังกัดสายงาน CMO Group Corporate Marketing เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 22-34 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาการทำงานในองค์กร 2-5 ปี มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

แรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .591, p < .01$) และแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .573, p < .01$) จากผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและด้านปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

พบว่า มีตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรมีจำนวน 2 ตัวแปร คือ แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 2 ตัว ได้ร้อยละ 40.2 สามารถร่วมกันทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) สามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งในปัจจัยจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสำเร็จในการทำงานของบุคคลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยค้ำจุนด้านความมั่นคงในการทำงาน และนโยบายการบริหารงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะ

1. สร้างค่านิยมที่จะเป็นดีเอ็นเอสำคัญในการหล่อหลอมบุคลากรในองค์กร ให้มีพฤติกรรมที่พร้อมส่งมอบนวัตกรรมสินค้าและบริการที่ตอบสนองเป้าหมายในชีวิตที่แตกต่างกันของลูกค้าได้อย่างลงตัวและสมบูรณ์ที่สุด เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
2. ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพ ให้เห็นมุมมองการทำงานของบุคลากรในองค์กร เพื่อมุ่งที่จะรักษาและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่มีคุณภาพไว้อยู่กับองค์กรต่อไป
3. องค์กรควรจัดการพัฒนาในด้าน Innovation and Data Tech เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบใหม่ ตอบโจทย์ลูกค้าให้ครบในทุกมิติ และพัฒนา Data Science ในการวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้าพร้อมทั้งนำเสนอ Solution ที่ตอบโจทย์ รวมไปถึงการเพิ่มขีดความสามารถของ Digital Marketing ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร : กรณีศึกษา พนักงานบริษัท พกษา เรียด เอสเตท จำกัด (มหาชน)

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The “MOTIVATION ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF EMPLOYEES IN PRUKSA REAL ESTATE PUBLIC COMPANY LIMITED” The purposes of the research were to study (1) The effects of motivation to predict organizational commitment of employees Pruksa Real Estate Public Company Limited. (2) The relationships between motivation and organizational commitment of employees Pruksa Real Estate Public Company Limited. This research is a quantitative research. By using questionnaires as a tool for data collection, analysis effects of motivation on organizational commitment of employees Pruksa Real Estate Public Company Limited.

The sample of this research consisted of 400 employees. Data was collected using a set of questionnaires as follows: 1) The questionnaire of motivation. 2) The questionnaire of organizational commitment. The Pearson’s product moment correlation coefficient and Multiple Regression were used for data analysis.

The results showed that:

1. Motivation and Organizational Commitment were positively correlated {Motivator Factors ($r = .591, p < .01$) and Hygiene Factors ($r = .573, p < .01$)}
2. motivation could predict Organizational Commitment at 40.2 percent ($p < .05$)

Suggestion in Policy

Build the Value (DNA) in the organization to enhance and always the No 1 in Developer society

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันภาคเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้องค์การธุรกิจเกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน อย่างรวดเร็วตามไปด้วยทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจทั้งภาคเอกชน และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ องค์กรต่างๆมีการปรับปรุงและสร้างกลยุทธ์องค์การวางแผนงานระบบทั้งทรัพยากรมนุษย์และเครื่องจักร เพื่อหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะเพิ่มผลประกอบการให้แก่องค์กรมากขึ้น ทั้งนี้ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ปัจจุบันมีบริษัทคู่แข่งหน้าใหม่ก่อตั้งขึ้นมาเป็นจำนวนมาก มีทั้งการแข่งขันกันนำเสนอการขายสินค้าในหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีสินค้าให้กลุ่มลูกค้าเลือกได้ตามความต้องการของแต่ละ Segment ของลูกค้า ดังนั้น กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจเชิงรุกมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างรอบด้าน เหตุนี้บุคคลากรจึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การให้ดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ องค์กรจึงต้องรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้คงอยู่เพื่อให้มีจำนวนเพียงพอต่อการดำเนินกิจการ องค์กรจึงมีนโยบายในการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์การเพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน ซึ่งการลาออกของพนักงานนั้นส่งผลกระทบต่อด้านการสร้างขีดความสามารถ และศักยภาพการแข่งขันขององค์การเนื่องจาก องค์กรได้สูญเสียความรู้ ความชำนาญที่มีติดตัวพนักงานให้กับองค์กรอื่น ซึ่งนำไปสู่การสูญเสียงานขององค์กร (Loss of Career Organization) และการที่องค์กรมีพนักงานลาออกบ่อยยังส่งผลให้ต้นทุนในการบริหารงานสูงขึ้น และสูญเสียงบประมาณในการสรรหาพนักงาน การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานใหม่ ทั้งนี้การมีบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ความเข้าใจต่อกิจการที่ตนรับผิดชอบย่อมเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีค่าขององค์กรอันจะนำการดำเนินการขององค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อผลักดันองค์การให้สามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างทัดเทียมนั้น องค์กรจึงมีความจำเป็นในการรักษาดูแลบุคลากรให้มีความผูกพันกับองค์กรและเป็นสมาชิกขององค์กรให้ยาวนานที่สุด

การลาออกของพนักงานเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการอย่างมาก ในปัจจุบันบริษัททั่วโลกเล็งหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องนี้มากขึ้นเรื่อยๆ รวมไปถึงหาทางแก้ไข ซึ่งหนึ่งในวิธีการลดอัตราการลาออกคือการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน สำหรับบริษัทแล้วการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานไม่เพียงแต่ช่วยลดอัตราการลาออกเท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานรวมถึงส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การมากขึ้นได้อีกด้วย ซึ่งบริษัทหลายแห่งก็กำลังหาวิธีสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานของตนอยู่เช่นกัน แรงจูงใจ คือพลังที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่คอยผลักดันให้คนมีพฤติกรรมบางอย่าง และยังเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางหรือเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ แรงจูงใจเป็น ความตั้งใจ ความต้องการจะทำบางสิ่ง หรือเหตุผลของการกระทำนั่นเอง แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อผลิตภาพของการทำงาน ซึ่งผลิตภาพของงานจะมีคุณภาพมากน้อยเท่าไรขึ้นอยู่กับแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งแรงจูงใจของพนักงานแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ฉะนั้นแล้วบริษัทต้องเข้าใจว่าอะไรคือแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานคนหนึ่งทำงานอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ แรงจูงใจไม่ได้ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเท่านั้นแต่ยังส่งผลถึงความรู้สึกผูกพันกับองค์กรของพนักงานด้วย

เมื่อพนักงานมีแรงจูงใจเพิ่มมากขึ้น พวกเขาจะรู้สึกที่นั่นคือที่ของเขา ทำให้เขาสามารถแสดงความสามารถออกมาได้อย่างเต็มที่ กลับกันหากไม่มีแรงจูงใจพวกเขาก็จะรู้สึกว่ายูไปก็ไม่ทำอะไรดีขึ้นหรืออยู่ไปอย่างนั้นเพื่อรอเวลาที่เหมาะสมแล้วลาออก ไปอยู่บริษัทที่ดีกว่า และในปัจจุบันการขาดแรงงานกำลังเป็นปัญหา

ใหญ่สำหรับบริษัทไม่ว่าจะเป็นในไทยหรือต่างประเทศ ปัญหานี้ทำให้การสรรหาบุคลากรมาทดแทนพนักงานที่ออกไปแล้วนั้นยากมากขึ้น ดังนั้นเพื่อป้องกันการลาออกของพนักงาน บริษัทหลายๆแห่งจึงให้ความสนใจกับการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้พนักงาน

คำถามในการวิจัย

1. ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับใด
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้ความผูกพันที่มีต่อองค์กรเป็นอย่างไร
3. แรงจูงใจในการทำงานจากปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน

ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มทฤษฎีเนื้อหา (Content Theories) และกลุ่มทฤษฎีกระบวนการ (Process Theories) กลุ่มทฤษฎีเนื้อหาครอบคลุมทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ทฤษฎีแรงจูงใจภายใน ทฤษฎีแรงจูงใจภายนอก และทฤษฎีสองปัจจัย กลุ่มทฤษฎีกระบวนการครอบคลุมทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย ทฤษฎีความคาดหวังและทฤษฎีความเป็นธรรม รวมทั้งนำเสนอแนวทางการพัฒนาแรงจูงใจในการทำงาน (อรพินทร์ ชูชม, 2555) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจที่สำคัญๆ ดังนี้

