

ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากร ทางการศึกษา

ณัฐพล โกมารพิมพ์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัยพร รัตนเศรษฐ์**

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การการค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การการค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากประชากรที่เป็นบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การการค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวนทั้งหมด 518 คน ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 226 คน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS 17.0 เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติอนุมาน คือ F-test หรือความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 112 คน โดยมีอายุส่วนใหญ่ 50 ปีขึ้นไปมากที่สุดจำนวน 61 คน ทำงานที่ ฝ่ายค้าปลีก จำนวน 119 คน รองลงมา ฝ่ายโลจิสติกส์ จำนวน 42 คน น้อยที่สุด ฝ่ายการค้าส่ง จำนวน 37 คน

ระดับความผูกพันต่อองค์การโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์การอยู่ในระดับความผูกพันต่อองค์การมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และด้านที่พบว่ามีค่านี้น้อย

* นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ที่สุดความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผลทดสอบสมมติฐาน

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา แตกต่างตามลักษณะของประชากร พบว่า บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ต่อมาบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา แตกต่างตามลักษณะของประชากร พบว่าบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าแตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

และบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา แตกต่างตามลักษณะของประชากร พบว่า บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาจำแนกตามฝ่ายงาน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พิจารณารายด้านพบว่าแตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร

1. บทนำ

การทำงานภายในองค์กรนั้นจะต้องอาศัยทรัพยากรต่าง ๆ มาเป็นแรงขับเคลื่อนเพื่อให้องค์กรสามารถที่จะขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ เช่น คน เงิน วัสดุ และอุปกรณ์ ซึ่งจะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไปไม่ได้ เพราะทรัพยากรเหล่านี้จะช่วยสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กรในการแข่งขันกับภายนอกได้ ดังนั้นแล้วองค์กรควรที่จะให้ความสำคัญกับทรัพยากรเหล่านี้ โดยเฉพาะทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญและมีค่ามากที่สุดขององค์กร เพราะทรัพยากรบุคคลนั้นสามารถที่จะพัฒนาความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มาพัฒนาขีดความสามารถให้กับ

องค์การเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแล้วองค์การควรจะรักษาทรัพยากรบุคคล เหล่านี้ไว้ให้อยู่กับองค์การให้นาน โดยการที่องค์การนั้นต้องสร้างความผูกพันให้กับสมาชิกภายใน องค์การให้มีความรู้สึกว่ององค์การเอาใจใส่ไม่รู้สึกว่าคุณองค์การทอดทิ้ง รวมถึงการทำงานภายใน องค์การมีโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในสายอาชีพของตนเองและองค์การนั้นเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ แสดงความรู้ ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งถ้าองค์การสามารถทำให้สมาชิก ภายในองค์การก้าวไปถึงเป้าหมายที่วางไว้นั้นจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความผูกพันต่อองค์การ ซึ่งจะ ส่งผลให้สมาชิกเกิดความทุ่มเทในการปฏิบัติงานและใช้ความรู้ ความสามารถของตนเองอย่าง เต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การที่วางไว้และยังเป็นการลดปัญหาการลาออกจากงาน การ ขาดงาน การมาทำงานสาย ดังนั้นความผูกพันต่อองค์การนั้น เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการ ปฏิบัติงาน เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นจะช่วยกระตุ้นหรือจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้น และ เชื่อมั่นในหน่วยงาน อันจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อรักษา บุคลากรที่มีคุณค่าไว้ ซึ่งสิ่งสำคัญที่องค์กรจำเป็นต้องทำ คือการสำรวจว่าบุคลากร มีความผูกพัน ต่อองค์กรในระดับใด เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่คอยส่งเสริมและสนับสนุนให้ บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสุขในการทำงาน และทำงานกับ องค์การไปจนเกษียณอายุ รวมทั้งมีความตั้งใจ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพตนเองอยู่เสมอ เพื่อที่จะเป็นหนึ่งในการผลักดัน สนับสนุนให้องค์การของตานั้น บรรลุตามนโยบายและเป้าหมาย ที่ได้ตั้งไว้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์

3. สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

ระดับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การการค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา แตกต่างกันตาม ลักษณะของประชากรศาสตร์

4. ขอบเขตด้านการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย สำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 ฝ่าย รวมจำนวนบุคลากรทั้งสิ้น 518 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี ความผูกพันต่อองค์กรและการปฏิบัติงานเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการทำวิจัยเพื่อให้ทราบถึงข้อเท็จจริงถึงระดับความผูกพันต่อองค์กรและการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

