

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฟรามแมค (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาแสดงไว้ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท ฟรามแมค (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ฟรามแมค (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 75 ล้านบาท โดยนักลงทุนชาวอิตาเลียน และปัจจุบันบริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 350 ล้านบาท บริษัทฯ ตั้งอยู่เลขที่ 231 หมู่ 6 ตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และประกอบกิจการ โรงงานผลิต ประกอบ ตัดแปลง ซ่อมแซมตู้สำหรับเก็บอาหารแช่แข็งหรือตู้ไอศกรีม ตู้แช่แข็ง ชั้นแช่เย็น ภายใต้ชื่อตราสินค้า “Framec” ผลิตและส่งออกตู้แช่เย็นขายในประเทศและส่งออกขายในต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าสำคัญในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ใต้หวัน ฮองกง อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย เป็นต้น (แผนกการตลาด บริษัท ฟรามแมค (ประเทศไทย) จำกัด, 2552)

เป็นเวลากว่า 10 ปีที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตตู้แช่มาโดยตลอด ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของบริษัทฯ ได้แก่ ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบตู่กู้ค้า คุณภาพของสินค้าและการบริการที่สร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้ามาโดยตลอด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ประสบการณ์อันยาวนานของผู้บริหารของบริษัทฯซึ่งมีผลต่อความสำเร็จโดยตรง

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1. ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

L.Porter และ F.J. Smith (1991) ให้ความหมายว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นระดับของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกกับองค์กรซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวพันกันอย่างแน่นแฟ้นของสมาชิกที่มีต่อองค์กรซึ่งมีความหมายใน 3 ลักษณะ คือ

1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรเป็นลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อด้านทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร มีความผูกพันอย่างแท้จริงต่อค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กรซึ่งเป็นเป้าหมายของตนด้วย

มีความเชื่อว่าองค์กรนี้ เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วย ทัศนคติที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร เป็นลักษณะที่บุคลากรเต็มใจที่จะเสียสละอุทิศตน พยายามทำงานเต็มความสามารถ เพื่อให้้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมาย เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กร และมีความห่วงใยต่อความเป็นไปขององค์กร

3) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เป็นลักษณะที่บุคลากรแสดงความต้องการ และตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ตลอดไป มีความจงรักภักดีต่อองค์กร มีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กร และพร้อมที่จะบอกกับคนอื่นว่า ตนเป็นสมาชิกขององค์กร รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สนับสนุนและสร้างสรรค์องค์กรให้ดียิ่งขึ้น มีความเชื่อว่าองค์กรนี้ เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วย ทัศนคติที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

Burke (2003) เป็นบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้กล่าวว่า พนักงานที่มีความผูกพันคือผู้ที่ทำงานอยู่กับองค์กรนั้นๆ เพื่อส่งเสริมองค์กรให้สร้างผลผลิตและให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงช่วยเหลือองค์กรให้ประสบความสำเร็จมีผลกำไร โดยความผูกพันของพนักงานนี้มีความเชื่อมโยงกับความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) และความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ขององค์กร

The Institute For Employment Studies (2004) เป็นบริษัทที่ปรึกษางานทางด้านการพัฒนากลยุทธ์และงานวิจัย ได้ให้ความหมายของคำว่า ความผูกพันของพนักงานไว้ว่า พนักงานจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กรและคุณค่าขององค์กร พนักงานที่มีความผูกพันกับองค์กรจะใส่ใจในบริษัทของธุรกิจ และทำงานกับเพื่อนร่วมงานในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร องค์กรจะต้องสร้างการพัฒนาและปลูกฝังความผูกพันของพนักงานซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างและลูกจ้างหรือพนักงาน พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีพฤติกรรมอันประกอบไปด้วย (ชัยทวี เสนะวงศ์, 2550)

- 1) มีความเชื่อมั่นในองค์กร
- 2) พัฒนา ปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
- 3) มีความเข้าใจในกระบวนการบริหารงานขององค์กรอย่างลึกซึ้ง ทั้งในภาพกว้างและภาพย่อย
- 4) ยอมรับ เชื่อมั่น ให้เกียรติในคนอื่น ๆ และเต็มใจให้ความช่วยเหลือคนอื่น ๆ อยู่เสมอ