กลุ่มทฤษฎีเนื้อหา (Content Theories) ทฤษฎีนี้อธิบายถึงความต้องการหรือความปรารถนาภายในของบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม คือ ความต้องการเฉพาะอย่างหรือความต้องการภายในเป็นสิ่งจูงใจและกำกับแนวทางการแสดงออกพฤติกรรมของบุคคล ทฤษฎีนี้พยายามหาคำตอบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัจจัยภายในบุคคลหรือสิ่งจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ (อรพินทร์ ชูชม, 2555) ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ และทฤษฎีสองปัจจัย ดังนี้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Needs Hierarchy Theory) ของ Maslow (1970) ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งจิตวิทยาทางด้านมนุษยนิยม ได้พัฒนาทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของแรงจูงใจ โดยความต้องการของมนุษย์ถูกจัดลำดับขั้นความสำคัญ มนุษย์มีความต้องการอยู่ตลอดเวลาในสิ่งที่ยังไม่มีและเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมของบุคคลต่อไปความต้องการใหม่ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลจะมีความต้องการในระดับสูงต่อไป (อรพินทร์ ชูชม, 2555) ทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้องการของมนุษย์ มีทั้งหมด 5 ชั้น เรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปยังขั้นสูงสุด คือ ความต้องการทางด้านกายภาพ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการความนิยมนับถือ และความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน

ทฤษฎีสองปัจจัย ของ Herzberg (1959) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย มีชื่อเรียกทฤษฎีนี้หลากหลายชื่อ คือ Motivation-Maintenance Theory, Dual Factor Theory, Motivation-Hygiene Theory “ทฤษฎีสองปัจจัย” ทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาวิจัยของ Herzberg (1959) โดยได้ทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการทำงานของนักบัญชีและวิศวกรจำนวนประชากร 200 กว่าคนจากโรงงานอุตสาหกรรม 11 แห่งในเมือง Pittsburg ผลสรุป คือ มีปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกพึงพอใจและไม่พึงพอใจของพนักงาน 2 ประเภท คือ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) และปัจจัยจูงใจ (Motivator Factor) มีมิติที่แตกต่างกัน 2 มิติที่เกี่ยวกับปัญหาการจูงใจ ด้านหนึ่งเป็นองค์ประกอบ ที่เป็นได้ทั้งสาเหตุของความไม่พอใจและสามารถป้องกันความไม่พอใจได้ Herzberg เรียกองค์ประกอบนั้นว่า เป็นองค์ประกอบเสริมแรงหรือองค์ประกอบส่งเสริม (Hygiene Factors) องค์ประกอบนี้เป็นองค์ประกอบภายนอก (Extrinsic Factors) มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่วนอีกด้านหนึ่งเป็นองค์ประกอบที่จูงใจ (Motivational Factors) ถ้าหากมีองค์ประกอบจูงใจอยู่แล้วก็จะสามารถนำไปสู่ทัศนคติทางด้านบวกและการจูงใจที่แท้จริงได้ องค์ประกอบนี้เป็นองค์ประกอบภายใน (Intrinsic Factors) ทฤษฎีของแรงจูงใจของ Herzberg สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยที่สร้างทัศนคติทางบวกให้เกิดขึ้นกับพนักงานปัจจัยเหล่านี้ส่วนใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกับความพอใจโดยตรง ปัจจัยจูงใจประกอบด้วย

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้สำเร็จตามกำหนดและประสบผลสำเร็จอย่างดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ และรู้จักการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานประสบผลสำเร็จจะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจในผลงานนั้น

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือจากบุคคลอื่นๆ ภายในหน่วยงาน การยอมรับนับถือจากการยกย่อง ชมเชยหรือการแสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าผลงานของตนเองอีกด้วย

1.3 ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง งานที่มีความน่าสนใจงานที่มีความท้าทายให้ลงมือทำ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นงานที่มีลักษณะที่ทำตั้งแต่ต้นจนจบได้โดยลำพัง โดยองค์การจะต้องทำให้พนักงานรู้สึกว่าการที่ทำงานนั้นมีความสำคัญ พนักงานมีความหมายต่อกระบวนการการทำงานเพื่อให้พนักงานได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจในการที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานของตนเองและมีอำนาจต่องานได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการควบคุมใกล้ชิดมากเกินไป จนขาดอิสระในการทำงาน

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง การได้รับเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมถึงการได้รับโอกาสที่จะได้เพิ่มพูนความรู้ หรือการได้รับการอบรม เพิ่มความสามารถและพัฒนาศักยภาพของตนเอง

