

ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิต ตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

มาริษา บรรเทิงจิตร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา 3) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา 4) เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา และ 5) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานของบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 174 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, One-way ANOVA (ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยเพศ อายุ และระยะเวลาปฏิบัติงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ด้านความเสี่งที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

คำสำคัญ: ความผูกพันองค์กร, ปัจจัยค่าตอบแทน, ปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร

Compensation and Organizational Climate Factors Affecting Organizational Commitment of Employees at a Commercial Refrigerator Manufacturing Company in Chachoengsao Province

Marisa Banthoengchit

Abstract

This research aims to 1) study the level of compensation factors of employees at a commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province, 2) study the level of organizational climate of employees at a commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province, 3) study the level of organizational commitment of employees at a commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province, 4) study organizational commitment classified by personal factors of employees at a commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province, and 5) study compensation factors and organizational climate affecting organizational commitment of employees at a commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province.

The sample used in this study consisted of 174 employees at a commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics including t-test, One-way ANOVA (pairwise comparison using LSD method), and Multiple Regression Analysis.

The results showed that employees with different levels of education and monthly income had significantly different organizational commitment at the 0.05 level. Gender, age, and work experience factors did not show significant differences in organizational commitment. The factor affecting organizational commitment of employees at the commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province was the organizational climate factor in terms of risk, which significantly affected organizational commitment at the 0.05 level. Other factors did not affect organizational commitment of employees at the commercial refrigerator manufacturing company in Chachoengsao Province.

Keywords: organizational commitment, compensation factors, organizational climate factors

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ทรัพยากรมนุษย์ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืน (Steers, 1997) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งต้องพึ่งพาแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญ และความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรักษาและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรอย่างยาวนาน ความผูกพันองค์กรเป็นแนวคิดที่สะท้อนถึงระดับความรู้สึก ความเชื่อมั่น และความจงรักภักดีที่พนักงานมีต่อองค์กร (Meyer & Allen, 1991)

ค่าตอบแทนเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ (รัชมงคล คำชู, 2556) ค่าตอบแทนไม่ได้หมายถึงเพียงแค่เงินเดือนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลประโยชน์ทางการเงินทางอ้อม และสวัสดิการอื่น ๆ ที่พนักงานได้รับ (Milkovich & Newman, 2017) นอกจากนี้ปัจจัยด้านค่าตอบแทนแล้ว บรรยากาศองค์กร ยังเป็นอีกตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานอย่างลึกซึ้ง (Brown & Moberge, 1980, อ้างถึงใน อาทิตยา หมั่นเดช, 2550) บรรยากาศองค์กร คือ การรับรู้ร่วมกันของพนักงานเกี่ยวกับลักษณะและสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลต่อความรู้สึก ความพึงพอใจ และขวัญกำลังใจในการทำงาน (นิภา แก้วศรีงาม, 2547) บรรยากาศองค์กรที่ดีจะช่วยเกื้อหนุนให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร (ชาคริต ศรีสกุล, 2560) หากบรรยากาศองค์กรไม่เอื้ออำนวย อาจนำไปสู่ความเครียด ความขัดแย้ง และความไม่ตั้งใจในการทำงาน ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลงและอัตราการลาออกเพิ่มสูงขึ้น

ในบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์ พนักงานสามารถแบ่งออกได้เป็นสองกลุ่มหลักที่มีบทบาทและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่แตกต่างกัน และทรัพยากรมนุษย์ มีบทบาทในการสนับสนุนและบริหารจัดการการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร ปฏิบัติงานในห้องปรับอากาศ มีโต๊ะทำงานส่วนตัว และมีสิ่งอำนวยความสะดวกงานส่วนใหญ่เป็นงานที่ใช้ความคิด การประสานงาน การจัดการข้อมูล และการตัดสินใจ ส่วนพนักงานฝ่ายผลิตมีบทบาทสำคัญในการสร้างและแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปโดยตรงตามกระบวนการที่กำหนด เน้นการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักร อุปกรณ์ และการควบคุมคุณภาพ