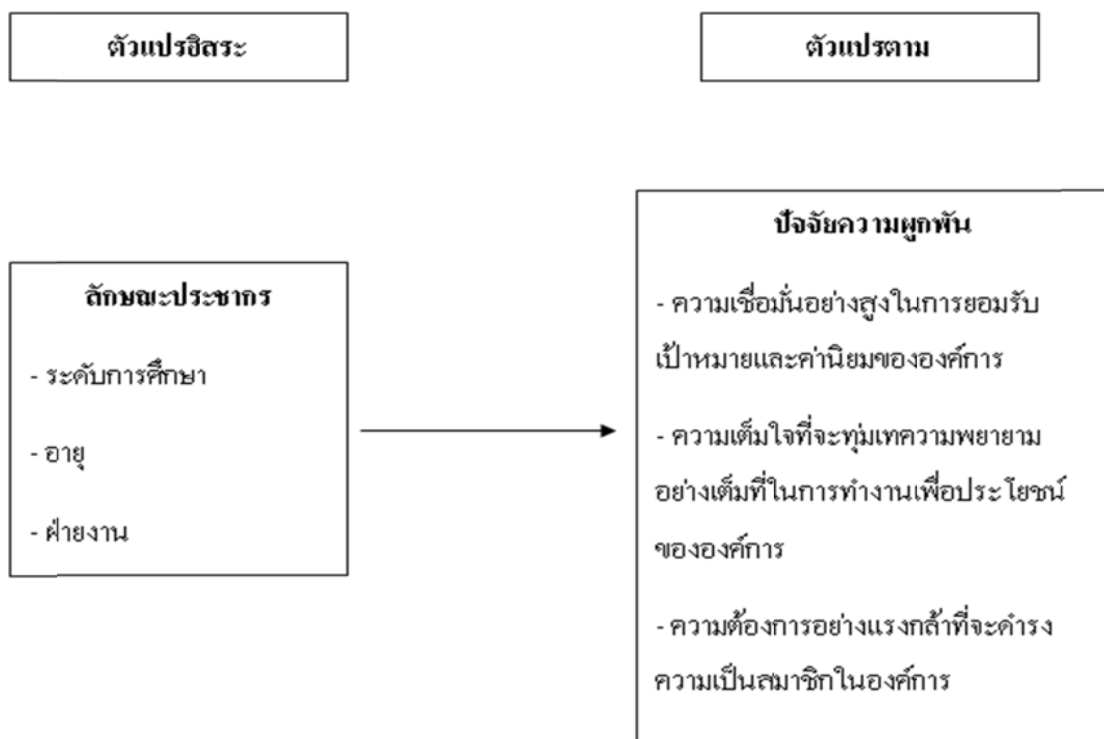
ในการวิจัยครั้งนี้ ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ.2557 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2558 ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่เริ่มค้นคว้าข้อมูล แนวคิดทฤษฎี จนถึงการจัดทำออกมาเป็นรูปเล่มงานวิจัย

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา

2. นำองค์ความรู้ที่ได้จากผลการวิจัย เรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ครั้งนี้ไปพัฒนาหรือปรับปรุงการดำเนินงานของในหน่วยงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามนี้

1. นำแบบสอบถามไปแจกให้กับบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 ฝ่าย จำนวน 226 คน
2. ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล
3. นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่วางไว้ ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสถิติ SPSS

7. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาความผูกพันที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวกับสภาพของประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษา อายุ ฝ่ายงานของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อคำถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 หัวข้อใหญ่ ได้แก่

1. ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร จำนวน 4 ข้อคำถาม
 2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร จำนวน 4 ข้อคำถาม
 3. ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร จำนวน 4 ข้อคำถาม
- แบบสอบถามตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม แบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

8. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นดังนี้

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และหลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for The Social Sciences) ได้แก่

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของการบรรยาย ลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ เพื่ออธิบายถึงภูมิหลังของประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ SD)

เกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนจากจำนวนระดับชั้น เท่ากับ 5 ชั้น (คะแนนจาก 1 ถึง 5) โดยคำนวณได้คะแนนในแต่ละช่วงคะแนนของระดับชั้นจะเท่ากับ 0.8 คิดเป็นเกณฑ์แบ่งช่วงคะแนนในแต่ละระดับชั้น ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด

2. การวิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) โดยใช้ค่าสถิติ F-test หรือความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อเปรียบเทียบระดับปัจจัยผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา จำแนกตามระดับการศึกษา อายุ และฝ่ายงาน

9. สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่อง ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

(ระดับการศึกษา) ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 ปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 ตามลำดับ

(อายุ) อายุการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 กลุ่มอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 กลุ่มอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป 61 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

(ฝ่ายงาน) ฝ่ายงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ฝ่ายอำนวยการสำนัก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 สำนักบริหารการตลาดและการขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ฝ่ายโลจิสติกส์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ฝ่ายการค้าส่ง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ฝ่ายการค้าปลีก จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 ฝ่ายส่งเสริมการตลาดและพัฒนาธุรกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ระดับความคิดเห็นของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีความผูกพันต่อองค์การ โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความผูกพันต่อองค์การ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมีความผูกพันต่อองค์การมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ได้แก่ ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์การ (ค่าเฉลี่ย = 4.09) ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์การ (ค่าเฉลี่ย = 3.61)

ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การคำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมีความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านรู้สึกไม่พอใจถ้ามีบุคคลอื่นมาว่าร้ายองค์การท่าน (ค่าเฉลี่ย = 4.46) ท่านรู้สึกภูมิใจที่ท่านเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนี้ (ค่าเฉลี่ย = 4.19) ท่านปฏิบัติตามนโยบายขององค์กรได้อย่างเต็มที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.75) ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆในหน่วยงานได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.47)

ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การคำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมีความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านยินดีสละเวลาส่วนตัวเพื่อให้งานขององค์กรเป็นไปด้วยความเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย = 3.77) ท่านสามารถนำความรู้ ทักษะ ที่มีมาประยุกต์ใช้เพื่อให้งานขององค์กรประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย = 3.65) ท่านมีวิธีการใหม่ๆในการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพเสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.54) องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้ท่านใช้ ความรู้ความสามารถ ได้อย่างเต็มที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.68)

ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การคำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมีความผูกพันต่อองค์กรมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความหวังใจต่อความอยู่รอดขององค์กร (ค่าเฉลี่ย = 4.31) ท่านรู้สึกรักและผูกพันต่อองค์กรแห่งนี้ (ค่าเฉลี่ย = 4.19) ท่านมีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานทุกอย่างที่จะได้รับมอบหมายเพื่อให้ได้ทำงานกับองค์กรนี้ต่อไป (ค่าเฉลี่ย = 4.07) แม้ที่อื่นจะให้เงินเดือนมากกว่าที่ได้รับจากองค์กรนี้ท่านก็ไม่คิดที่จะเปลี่ยนงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.80)

ระดับความคิดเห็นของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีประเด็นต่อ ระดับการศึกษา

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีประเด็นต่อ ระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาพบว่า ระดับการศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย = 3.92) และที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย = -3.92) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีประเด็นต่อ จำแนกตามอายุ

บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีประเด็นต่อ จำแนกอายุ เมื่อพิจารณาพบว่า ช่วงอายุที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 50 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย = 4.23) รองลงมา คือ ช่วงอายุ 40 - 49 ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.09) ช่วงอายุ 30 - 39 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.80) และที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี (ค่าเฉลี่ย = 3.33)

ระดับความคิดเห็นของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีประเด็นต่อ ฝ่ายงานบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขายองค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่มีประเด็นต่อ ฝ่ายงาน เมื่อพิจารณาพบว่า ฝ่ายงานที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ฝ่ายส่งเสริมการตลาดและพัฒนาธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย = 4.08) และรองลงมา คือ ฝ่ายโลจิสติกส์ (ค่าเฉลี่ย = 3.99) ฝ่ายการค้าส่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.92) ฝ่ายการค้าปลีก (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ฝ่ายอำนวยการสำนัก (ค่าเฉลี่ย = 3.28) และที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดสำนักบริหารการตลาดและการขาย (ค่าเฉลี่ย = 2.89)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์การค้ำของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา

ความผูกพันต่อองค์กร

ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจาก บุคลากรให้การยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจาก บุคลากรมีความเต็มใจและทุ่มเทในการปฏิบัติงานทำให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผนที่วางไว้ รวมถึงการที่องค์กรเปิดโอกาสให้ใช้ความรู้ ความสามารถ ที่มีมาประยุกต์ใช้กับงานที่ปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้เกิดแนวทางการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร มีระดับความคิดเห็น โดยรวมมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า บุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจาก บุคลากรภายในองค์กรมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรและมีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานทุกอย่างที่ได้รับมอบหมายมาเพื่อให้องค์กรสามารถก้าวไปข้างหน้าได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักบริหารการตลาดและการขาย องค์กรค้าของสำนักงานส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา ทำให้ทราบถึงความผูกพันในภาพรวมและในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ความผูกพันต่อองค์กร

ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร

ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้องค์กรควรพัฒนานโยบายขององค์กรให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ในปัจจุบันเพื่อให้บุคลากรในองค์กรที่มีความเชื่อด้านทัศนคติในเชิงบวกต่อองค์กร มีความผูกพันต่อองค์กร อย่างแท้จริงต่อค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กร ซึ่งเป็น เป้าหมายของตนด้วยความเชื่อว่างค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดในที่ตนเองทำงานด้วยความภาคภูมิใจ ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร

ผู้วิจัยได้เสนอแนะควรที่จะมีรางวัลพิเศษสำหรับบุคลากรภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ตรงตามเป้าหมายขององค์กร เพื่อเป็นการตอบแทนในการทำงานให้กับองค์กร

รวมถึงการเสียสละอุทิศตน และความพยายามทำงานเต็มความสามารถ เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมาย เกิดผลประโยชน์ต่อองค์การ และมีความหวังใจต่อความเป็นไปขององค์การ

ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์การ

ผู้วิจัยได้เสนอแนะองค์การควรมุ่งสร้างความผูกพันกับบุคลากรให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้เต็มที่และมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์การนี้ตลอดไป ทำให้เกิดมีความจงรักภักดีต่อองค์การ มีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์การ และพร้อมที่จะบอก คนอื่นว่าตนเป็นสมาชิกขององค์การ การรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ สนับสนุน และ สร้างสรรค์องค์การให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาต่างประเทศ

Steer, R.M. (1977, March). "Antecedents and Outcome of Organizational Commitment." *Administrative Science Quarterly*.