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำอยู่เท่านั้น แต่ไม่ได้เป็นสิ่งที่จูงใจแต่อย่างใด การให้ความสนใจหรือระมัดระวังต่อปัจจัยค้ำจุนเป็นสิ่งจำเป็น แต่ก็ยังมีเงื่อนไขไม่เพียงพอจะใช้ในการจูงใจให้คนมีผลผลิตมากขึ้นได้ ปัจจัยค้ำจุนประกอบด้วย

2.1 นโยบายการบริหารขององค์การ (Company Policy and Administration) หมายถึง นโยบายการหรือจัดการบริหารขององค์การ กฎระเบียบข้อบังคับ การจัดระบบงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนโยบายต้องอยู่ในลักษณะที่มีการกำหนดอย่างชัดเจนและมีความเป็นธรรม

2.2 การบังคับบัญชา (Supervision) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการบริหารจัดการภายในหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความยุติธรรมในการบริหาร มีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหา รับฟังความคิดเห็นและให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา (Relationship with Supervisors, Peers and Subordinates) หมายถึง การติดต่อสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา ไม่ว่าจะเป็นกิริยา วาจา ท่าทางต่างๆ ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างเป็นปกติ

2.4 สภาพการทำงาน (Working Condition) หมายถึง สภาพแวดล้อมต่างๆ ในการทำงาน และสภาพทางกายภาพของงาน เช่น บรรยากาศในการทำงาน สถานที่ทำงาน อากาศ เสียง แสงสว่าง เป็นต้น และรวมถึงลักษณะแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องใช้ให้มีความเหมาะสมเพียงพอ เพื่อเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงาน

2.5 เงินเดือน (Salary) หมายถึง ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ในการปฏิบัติงานที่พนักงานพึงได้รับอย่างเหมาะสมกับงานที่ทำ เช่น เงินเดือน เงินพิเศษ รวมถึงในรูปแบบสวัสดิการต่างๆ ที่อยู่ในระดับเพียงพอและเป็นที่ยอมรับของพนักงาน

2.6 ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal life) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งเป็นผลที่ได้จากงานในหน้าที่ของตน อาจเป็นผลกระทบโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อชีวิตส่วนตัว เช่น การถูกย้ายไปทำงานในที่ใหม่ ซึ่งอาจไกลจากครอบครัว ทำให้พนักงานไม่มีความสุขจึงทำให้พนักงานเกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ

2.7 ความมั่นคงในงาน (Job security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นคงในงานที่ทำ ความมั่นคงต่อองค์การ หรือความยั่งยืนในอาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีความผูกพันต่อองค์การ

ความผูกพันต่อองค์การเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทำความเข้าใจ และอธิบายถึงพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับการทำงานของพนักงานในองค์การ แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดด้านพฤติกรรม (Behavioral Commitment) แนวคิดนี้เน้นความผูกพันต่อองค์การเป็นเสมือนการลงทุนของพนักงาน โดยนักวิจัยที่สำคัญ คือ Becker (1960) ได้นำเสนอทฤษฎี การเปรียบเทียบผลได้-ผลเสีย (Side-bet theory) ซึ่งอธิบายว่า เมื่อคนมีความผูกพันต่อองค์การก็จะมีแสดงออกทางพฤติกรรมในการทำงาน และพยายามที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์การไว้ เนื่องจากพนักงานได้เปรียบเทียบผลได้-ผลเสีย ที่เกิดขึ้นจากการลาออก ซึ่งผลเสียนี้พิจารณาในลักษณะของต้นทุนที่จะเกิดขึ้นหรือผลประโยชน์ที่จะสูญเสียไป (อนันต์ชัยคงจันทร์, 2529) แนวคิดด้านพฤติกรรมนี้จะวัดพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความความผูกพันต่อองค์การในลักษณะการคงอยู่กับองค์การของพนักงานเป็นเวลานาน

2. แนวคิดด้านทัศนคติ เป็นแนวคิดที่เน้นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ และมีส่วนร่วมกับองค์การ มีความเต็มใจที่จะอุทิศตนทำงานให้กับองค์การเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดย

นักวิจัยที่สำคัญ คือ Kanter (1968) Porter, Steers, Mowday & Boulian (1974) โดย Porter et al. (ปริทัศน์อิทธิพล, 2552) ได้ทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์การ โดยแบ่งความผูกพันต่อองค์การออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าพร้อมที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ การที่บุคคลมีเจตคติทางบวกต่อองค์การ โดยมีความเชื่อว่าองค์การเป็นสถานที่ที่ดีและมีความเหมาะสมกับตนมากที่สุด และยังรวมความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของและมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์การ ตลอดจนมีค่านิยมที่กลมกลืนไปกับสมาชิกคนอื่นๆ ในองค์การ

2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อความสำเร็จขององค์การ การที่บุคคลพร้อมที่จะทุ่มเทกำลังใจและกำลังกาย เพื่อปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

3) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะดำรงรักษาความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ การที่บุคคลมีความจงรักภักดีต่อองค์การ มีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์การและถึงแม้จะมีงานลักษณะเดียวกันมาเสนอและให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า บุคคลก็ไม่ต้องการที่จะโยกย้ายจากองค์การเพื่อไปทำงานที่ใหม่

3. แนวคิดที่รวมด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติเข้าด้วยกัน โดยนักวิจัยที่สำคัญ คือ Allen & Meyer (1990) ได้นำเสนอทฤษฎีนี้ว่า ความผูกพันต่อองค์การเป็นความรู้สึกผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์การ ซึ่งความรู้สึกนี้จะบ่งชี้ว่าพนักงานกับองค์การจะมีความสัมพันธ์กันในลักษณะใดและนำไปสู่การตัดสินใจของพนักงานว่าจะเป็นส่วนหนึ่งขององค์การต่อไปหรือไม่ โดยความผูกพันกับองค์การประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) ความผูกพันด้านคงอยู่ (Normative Commitment) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Continuance Commitment) รายละเอียด ดังนี้

แนวคิดของ Allen & Meyer (1990) ได้ทำการศึกษาและอธิบายถึงความผูกพันต่อองค์การมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้

1. ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์การในแง่ที่พนักงานมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์การและการมีส่วนร่วมในองค์การของพนักงาน พนักงานที่มีความผูกพันด้านจิตใจสูงจะแสดงออกถึงความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกกับองค์การต่อไป
2. ด้านการคงอยู่กับองค์การ (Continuance Commitment) หมายถึง ความผูกพันต่อองค์การของพนักงานที่เกิดจากการจ่ายค่าตอบแทนแลกเปลี่ยนกับการคงอยู่กับองค์การของพนักงาน การอยู่ในองค์การของพนักงานจะเกิดจากการได้รับผลประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้จะเป็นการแสดงออกถึงความจำเป็นที่จะต้องอยู่ภายในองค์การ
3. ด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานที่ว่าเมื่อเขาเข้าเป็นสมาชิกขององค์การย่อมต้องมีความผูกพันต่อองค์การ เพราะนั่นคือ ความถูกต้องและความเหมาะสมที่จะทำ ความผูกพันต่อองค์การนั้นเป็นหน้าที่หรือเป็นพันธะผูกพันที่สมาชิกจะต้องมีการปฏิบัติหน้าที่ในองค์การ พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้คือการแสดงออกถึงความคิดว่าเขาจะอยู่ในองค์การเป็นสิ่งที่ควรกระทำเพื่อความถูกต้องและเหมาะสม

จากแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรทั้ง 3 แนวคิด แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กร ถ้าพนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรสูงก็จะทำให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรต่อไป

แนวคิดของ Hewitt Associates (2003) เป็นบริษัทที่ปรึกษามีมุมมองในเรื่องความผูกพันต่อองค์กรว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่แสดงออกได้ทางพฤติกรรม กล่าวคือ สามารถดูได้จากการพูด (Say) โดยจะพูดถึงองค์กรเฉพาะในแง่บวก และพิจารณาได้จากการดำรงอยู่ (Stay) นั่นคือพนักงานปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป และประเด็นสุดท้ายจะดูว่าพนักงานใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถ (Strive) เพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนธุรกิจขององค์กร โดยได้ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานกว่า 6.7 ล้านคนใน 2,900 องค์กรทั่วโลก และได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานมี 6 ประการ ดังนี้