- 5) มีความพร้อมเต็มใจ และร่วมมือที่จะทำงานในเชิงรุกไปข้างหน้า
- 6) พัฒนาตนเองอยู่เสมอ
- 7) สถิติการหยุดงาน ลาออกต่ำ
- 8) ผู้นำ เป็นผู้นำที่มีวุฒิภาวะทางอารมณ์และสังคม

ชัยทวี เสนาะวงศ์ (2550) ให้ความหมายว่าเป็นกระบวนการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานในการที่จะพัฒนา หรือสร้างให้พนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร เมื่อพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร พวกเขาจะตระหนักถึงประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในกระบวนการปฏิบัติงานขององค์กรอยู่ตลอดเวลา พนักงานเหล่านี้พร้อมจะทุ่มเท ร่วมมือในการปรับปรุงงาน เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

กล่าวโดยสรุปความผูกพันของพนักงานเป็นลักษณะภายในของพนักงาน โดยมีความเชื่อว่าการที่พนักงานจะทำงานได้ดี อยู่กับองค์กร ได้อย่างยาวนาน และสร้างสรรค์ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถก็ต่อเมื่อพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร ต่อเพื่อนร่วมงาน และต่อตนเอง โดยความรู้สึกนั้นจะยั่งยืนหรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าองค์กรตระหนักและให้ความสำคัญต่อคุณค่าของพนักงานเพียงใด ได้เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงบทบาท ความรู้ความสามารถที่เหมาะสมหรือไม่ เพื่อที่ว่าในท้ายที่สุดทั้งพนักงานและองค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ชนะ-ชนะ (WIN-WIN SITUATION) หรือเป้าหมายแห่งความสำเร็จด้วยกันทั้งคู่ (สันติชัย อินทรอ่อน, 2550: 4-5)

2.2.2 หลักการแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

สุรัสวดี สุวรรณเวช (2549) ได้กล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีทางด้านความผูกพันต่อองค์กร (Employee Engagement) โดยมีการให้ความหมายจากนักวิชาการต่างๆ ไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

Burke Institute (2003) สถาบันบรู๊ค เป็นสถาบันที่มีการวิจัยเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร พบว่า พนักงานที่มีความผูกพันกับองค์กรจะอยู่กับองค์กรนานขึ้น ให้ความร่วมมือกับองค์กร รวมทั้งสินค้าและบริการขององค์กร และจะช่วยสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจ และยังพบว่า ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) กับความภักดีต่อตราหือของลูกค้า (Customer Loyalty) และผลกำไรของบริษัท (Profitability) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

The Gallup Organization (2002) ได้ทำการวิจัย และพบว่า ปัจจัยที่ทำให้กิจการเติบโตได้เกิดจากการเน้นการผลิตให้มีกำไรหรือรายได้สูงสุดเท่านั้น แต่เกิดจากการพัฒนาบุคลากรให้มีความผูกพันกับองค์กรเพื่อสร้างลูกค้าที่มีความผูกพันกับองค์กรและจะนำมาซึ่ง การเพิ่มขึ้นของกำไรที่แท้จริง

Jack Welch, CEO ของบริษัท General Electric (อ้างใน the Gallop Organization, 2002) กล่าวไว้ว่า บริษัทใดๆ ที่พยายามทำการแข่งขัน จะต้องสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นในใจของพนักงานทุกคน ในธุรกิจการบริการพนักงานเป็นผู้ส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า และในธุรกิจอุตสาหกรรมก็ไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้หากปราศจากพนักงานที่มีความผูกพัน ซึ่งพนักงานที่มีความผูกพันนั้นจะช่วยเพิ่มและรักษาลูกค้าที่มีความผูกพัน จนสามารถสร้างการเติบโตของยอดขายและผลกำไรอย่างยั่งยืน จนเพิ่มมูลค่าหุ้นขององค์กรได้