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจระดับตัวแปรทั้งสาม เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและแข่งขันได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว งานวิจัยนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า ซึ่งเป็นรากฐานของการเติบโตและความสำเร็จในระยะยาว (Steers, 1997) พนักงานที่มีความผูกพันสูงมักจะแสดงพฤติกรรมที่เอื้อต่อองค์กร เช่น การทุ่มเททำงานอย่างเต็มที่ การลาออกต่ำ การขาดงานน้อยลง และมีความเต็มใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเป้าหมายขององค์กร (Steers & Porter, 1991)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

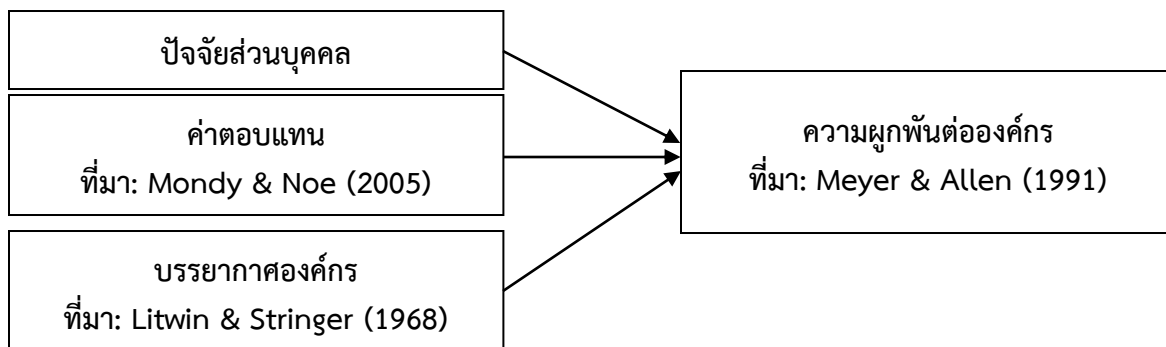
2. เพื่อศึกษาระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา
4. เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา
5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

1. ค่าตอบแทน หมายถึง ผลประโยชน์ทุกรูปแบบที่องค์กรจัดสรรให้แก่พนักงานเพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งประกอบด้วยค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง เบี้ยประจำตำแหน่ง โบนัส และค่าคอมมิชชั่น รวมถึงค่าตอบแทนที่มีไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ สวัสดิการ ผลประโยชน์เกื้อกูล และค่าตอบแทนเชิงความสัมพันธ์จากการทำงาน โดยค่าตอบแทนมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างแรงจูงใจ เสริมสร้างขวัญกำลังใจ กระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและครอบครัว ซึ่งการบริหารค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมจะเป็นกลไกสำคัญในการดึงดูด รักษา และพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน (รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2561; ประภัสสร ม่วงทอง, 2563; ณัฐวาลัญญ์ โพธิ์ไพจิตร, 2565)

ตามแนวคิดของ Mondy and Noe (2005) องค์ประกอบของค่าตอบแทนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ค่าตอบแทนในรูปของตัวเงิน (Financial Compensation) เป็นผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่พนักงานเป็นเงินโดยตรง หรือสิ่งที่สามารถตีมูลค่าเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ และค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-Financial Compensation) เป็นค่าตอบแทนที่ไม่ได้อยู่ในรูปของเงิน แต่เป็นผลตอบแทนทางจิตใจและสังคมที่พนักงานได้รับจากงานและสภาพแวดล้อมการทำงาน

2. บรรยากาศองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมเชิงจิตวิทยาที่เกิดจากการรับรู้ทัศนคติ และประสบการณ์ร่วมของบุคลากรที่มีต่อองค์กร ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ได้แก่ โครงสร้างการบริหาร ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และวัฒนธรรมการทำงาน โดยบรรยากาศองค์กรมีอิทธิพลสำคัญต่อความคิด อารมณ์ความรู้สึก พฤติกรรมการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละองค์กร และเป็นแรงผลักดันให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุนิสา เนาวรัตน์, 2563; ธนัทพงษ์ วังทะพันธ์, 2564; ศรญา จิตตมานนท์กุล, 2567) ตามแนวคิดของ Litwin and Stringer (1968) ได้แก่ โครงสร้าง (Structure) ความรับผิดชอบ (Responsibility) การให้รางวัลและการลงโทษ (Reward) ความเสี่ยง (Risk) ความอบอุ่น (Warmth) การสนับสนุน (Support) มาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standard) ความขัดแย้ง (Conflict) และการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Identity)

3. ความผูกพันองค์กร หมายถึง สภาวะทางจิตใจและความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบุคลากรกับองค์กรที่ตนสังกัด ซึ่งแสดงออกผ่านทัศนคติและพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความจงรักภักดี การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และความปรารถนาที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรในระยะยาว (ศศิวิมล ทูมวัน, 2560; ญัฐพล ตริบุษยรัตน์ และ ประวีณา คาไซ, 2564; มัทวัน เลิศวุฒิวงศา, 2564) ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรประกอบไปด้วย 3 มิติความผูกพัน ตามแนวคิดของ Meyer and Allen (1991) ได้แก่ ความผูกพันเชิงอารมณ์ (Affective Commitment) เป็นสภาวะทางอารมณ์และความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อองค์กร ซึ่งแสดงออกผ่านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร องค์กร ความผูกพันเชิงคงอยู่ (Continuance Commitment) เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลได้ผลเสียของบุคลากรในการตัดสินใจคงอยู่หรือลาออกจากองค์กร และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) เป็นความรู้สึกถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อองค์กร อันเกิดจากค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร หรือการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในอดีต

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานของบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 310 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 174 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกต่อการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าตอบแทนเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศองค์กร เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันองค์กรเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยส่วนที่ 2-4 ลักษณะคำถามแบบใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินและตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่า IOC เฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.98

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability Testing) จะดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปดำเนินการทดสอบเบื้องต้น (Pilot Test) เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.984

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณโดยการออกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลกับพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจาก เอกสาร วิชาการต่าง ๆ อาทิ เอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และบทความทางวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แบ่งออกเป็น 2 สถิติ ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปรที่ศึกษา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และความผูกพันองค์กร ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test และ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความผูกพันในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายอิทธิพลของปัจจัยด้านค่าตอบแทนและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา” สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 57.47 อายุระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 74.71 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 54.02 และระยะเวลาปฏิบัติงาน 7-10 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25

2. ระดับค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านค่าตอบแทนในรูปของตัวเงิน ($\bar{X}=3.21$, S.D.=0.248) รองลงมาคือ ด้านค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ในรูปของตัวเงิน ($\bar{X}=3.08$, S.D.=0.287) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์ แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ระดับค่าตอบแทน		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ค่าตอบแทนในรูปของตัวเงิน	3.21	0.248	ปานกลาง
ค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ในรูปของตัวเงิน	3.08	0.287	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14	0.192	ปานกลาง

3. ระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเสี่ยง ($\bar{X}=3.25$, S.D.=0.640) รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}=3.24$, S.D.=0.449) ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ($\bar{X}=3.21$, S.D.=0.565) ด้านความขัดแย้ง ($\bar{X}=3.19$, S.D.=0.510) ด้านการให้รางวัลและการลงโทษ ($\bar{X}=3.18$, S.D.=0.569) ด้านความอบอุ่น ($\bar{X}=3.18$, S.D.=0.613) ด้านการสนับสนุน ($\bar{X}=3.16$, S.D.=0.508) ด้านการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ($\bar{X}=3.15$, S.D.=0.585) และด้านโครงสร้างองค์กร ($\bar{X}=3.10$, S.D.=0.471) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

บรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ระดับบรรยากาศองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
โครงสร้างองค์กร	3.24	0.449	ปานกลาง
ความรับผิดชอบ	3.18	0.613	ปานกลาง
ความอบอุ่น	3.16	0.508	ปานกลาง
การสนับสนุน	3.18	0.569	ปานกลาง
การให้รางวัลและการลงโทษ	3.19	0.510	ปานกลาง
ความขัดแย้ง	3.21	0.565	ปานกลาง
มาตรฐานการปฏิบัติงาน	3.15	0.585	ปานกลาง
การเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	3.25	0.640	ปานกลาง
ความเสถียร	3.18	0.152	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24	0.449	ปานกลาง

4. ระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความผูกพันเชิงคงอยู่ (\bar{X} =3.28, S.D.=0.482) รองลงมาคือ ด้านความผูกพันเชิงอารมณ์ (\bar{X} =3.08, S.D.=0.460) และด้านความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (\bar{X} =2.99, S.D.=0.799) ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา	ระดับความผูกพันในองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความผูกพันเชิงอารมณ์	3.08	0.460	ปานกลาง
ความผูกพันเชิงคงอยู่	3.28	0.482	ปานกลาง
ความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน	2.99	0.799	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.12	0.304	ปานกลาง

5. ความผูกพันในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราที่แตกต่างกัน มีระดับความผูกพันในองค์กรที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยเพศ อายุ และระยะเวลาปฏิบัติงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน ดังปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราที่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถิติที่ใช้	p-value	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test = 0.435	0.664	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	F-test = 1.419	0.230	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F-test = 3.508	0.032*	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน	F-test = 3.878	0.010*	ยอมรับสมมติฐาน
ระยะเวลาปฏิบัติงาน	F-test = 2.122	0.080	ปฏิเสธสมมติฐาน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ได้แก่ ค่าตอบแทนในรูปของตัวเงิน และค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ในรูปของตัวเงินไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร ความรับผิดชอบ ความอบอุ่น การสนับสนุน การให้รางวัลและการลงโทษ ความขัดแย้ง มาตรฐานการปฏิบัติงาน การเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และความเสียง มีเพียงความเสียงที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำนายความพึงพอใจได้ร้อยละ 10.8 โดยหากพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรามีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าความผูกพันองค์กรจะลดลงเท่ากับ 0.241 รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 5-6

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปรทำนาย	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.509	0.384		6.527	0.000*
ค่าตอบแทนในรูปของตัวเงิน	0.152	0.093	0.124	1.637	0.103
ค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ในรูปของตัวเงิน	0.038	0.080	0.036	0.478	0.633

R = 0.130, R², 0.017, Adjusted R² = 0.005, SEE. = 0.303, F = 1.474, Sig. = 0.232

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

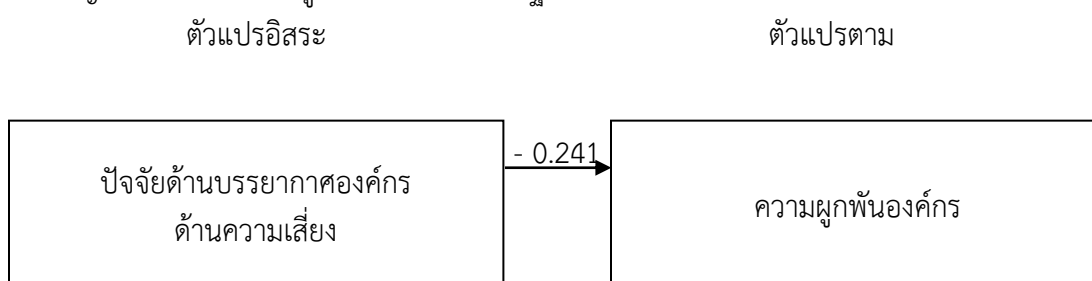
ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปรทำนาย	B	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.218	0.506		4.384	0.000*
โครงสร้างองค์กร	0.028	0.051	0.043	0.542	0.588
ความรับผิดชอบ	0.078	0.057	0.116	1.389	0.167
ความอบอุ่น	0.103	0.043	0.207	2.398	0.018
การสนับสนุน	0.082	0.05	0.137	1.634	0.104
การให้รางวัลและการลงโทษ	0.058	0.046	0.108	1.262	0.209
ความขัดแย้ง	0.065	0.054	0.109	1.214	0.227
มาตรฐานการปฏิบัติงาน	0.003	0.047	0.006	0.067	0.947
การเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	-0.018	0.046	-0.035	-0.392	0.696
ความเสี่ยง	-0.115	0.039	-0.241	-2.961	0.004*

R = 0.329, R², 0.108, Adjusted R² = 0.059, SEE. = 0.295, F = 2.207, Sig. = 0.024*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สามารถสรุปตัวแบบ (Model) ที่ได้จากผลการวิจัยพร้อมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หรือนำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัยในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวแบบ (Model) จากผลการวิจัยพร้อมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าตอบแทนในรูปของตัวเงิน อยู่ในระดับปานกลาง และค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ในรูปของตัวเงิน อยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน

2. ระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า โครงสร้างองค์กร ความรับผิดชอบ ความอบอุ่น การสนับสนุน การให้รางวัลและการลงโทษ ความขัดแย้ง มาตรฐานการปฏิบัติงาน การเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และความเสี่ยง โดยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

3. ระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความผูกพันเชิงอารมณ์ ความผูกพันเชิงคงอยู่ และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน โดยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

4. ความผูกพันในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยเพศ อายุ และระยะเวลาปฏิบัติงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ด้านความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทำนายความพึงพอใจได้ร้อยละ 10.8 โดยหากพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าความผูกพันองค์กรจะลดลงเท่ากับ 0.241

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับปัจจัยค่าตอบแทนของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ระดับค่าตอบแทนของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งด้านค่าตอบแทนในรูปของตัวเงินและค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ในรูปของตัวเงิน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Imron et al. (2020) Vizano et al. (2020) และ Rohas et al. (2024) ที่ให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของพนักงานในองค์กร โดยค่าตอบแทนทั้งในรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินต่างมีบทบาทสำคัญต่อความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบค่าตอบแทนที่ครอบคลุมทั้งสองมิติเพื่อสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไว้กับองค์กร

2. ระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ระดับบรรยากาศองค์กรของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 9 ด้าน ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของภักดิ์กร อินทรพรพรณ และคณะ (2566) ศรญา จิตตมานนท์กุล (2567) พิชญานิน พยุงสุวรรณ และจุฑาทิพ คล้ายทับทิม (2568) กมลชนก นิยะสม และ พัชรทัทัย จารุทวีผลนุกูล (2568) รวมถึงงานวิจัยของ Imron et al. (2020) Lee and Kim (2023) และ Rohas et al. (2024) ที่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้รางวัล ความอบอุ่น การสนับสนุน และการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรยากาศองค์กรในทุกมิติอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน

3. ระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ระดับความผูกพันในองค์กรของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันเชิงอารมณ์ ความผูกพันเชิงคงอยู่ และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Imron et al. (2020) ที่ระบุว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Kurniawati and Ramli (2024) ที่พบว่าความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความมีส่วนร่วมในการทำงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลชนก นิยะสม และ พัชรหทัย จารุทวี ผลนุกูล (2568) ที่แสดงให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรต้นกลางที่สำคัญในการเพิ่มระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานในทุกมิติเพื่อให้องค์กรสามารถรักษาพนักงานที่มีคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

4. ความผูกพันในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิศรา ช่างสาร และคณะ (2565) และพิชญานิน พงษ์สุวรรณ และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม (2568) ที่พบว่าเพศไม่มีความแตกต่างกันต่อความผูกพันในองค์กร แสดงให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรไม่ได้ถูกกำหนดโดยเพศของพนักงาน พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิศรา ช่างสาร และคณะ (2565) ที่พบว่าอายุไม่มีความแตกต่างกันต่อความผูกพันในองค์กร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยอื่นๆ เช่น บรรยากาศองค์กรและค่าตอบแทนมีอิทธิพลต่อความผูกพันมากกว่าช่วงอายุของพนักงาน พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยพนักงานที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความผูกพันต่ำกว่าพนักงานที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีการศึกษาสูงกว่ามักได้รับมอบหมายงานที่ท้าทายและมีความรับผิดชอบสูงกว่า ส่งผลให้รู้สึกมีคุณค่าและผูกพันกับองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยพนักงานที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทมีความผูกพันสูงกว่าพนักงานที่มีรายได้สูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิศรา ช่างสาร และคณะ (2565) และพิชญานิน พงษ์สุวรรณ และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม (2568) ที่พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกันต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีรายได้น้อยมักมีทางเลือกในการเปลี่ยนงานที่จำกัดกว่า จึงมีแนวโน้มที่จะผูกพันกับองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีรายได้สูงซึ่งมีโอกาสในการเคลื่อนย้ายไปยังองค์กรอื่นได้ง่ายกว่า และพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กรและค่าตอบแทนมีอิทธิพลต่อความผูกพันมากกว่าระยะเวลาในการทำงาน

5. ปัจจัยด้านค่าตอบแทนและบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัทผลิตตู้แช่เย็นเพื่อการพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทนทั้งในรูปของตัวเงินและไม่ใช่นิรูปของตัวเงินไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ผลการวิจัยแตกต่างจากการศึกษาของวิศรา ช่างสาร และคณะ (2565) Imron et al. (2020) Vizano et al. (2020) และ Rohas et al. (2024) ที่พบว่าค่าตอบแทนส่งผลต่อความผูกพันอย่างมีนัยสำคัญ ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากบริบทของอุตสาหกรรมการผลิตที่พนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ มากกว่าค่าตอบแทน เช่น ความมั่นคงในงานและสภาพแวดล้อมการทำงาน สำหรับปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร พบว่ามีเพียงความเสี่ยงเท่านั้นที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบ

กล่าวคือ เมื่อความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความผูกพันองค์กรจะลดลง 0.241 หน่วย ผลการวิจัยนี้แตกต่างจากการศึกษาของภัคกร อินทรพวรรณ และคณะ (2566) ที่พบว่าทำให้รางวัลและความอบอุ่นส่งผล และแตกต่างจากศรญา จิตตมานนท์กุล (2567) พิชญานิน พงษ์สุวรรณ และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม (2568) กมลชนก นิยะสม และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2568) รวมถึง Rohas et al. (2024) ที่พบว่าบรรยากาศองค์กรโดยรวมส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพัน ทั้งนี้ผลการศึกษานี้ต่างนี้อาจสะท้อนให้เห็นว่าในอุตสาหกรรมการผลิตพนักงานให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความมั่นใจในการทำงานเป็นพิเศษ โดยความเสี่ยงที่สูงเกินไปส่งผลให้พนักงานรู้สึกไม่มั่นคงและลดความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยเพื่อเสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. องค์กรควรสร้างสภาพแวดล้อมที่พนักงานรู้สึกปลอดภัยในการรับความเสี่ยงและการทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยผู้บริหารควรแสดงออกอย่างชัดเจนว่ายอมรับความผิดพลาดที่เกิดจากการเรียนรู้และการพัฒนา จัดให้มีการแบ่งปันประสบการณ์จากความล้มเหลวเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างระบบที่สนับสนุนการเสนอแนวคิดใหม่โดยไม่ต้องกลัวผลกระทบเชิงลบ

2. องค์กรควรพัฒนาระบบเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ชัดเจนสำหรับพนักงานทุกระดับการศึกษา จัดโครงการพัฒนาทักษะและความรู้อย่างต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้พนักงานได้รับมอบหมายงานที่ท้าทายและสอดคล้องกับศักยภาพ และสนับสนุนการศึกษาต่อหรือการพัฒนาคุณวุฒิเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับมิติต่างๆ ของความเสี่ยง เช่น ความเสี่ยงทางกายภาพ ความเสี่ยงทางจิตใจ ความเสี่ยงในการตัดสินใจ และความเสี่ยงในการเสนอแนวคิดใหม่ โดยอาจใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจมุมมองและประสบการณ์ของพนักงานอย่างละเอียด

เอกสารอ้างอิง

กมลชนก นิยะสม และ พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2568). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของบรรยากาศองค์กรและสมรรถนะในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านหน้าสังกัดกองบัญชาการกองทัพอากาศ: การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรในฐานะตัวแปรคั่นกลาง. *วารสารการจัดการใช้คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 4(3); 2-21.

ชาคริต ศรีสกุล . (2560) . ตัวแบบสมการโครงสร้างปัจจัยด้านบรรยากาศในองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมในเครือดุสิต อินเทอร์เน็ตชั้นนำ. [รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยดุสิตธานี,วิทยาลัยดุสิตธานี].

ณัฐวัลย์ โพธิ์ไพจิตร (2565). ปัจจัยค่าตอบแทนในบริษัทเอกชนรูปแบบใดส่งผลต่อความจงรักภักดีในองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชันวาย. [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล].

- ธนัทพงษ์ วังทะพันธ์.(2564) บรรยายภาคองค์การที่ส่งผลต่อความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของ โรงเรียน สังกัด สำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดนครพนม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร].
- นิภา แก้วศรีงาม. (2547). ความคิดเชิงบวก(Positive Thinking) พึ่งคิดว่าทุกปัญหามีทางออกไม่ใช่ทุกทางออกเป็น ปัญหา. *วารสารวงการศึกษา*, 1(12), 76-78.
- ประภัสสร ม่วงทอง (2563). ความพึงพอใจในค่าตอบแทนและความพึงพอใจในงาน กรณีศึกษา : บริษัทเอกชนขนาดใหญ่. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- ประวีณา คาไซ และณัฐพล ตรีสุขะรัตน์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร กลุ่มเจนเนอเรชันวายในธุรกิจร้านอาหารระดับหรู ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(2), 191-207.
- พิชญานิน พยุงสุวรรณ และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม (2568). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมการจัดหางาน. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 7(1) ; 210-222.
- ภัคกร อินทร์พรรณ, สมพลทุ่มหว่า, ทองฟู ศิริวงศ์ และธรรมศักดิ์ ค่วยเทศ. (2566). บรรยายภาคองค์การและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานพิเศษแบรินด์หนึ่งในประเทศไทย. *วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 2(3); 41-53.
- มีทวัน เลิศวุฒิมวงศา. (2564). ความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของพนักงานเอกชน กรณีศึกษาบริษัทจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- รัชมงคล คำชู. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนชายบ้านกรุณา.[การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์. (2561). การเปรียบเทียบรูปแบบค่าตอบแทนและสวัสดิการแรงงานของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัด สมุทรปราการ. การวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559.
- วิศรา ช่างสาร, ปภาดา พงศ์อัจฉริยกุล, พิมพ์นิภา ภูเหลือ้ม และรัตนา สีดี. (2565). ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี และจังหวัดอยุธยา.วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(6) ; 2-13.
- ศรญา จิตตมานนท์กุล (2567). บรรยายภาคองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการ สังกัดสำนักงานสถิติแห่งชาติ (ส่วนกลาง). [สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]
- ศศิวิมล ทุมวัน. (2560). ปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 2. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุนิสา เนาวรัตน์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรยายภาคองค์การของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 2. [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].

- อาทิยา หมิ่นเดช (2550). การรับรู้บรรยากาศองค์การและการยอมรับการพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาลกรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง. [งานวิจัยส่วนบุคคล, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- Allen, N.J. and Meyer, J.P. (1991) A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
- Changsan, W., Pongachariyakul, P., Phuleam, P., & Seedee, R. (2023). Compensation Factors Affecting Organizational Commitment of Private Company Employee in Pathumthani and Ayutthaya Provinces. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 9(6), 1-13.
- Imron, H., Indradewa, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Compensation effects and organizational climate on employees' performance by organizational commitment. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(5), 300–307.
- Kurniawati, E. & Ramli, A. H. (2024). The Influence of Procedural Justice, Organizational Trust, and Organizational Commitment on Work Engagement., *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 755-772
- Lee, M., & Kim, B. (2023). Effect of employee experience on organizational commitment: Case of South Korea. *Behavioral Sciences*, 13(7), 521.
- Litwin, G.H. & Stringer, R.A. Jr. (1968). Motivation and organisational climate. Division of Research, Harvard Business School, Boston.
- Mondy, R. W. and Noe, R. M. "Human resource management," International Edition, 9th Edition, Prentice Hall, 2005.
- Newman, J., & Gerhart, B., Milkovich, G.T. (2017). Compensation (12th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Rohas, M., Abdiyanto, & Sahyar. (2024). The influence of organizational climate, compensation, and placement on employee work commitment at the department of marine and fisheries in Simeulue regency. *Mantik Journal*, 8(3), 1326–1336.
- Steers, R. M. (1997). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46–56.
- Steers, R. M., & Porter, L. W. (Eds.) (1991). Motivation and Work Behavior (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Vizano, N. A., Utami, W., Johanes, S., & Herawati, A., Aima, H., Sutawijaya, A. H., Purwanto, A., Supono, J., Rahayu, P., Setiyani, A., & Widayati, C. (2020). Effect of compensation and organization commitment on turnover intention with work satisfaction as intervening variable in Indonesian industries. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(9), 287-298.
- Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis (3rd Edition). New York: Harper and Row