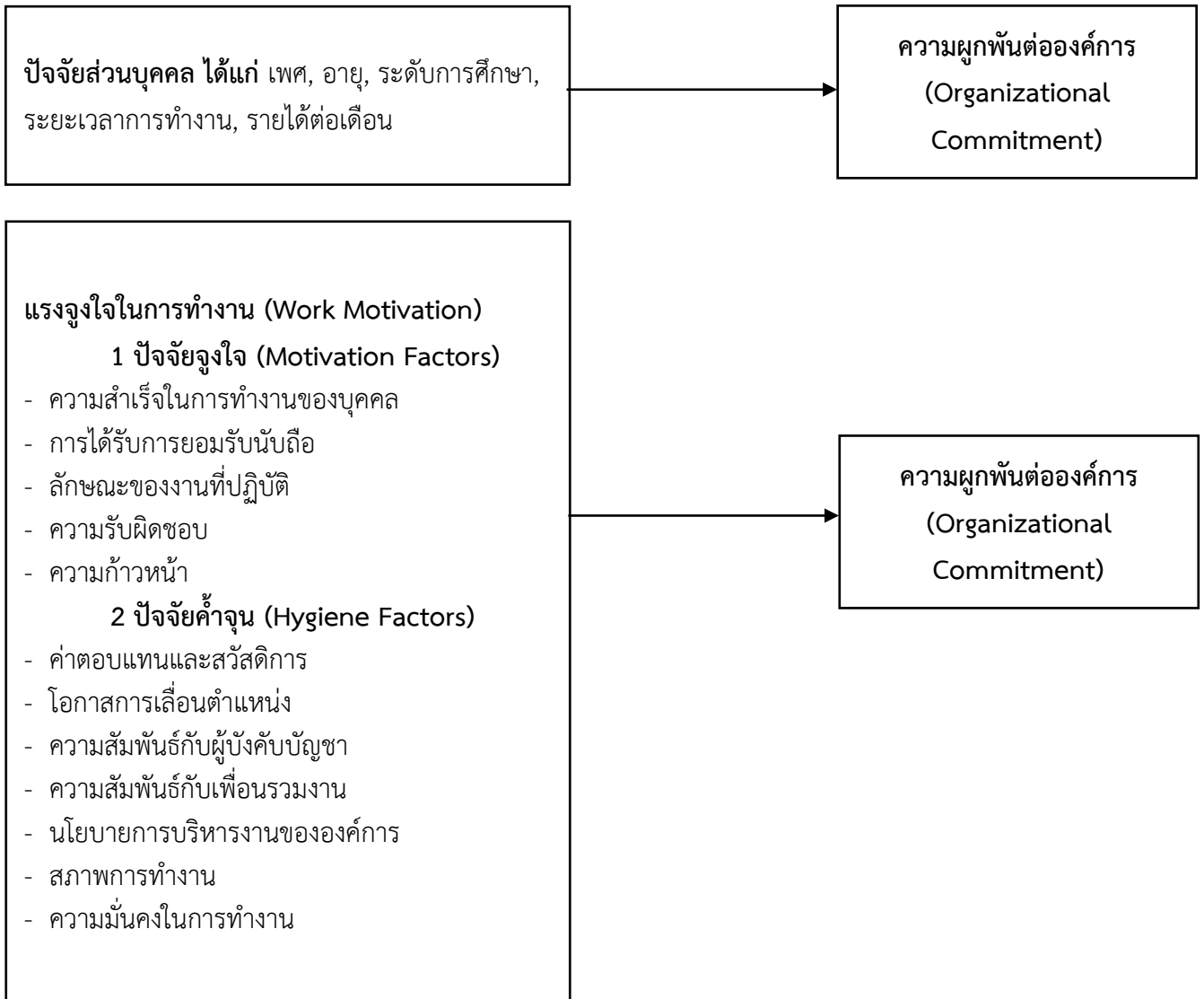
1. แนวปฏิบัติขององค์กร (Company Practices) หมายถึง สิ่งที่องค์กรเป็นอยู่หรือคาดหวังที่จะเป็น เช่น ค่านิยมองค์กร ปรัชญา ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายขององค์กร
2. ลักษณะงาน (Work) หมายถึง หน้าที่ความรับผิดชอบ หรือลักษณะงานที่พนักงานได้รับมอบหมายจากองค์กร
3. สิ่งตอบแทนโดยรวม (Total Rewards) หมายถึง สิ่งที่พนักงานได้รับจากองค์กรเพื่อเป็นการตอบแทนจากการปฏิบัติงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เช่น เงินเดือนสวัสดิการ โบนัส การได้รับการยอมรับ เป็นต้น
4. คุณภาพชีวิต (Quality of Life) หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งต่างๆ ที่พนักงานสามารถรับรู้ได้ในชีวิตการทำงานของแต่ละคน
5. โอกาสที่ได้รับ (Opportunity) หมายถึง โอกาสในการเจริญก้าวหน้าภายในองค์กร รวมถึงโอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน
6. บุคลากร (People) หมายถึง ผู้ที่ร่วมทำงานด้วย โดยรวมถึงแนวความคิดทัศนคติของผู้นำว่ามีความรู้ความสามารถในการกำหนดวิสัยทัศน์ และแนวทางในการที่จะไปถึงจุดมุ่งหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ตลอดจนความสัมพันธ์ของพนักงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงานในองค์กรทั้งในระดับเดียวกัน สูงกว่าหรือต่ำกว่า

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาความผูกพันต่อองค์กรตามแนวคิดของ Allen & Meyer (1990) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่มีความครอบคลุมถึงความรู้สึกด้านจิตใจและด้านพฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกมา และได้แยกองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรให้เห็นอย่างชัดเจน แนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ Allen & Meyer (1990) ได้รวบรวมสาเหตุของความผูกพันต่อองค์กร จึงสามารถอธิบายความผูกพันต่อองค์กรได้ดีกว่าแนวคิดอื่น ซึ่งเป็นการอธิบายความผูกพันต่อองค์กรแบบมิติเดียว ไม่ครอบคลุมหรืออธิบายถึงความผูกพันในส่วนอื่นๆ

กรอบแนวความคิดการวิจัย
ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ พนักงานของบริษัทพุกกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จำนวน 2,699 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน โดยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการกำหนดค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 95% (ระดับความเชื่อมั่น 0.05 มีค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ $\pm 5\%$) โดยการใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane, 1973) ดังนี้

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดยที่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนกลุ่มประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่กำหนดไว้ที่ 0.05

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรยามาเน่ (Yamane) ได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 349 คน จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยใช้กลุ่มงานภายในบริษัทพฤษภาคม เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) เป็นหลัก เพื่อหาสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่

แรงจูงใจในการทำงาน ตามแนวคิดของ Herzberg's (1959) แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

1) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) ประกอบไปด้วย ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล, การได้รับการยอมรับนับถือ, ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ, ความรับผิดชอบ, ความก้าวหน้า

2) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ประกอบไปด้วย ค่าตอบแทนและสวัสดิการ, โอกาสการเลื่อนตำแหน่ง, ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา, ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน, นโยบายการบริหารงานขององค์กร, สภาพการทำงาน, ความเป็นอยู่ส่วนตัว, ความมั่นคงในการทำงาน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

ความผูกพันต่อองค์กร ตามแนวความคิดของ Allen & Meyer (1990) แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ

1) ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ (Affective)

2) ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ (Continuance)

3) ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน (Normative)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 4 ส่วน เพื่อใช้วัดแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามแบบตรวจคำตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ สังกัดสายงาน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแรงจูงใจในการทำงาน ตามแนวคิดของ Herzberg's (1959) โดยผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์และพัฒนา ตามแนวคิดของ Herzberg's (1959) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งองค์ประกอบเป็น 2 ปัจจัย ดังนี้ 1) ด้านปัจจัยจูงใจ 5 ด้าน จำนวน 17 ข้อคำถาม (เริ่มข้อคำถามที่ 1-17) 2) ปัจจัยค้ำจุน 7 ด้าน จำนวน 28 ข้อคำถาม (เริ่มข้อคำถามที่ 17-45) รวมทั้งหมดจำนวน 45 ข้อคำถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนเองต่อข้อคำถามแต่ละข้อตามระดับ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าที่เลือกตอบเป็น 5 ระดับ

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่อยู่ในสังกัดสายงาน CMO Group Corporate Marketing จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 อยู่ในช่วงอายุ 22-34 ปี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 จบการศึกษาสูงสุดระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 88.50 ระยะเวลาการทำงานในองค์กร 2-5 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50

ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) สรุปได้ว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจที่สำคัญคือ มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร และมีความพร้อมในการมีส่วนร่วมกับบริษัทฯ พนักงานมีความผูกพันด้านจิตใจแสดงออกถึงการมีความสุขในการทำงานและมีความต้องการที่จะเป็นสมาชิกในองค์กรต่อไปในระดับสูง

ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กรของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) สรุปได้ว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กรที่สำคัญ คือ ต้องการที่จะอยู่กับองค์กรในระดับสูง

ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) สรุปได้ว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานที่สำคัญ คือ ความสำนึกในความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากค่านิยมส่วนบุคคล หรือจากสิ่งที่ดีที่ได้จากบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ในระดับสูง

ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ พบว่า ทุกปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการได้รับการยอมรับนับถือมีความสัมพันธ์ในทางบวกมากที่สุด ($r = .561, p < .01$)

ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ พบว่าทุกปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสำเร็จในการทำงานของบุคคลมีความสัมพันธ์ในทางบวกมากที่สุด ($r = .346, p < .01$)

ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน พบว่าทุกปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสำเร็จในการทำงานของบุคคลมีความสัมพันธ์ในทางบวกมากที่สุด ($r = .415, p < .01$)

ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ พบว่าทุกปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความมั่นคงในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกมากที่สุด ($r = .549, p < .01$)

ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ พบว่าทุกปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนโยบายการบริหารงานขององค์กรมีความสัมพันธ์ในทางบวกมากที่สุด ($r = .366, p < .01$)

ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน พบว่าทุกปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความมั่นคงในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกมากที่สุด ($r = .399, p < .01$)

แรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .591, p < .01$) และแรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .573, p < .01$) จากผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและด้านปัจจัยค้ำจุนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรมีจำนวน 2 ตัวแปร คือ แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 2 ตัว ได้ร้อยละ 40.2 สามารถร่วมกันทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) สามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัย 4 ด้าน คือ การยอมรับนับถือ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ความมั่นคงในการทำงาน และนโยบายการบริหารงานขององค์กรมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จึงขอเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรได้พัฒนาและปรับปรุงต่อ ได้แก่

เชิงนโยบาย : สร้างค่านิยมที่จะเป็นดีเอ็นเอสำคัญในการหล่อหลอมบุคลากรในองค์กร ให้มีพฤติกรรมที่พร้อมส่งมอบนวัตกรรมสินค้าและบริการที่ตอบสนองเป้าหมายในชีวิตที่แตกต่างกันของลูกค้าได้อย่างลงตัวและสมบูรณ์ที่สุด เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

เชิงวิชาการ : ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพ ให้เห็นมุมมองการทำงานของบุคลากรในองค์กร เพื่อมุ่งที่จะรักษาและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่มีคุณภาพไว้อยู่คู่กับองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะอื่นๆ : องค์กรควรจัดการพัฒนาในด้าน Innovation and Data Tech เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบใหม่ ตอบโจทย์ลูกค้าให้ครบในทุกมิติ และพัฒนา Data Science ในการวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้า พร้อมทั้งนำเสนอ Solution ที่ตอบโจทย์ รวมไปถึงการเพิ่มขีดความสามารถของ Digital Marketing ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

นิภา (ทองไทย) แก้วศรีงาม. จิตวิทยาองค์กร (Organizational-psychology). กรุงเทพฯ,

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527

บุญมัน ธนาศุภวัฒน์. จิตวิทยาองค์กร = Organization psychology. กรุงเทพฯ : โอ

เดียนสโตร์, 2537.

พวงเพชร วัชรอยู่. แรงจูงใจกับการทำงาน. กรุงเทพฯ, ภาควิชาจิตวิทยา

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ม.ป.ป., 2537.

สมศักดิ์ ประเสริฐสุข. จิตวิทยาการจัดการองค์กรอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2554.

อรพินทร์ ชูชม. “แรงจูงใจในการทำงาน : ทฤษฎีและการประยุกต์” วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปีที่ 2, ฉบับที่ 2, หน้า : 52-61, 2555.

นงเยาว์ แก้วมรกต. ผลของการรับรู้บรรยากาศองค์กรที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

รัชนิดา ตุงคสวัสดิ์. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานกับความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงาน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

รัศมี เอกณรงค์. แรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (ระดับปฏิบัติการ) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ใน กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2556

อัจฉรา เนียมหอม. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร คุณภาพชีวิต การทำงานและความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). งานวิจัยส่วนบุคคลสาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

นายบุญชัย มูลธารี (2013) <http://jokernum.blogspot.com/2013/07/herzberg.html>

สืบค้นจาก จาก http://ps-th.listedcompany.com/organization_chart.html

สืบค้นจาก จาก <https://www.posttoday.com/property/623992>