The Gallup Organization สถาบันวิจัยและองค์กรที่ปรึกษาได้นำแนวคิดเรื่องการวัดความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรศึกษาวิจัย โดยได้แบ่งประเภทของพนักงานไว้ 3 ประเภทคือ

- 1) พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กร (Engaged Employee) คือ พนักงานที่เปรียบเสมือน “ดาวเด่นในองค์กร” ทำงานด้วยความมีใจรักและทุ่มเทในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ มีความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรอย่างแท้จริง และจะหาแนวทางในการปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ เพื่อให้้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จในที่สุด
- 2) พนักงานที่ไม่มีใจรักและทุ่มเทในงาน (Not-Engaged Employee) คือ พนักงานที่เสมือน “ผีดิบในองค์กร” ทำงานเพื่อให้งานเสร็จตามความต้องการเบื้องต้น ไม่มีใจรักและทุ่มเทในงาน ไม่มีการคิดค้นนวัตกรรม ไม่เพียงแต่ที่จะไม่ให้คำมั่นสัญญากับองค์กร แต่ยังทำงานเพื่อต่อต้านวัตถุประสงค์ขององค์กรอีกด้วย
- 3) พนักงานที่สร้างปัญหาให้กับองค์กร (Actively Disengaged Employee) คือ พนักงานพวกที่สร้างปัญหาให้กับองค์กร มีทัศนคติในแง่ลบในการทำงาน ไม่มีความสุขในการทำงานที่ทำ และยังส่งผลต่อความรู้สึกที่ไม่ดีนี้ไปยังพนักงานที่อยู่รอบๆ ข้าง เปรียบเสมือน “แอปเปิ้ลเน่า” ที่คอยทำลายความสำเร็จของผู้อื่นในที่สุดไม่เพียงแต่ที่จะทำงานไม่ประสบความสำเร็จ พนักงานเหล่านี้ยังจะขัดขวางการทำงานของพนักงานคนอื่นๆ ด้วย

2.2.3 วิธีการวัดความผูกพันต่อองค์กร

Burke Institute (2003) บริษัทที่ปรึกษาด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ทำการวิจัยในเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร โดยในการวิจัยได้มีการกล่าวถึงส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงาน (Engagement Factors) ด้วยปัจจัยต่างๆ 6 ปัจจัย ได้แก่

ด้านองค์กร (Company) ด้านผู้จัดการ (Manager) ด้านกลุ่มงาน (Work Group) ด้านงาน (Job) ด้านสายอาชีพ (Career/Profession) และด้านลูกค้า (Customer) โดย Burke ได้นำปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มาเป็นปัจจัยในการวัดความผูกพันของพนักงาน ซึ่งในแต่ละปัจจัยจะมีหัวข้อที่ใช้เป็นประเด็น เพื่อวัดความผูกพันของพนักงาน เช่น ในด้านองค์กร เป็นคำถามที่ถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำ ค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นๆ ที่จัดให้ โดยปัจจัยในด้านต่างๆ เหล่านี้จะนำไปสู่ความผูกพันของพนักงาน และผลของความผูกพันของพนักงานดังกล่าวจะแสดงออกมาในลักษณะของผลการดำเนินงานของพนักงานและองค์กร การคงอยู่ของพนักงานในองค์กร ความจงรักภักดีของลูกค้า และความสามารถในการทำกำไร

The Institute for Employment Studies (2004) บริษัทที่ปรึกษางานทางด้านการพัฒนากลยุทธ์ และงานวิจัย ได้ทำการวิจัยเรื่องความผูกพันของพนักงาน ในปี 2003 กับพนักงานจำนวนกว่า 10,000 คน ใน 14 องค์กร ใน NHS (National Health Service) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความผูกพันของพนักงานเกิดจาก

- 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 2) โอกาสที่ได้แสดงความคิดเห็น
- 3) โอกาสในการพัฒนาในงาน
- 4) องค์กรให้ความสนใจความเป็นอยู่ของพนักงาน

นอกจากนี้จากการศึกษาของ IES นี้ยังพบว่า ระดับความผูกพันของพนักงานสามารถแปรผันไปตามลักษณะส่วนบุคคล โดยในเรื่องของอายุ พบว่า ระดับความผูกพันของพนักงานลดลงเมื่อพนักงานมีอายุมากขึ้น (แต่อายุไม่เกิน 60 ปี) พนักงานในตำแหน่งผู้จัดการ มีแนวโน้มที่จะมีความผูกพันสูงกว่าพนักงานทั่วไปที่เป็นฝ่ายสนับสนุน และความผูกพันของพนักงานสามารถแปรผันไปตามลักษณะของงานลักษณะประสบการณ์อีกด้วย

2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

พงศธร ไทยประเสริฐ (2551) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ยามานาชิอิเลคทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรคือพนักงานทั้งหมด 119 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงแบบที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบเส้นตรง (Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-31 ปี จบการศึกษาระดับ ม.6/ปวช. มีอายุการทำงาน 1-5 ปี ปฏิบัติงานอยู่ในแผนกผลิต OPC Drum มีตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ

และมีอัตราเงินเดือน 5,001-10,000 บาท ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ยามานาชิ อิเลคทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด จังหวัดลำพูน ในภาพรวมอยู่ในระดับไม่ผูกพันต่อองค์กร (Not-Engaged) และพนักงานมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านงานด้าน องค์กร ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านภาวะผู้นำในระดับเฉยๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ได้แก่ ด้านองค์กร และด้านภาวะผู้นำ โดยมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05 ส่วน ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุการทำงาน of พนักงาน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม แต่เพศ อายุ ระดับการศึกษา หน้าที่การทำงาน ตำแหน่งงานและอัตราเงินเดือน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม

วรพจน์ เติศสุวรรณเสรี (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท บลูชิพส์ไมโครเฮาส์ จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรคือพนักงานทั้งหมด 189 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงแบบที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบเส้นตรง (Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25- 31 ปี จบการศึกษาระดับ ม.6/ปวช. มีอายุการทำงาน 1-3 ปี ปฏิบัติงานอยู่ในแผนกผลิต PCB/LCD มีตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-10,000 บาท ความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับไม่ผูกพันต่อ องค์กร และพนักงานมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กรในด้านงานและ ด้านภาวะผู้นำในระดับเฉยๆ ส่วนในด้านองค์กรและด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อย ปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ได้แก่ ด้านการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ และด้านภาวะผู้นำ โดยมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานใน ภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05 ส่วนปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน หน้าที่การทำงาน ตำแหน่งงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในภาพรวม

มนัส ธาราวัชรศาสตร์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อินโนเว็กซ์ (ประเทศไทย) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรคือพนักงานทั้งหมด จำนวน 308 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self - Administered Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การ

ทดสอบค่าที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบเส้นตรง (Linear Regression) ผลการศึกษาพบว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อายุการทำงาน 3-5 ปี และมีอัตราเงินเดือนมากกว่า 9,000 บาท มีความผูกพันโดยรวมต่อองค์กร อยู่ในระดับผูกพันมาก ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบ ด้านงาน ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านภาวะผู้นำ ส่วนลักษณะส่วนบุคคล ไม่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร

บรรพต ไชยกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เวสเทิร์นดิจิทัล (ประเทศไทย) จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างพนักงานจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (Independent Sample T-test) และการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (Analysis of Variance: ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยสมการถดถอย (Linear Regression Analysis) จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23 - 27 ปี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 3 มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ตำแหน่งงานเป็น พนักงานรายวันฝ่ายผลิต (DL) ในฝ่ายผลิต มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,501-9,000 บาท และมีระยะเวลาการทำงานเฉลี่ยระหว่าง 4-6 ปี ผลการศึกษาพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับผูกพัน (Engaged) โดยพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยสามารถเรียงลำดับระดับความคิดเห็นต่อองค์การจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านองค์การ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านภาวะผู้นำ และด้านงาน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านภาวะผู้นำ ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม ได้แก่ อายุ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการทำงาน