

แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมัน ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Work Motivation Affecting Employees' Organizational Commitment of Gas Stations in Prachuap Khiri Khan Province

ปานทิพย์ ลิ้มปติยากร* และสุเมธ ฐวดารัตระกูล

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Panthip Limptiyakon* and Sumeth Tuvadaratragool

Faculty of Business and Technology, Stamford International University

Received: October 6, 2022

Revised: December 16, 2022

Accepted: December 19, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ พนักงานสถานีบริการน้ำมันในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ 384 คน งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.999 และข้อคำถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 ทุกข้อ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความผูกพันในการทำงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความผูกพันด้านพฤติกรรมมาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ความผูกพันด้านทัศนคติ และความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรตามลำดับ 2) ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยจูงใจ มาเป็นลำดับแรก และปัจจัยจูงใจมาเป็นอันดับสอง และ 3) แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานกับการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านปัจจัยจูงใจ ได้แก่ เงินเดือน โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า นโยบาย และการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 82.80 ($R^2 = 0.828$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร สถานีบริการน้ำมัน

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of organizational commitment of gas station employees in Prachuap Khiri Khan Province; 2) to study the level of work motivation of gas station employees in Prachuap Khiri Khan Province; and 3) to analyze the effect of work motivation on employees' organizational commitment of gas stations in Prachuap Khiri Khan Province. This study was quantitative research. Population was gas station employees in Prachuap Khiri Khan Province and the sample size was 384 gas station employees. This research used questionnaire as a data collection tool with the reliability coefficient of 0.999 and IOC of 1 for each question. The purposive sampling technique was applied. Statistics used included mean, standard deviation, and multiple regressions. The results revealed that 1) the overall organizational commitment was found at the high level. When considering each aspect, behavioral commitment was found as the first rank, followed by attitudinal commitment and organizational determination of membership, respectively; 2) the overall work motivation was found at the high level. When considering each aspect, motivation factors come first, followed by maintenance factors; 3) Work motivation included motivation factors consisting of achievement, together with recognition, and maintenance factors consisting of salary, possibility of growth, company policies and administration. Job security affected organizational commitment of gas station employees in Prachuap Khiri Khan Province (82.80 percent) at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Work Motivation, Organizational Commitment, Gas Station

บทนำ

องค์กรธุรกิจต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับการบริหารงานบุคคลมากขึ้น สาเหตุเนื่องจากสถานการณ์โลกมีการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจมากขึ้น และสถานบริการน้ำมันถือเป็นแหล่งสำคัญของการคมนาคม และการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไป และองค์กรต่าง ๆ นอกจากนี้นี้ยังเป็นแหล่งรายได้ของผู้ประกอบการ สถานบริการน้ำมันทั้งหลายอีกด้วย ดังนั้น องค์กรจึงต้องพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ทันกับสถานการณ์โลกยุคปัจจุบัน โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารงานบุคคลให้ได้ผลลัพธ์ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรผู้บริหารต้องจัดสรร และบริหารทั้งด้านบุคคล ด้านการเงิน ด้านอุปกรณ์ โดยต้องจัดการให้เกิดประสิทธิผลเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ ปัจจัยด้านคนเพราะเป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญที่ในการขับเคลื่อนตัวแปรอื่น ๆ ให้ดำเนินต่อไปสำหรับองค์กร จากการศึกษาพฤติกรรมของคน พบว่า คน หรือมนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไปหลากหลายรูปแบบ เมื่อความต้องการนั้นได้ผลลัพธ์เป็นที่น่าพึงพอใจก็จะเกิดการตอบสนองทางด้านบวกแต่หากผลลัพธ์นั้นไม่เป็นที่น่าพึงพอใจก็จะเกิดการต่อต้าน เพื่อให้ตนเองได้รับสิ่งที่ต้องการตามมา ซึ่งถ้าองค์กรสามารถทำให้บุคลากรพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการก็จะส่งผลให้เกิดแรงกระตุ้น หรือ

แรงจูงใจทำให้บุคลากรทำงานในหน้าที่ด้วยความเต็มใจส่งผลให้บุคลากรสามารถทำงานได้ตามเป้าหมาย ที่องค์กรกำหนดได้อย่างมีคุณภาพ ดังนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องมีข้อมูล และผลการศึกษาปัจจัย หรือสิ่งที่ทำให้ พนักงานเกิดความพอใจในงานที่ทำการสนับสนุน เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีในการทำงานซึ่งจะส่งผลให้องค์ประสบความสำเร็จ และเจริญรุ่งเรืองได้ต่อไป (วิจัยกรุงศรี, 2565)

การบริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นหน้าที่ของผู้บริหาร และเจ้าของธุรกิจผู้ดูแลรับผิดชอบในงาน ส่วนนี้จะต้องมีความสามารถในการจัดการวางแผนงานด้านคน และด้านการเงินควบคู่กันไปการจ้างงานให้ คำนึงกับภาระค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปในแต่ละวันนอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน กับองค์กร เพื่อลดช่องว่างในการทำงานระหว่าง นายจ้าง กับ ลูกจ้าง เสริมสร้าง และปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร ที่ดีให้กับลูกจ้างให้มีส่วนร่วมในการช่วยตัดสินใจ และพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ให้ลูกจ้างส่วนหนึ่งได้เรียนรู้ เกี่ยวกับหน้าที่ และบทบาทของนายจ้างในแง่ของความเป็นหุ้นส่วนกับนายจ้าง คือ เป็นผู้ร่วมลงทุนด้วยความ สามารถด้านแรงงาน และความคิด เพื่อให้ลูกจ้างมีส่วนได้รับผลกำไรในรูปแบบค่าจ้างที่เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาทางอุตสาหกรรมแล้ว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556)

ความต้องการแรกของลูกจ้างเมื่อเริ่มเข้ามาทำงาน คือ การได้รับค่าจ้าง หรือผลตอบแทนที่ตนเองต้องการ รวมไปถึงด้านสวัสดิการต่าง ๆ ความมั่นคง ความก้าวหน้าในงานที่ทำ สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน สังคม และสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ตนนอกจากนี้องค์กรจำเป็นต้องจัดการบริหารด้านสวัสดิการให้แก่ พนักงานเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กรได้ และเมื่อ บุคคลในองค์กรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีสวัสดิการที่เหมาะสมเท่ากับเป็นการพัฒนาสังคมไปด้วย ทั้งนี้ การบริหาร จัดการสวัสดิการของหน่วยงานจะต้องไม่ขัดแย้งกับนโยบายของรัฐ และต้องเป็นการบริหารที่สามารถ ตอบสนองปัญหา และความต้องการของบุคคล ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาถึงหน่วยงานที่มองว่าได้รับ ความสำเร็จในเรื่องของการให้สวัสดิการ และผลประโยชน์ที่ได้ตามมา คือ การที่จะพัฒนาองค์ความรู้ และ พัฒนาประสบการณ์ในการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น

ปัญหาการลาออกของพนักงานเป็นเรื่องน่าปวดหัวสำหรับทุกองค์กรเสมอ บางครั้งการย้ายงานอาจ เนื่องมาจากการไปหาข้อเสนอที่ดีกว่า หรือบางทีก็อาจมาจากปัญหาต่าง ๆ ภายในองค์กรตั้งแต่เรื่องเล็ก ๆ ไปจนถึงเรื่องใหญ่โต ปัญหาในองค์กรเองก็มีตั้งแต่เรื่องงานไปจนถึงเรื่องคน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุของการ ลาออกของพนักงานได้ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามฝ่ายทรัพยากรบุคคล (Human Resources, HR) ควรเตรียมรับมือ อยู่เสมอ เพราะวัฏจักรนี้จะเกิดขึ้นตลอดเวลา และฝ่าย HR ควรรู้ให้ได้ว่าสาเหตุที่แท้จริงคืออะไร เพื่อที่จะแก้ ปัญหาได้ทัน่วงที รักษาพนักงานไว้ได้ หรือหาทางป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำอีก (HR NOTE. Asia, 2562)

ผลกระทบ และปัญหาของการเปลี่ยนพนักงานบ่อยครั้งของสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่พบ คือ ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ฝ่าย HR เสียเวลาเพิ่มเพื่อจัดฝึกอบรมวิธีปฏิบัติงานให้กับพนักงานใหม่ ซึ่งถือเป็นต้นทุนแฝงในการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และต้องเพิ่มจำนวนคน เพื่อรองรับการให้บริการลูกค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากพนักงานไม่มีความชำนาญงาน จึงทำให้การปฏิบัติงานค่อนข้าง ช้ากว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีความสำคัญมากต่อธุรกิจสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อเจ้าของกิจการได้ในระยะยาว

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ของสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จึงสนใจศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำมาวางแผนในการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้กับพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงานของ Herzberg, F. & Others (1959) และความผูกพันต่อองค์กรของ Steers, Richard M. and Porter, Lyman, W. (1983) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการวิจัย ดังนี้

แรงจูงใจในการทำงานเนื่องจากแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างกำลังใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากร และส่งผลทำให้องค์กรได้รับประโยชน์จากแรงผลักดันที่เกิดขึ้น เจ้าของกิจการ ผู้บริหารจึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานในด้านแรงจูงใจ 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน Herzberg, F. & Others (1959) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงาน (Motivation) หมายถึง กระบวนการที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปยังเป้าหมายที่กำหนดโดยมีแรงจูงใจ (Motive) เป็นตัวผลักดันให้แสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กรที่จะประสบความสำเร็จ Sallis, E. and Sallis, K. (1990) ได้ให้ความหมายว่า แรงจูงใจเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดความพึงพอใจได้จากการตอบสนองความต้องการ และเป็นแรงผลักดันให้เกิดความรู้สึกที่ดีในการทำงานแต่หากบุคคลไม่เข้าใจในสิ่งที่ป็นแรงจูงใจก็อาจจะทำให้บุคคลนั้นไม่สามารถทำงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตนเอง และองค์กรต้องการได้ และสมคิด บางโม (2558) ได้ให้ความหมายว่า การจูงใจ หรือการกระตุ้นให้พนักงานทำงานเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารหลักสำคัญของการกระตุ้นให้พนักงานมีความอยากทำงานนั้นจะต้องมีกลยุทธ์ หรือวิธีที่จะโน้มน้าวพนักงานว่าหากทำสิ่งนั้น ๆ ก็จะทำให้ได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้น

ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน

ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg F. & Others (1959) เป็นทฤษฎีจูงใจโดยเสนอว่าปัจจัยในการทำงานเกี่ยวข้องกับความรู้สึกดีในการทำงาน และไม่พึงพอใจในการทำงาน หมายถึง การทำงานโดยหลักการของ

เจ้าของกิจการจะพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานการสร้าง ความพอใจนี้ สรุปว่า บุคคลจะมีความต้องการในงานที่แยกจากกันเป็นอิสระซึ่งจะขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) เป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความอยากทำงาน และจะทำให้งานนั้นประสบความสำเร็จ และมีคุณภาพ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) การทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ลุล่วงได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการและเกิดความพอใจ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) การที่ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และบุคคลทั่วไปชื่นชม และแสดงความยินดีกับผลงานที่บรรลุผลทำให้พนักงานเกิดความภูมิใจ และมีกำลังใจในการทำงานต่อไป

1.3 ลักษณะของงานที่สร้างสรรค์ และท้าทาย (Work Itself) ความรู้สึกที่มีต่อลักษณะงานไม่ว่างานนั้นจะยาก หรือง่าย รวมทั้งปริมาณงานที่มาก หรือน้อยแต่ถ้าเป็นงานที่น่าสนใจก็จะทำให้พนักงานพึงพอใจกับลักษณะงานนั้น

1.4 ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) การปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนในสิ่งที่ตนรับผิดชอบ รวมทั้งการปรับปรุงพัฒนางานให้สำเร็จตามที่องค์กรต้องการ

1.5 ความก้าวหน้าในอาชีพ (Advancement) การเปลี่ยนแปลงในด้านการทำงานในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้มีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งหรือเพิ่มเงินเดือน

2. ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors) ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่

2.1 นโยบาย และการบริหารงานขององค์กร (Company Policies and Administration) หลักการ และวิธีปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นแนวทางการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.2 การปกครองบังคับบัญชา (Supervision) ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงาน หรือความยุติธรรมในการบริหาร

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร (Relationship With Supervisors Peers and Subordinates) ท่าที ความรู้สึก ในการติดต่อสื่อสารกันที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน

2.4 ค่าจ้าง และผลตอบแทน (Salary) เงินค่าตอบแทนจากการทำงานที่กำหนดให้เป็นรายเดือน ที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานในองค์กร

2.5 สภาพภาพในการทำงาน (Working Condition) สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงานรวมทั้งลักษณะของสิ่งของแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ

2.6 ความมั่นคงในงาน (Job Security) การมีเสถียรภาพในด้านต่าง ๆ และการอยู่ในสถานะที่มีความรู้สึกที่ปลอดภัยอย่างไรกังวล และได้รับการป้องกันจากภัยอันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้โดยตั้งใจ หรือโดยบังเอิญก็ตาม เช่น ความมั่นคงในด้านการเงิน หรือความมั่นคงในด้านหน้าที่การงานต่าง ๆ

2.7 ตำแหน่งงาน (Status) อาชีพนั้น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับของสังคมมีเกียรติ และศักดิ์ศรีมีความสำคัญต่อองค์กร

2.8 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า (Possibility of Growth) การได้รับการเลื่อนตำแหน่งในหน่วยงานและความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ

2.9 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) สภาพความเป็นอยู่ที่ดี หรือไม่ดีอันเนื่องมาจากการทำงาน หรือหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน สภาพความเป็นอยู่ปัจจุบัน ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน

จากทฤษฎีแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยจูงใจมีองค์ประกอบย่อย 5 ด้าน ขณะที่ปัจจัย คำจูงมีองค์ประกอบย่อย 9 ด้าน อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ได้นำองค์ประกอบของปัจจัยจูงใจ 5 ด้าน และ องค์ประกอบย่อยของปัจจัยคำจูง 5 ด้าน มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจจิมา เสนานิवास และสร้อยณี อุเสินยาง (2565) ที่ได้ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพัน ของบุคลากร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสัณห์จุฑา ชมพูนุช (2563) ที่ได้ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการ ทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงานธนาคารในสำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง

ความผูกพันต่อองค์กร ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญมากที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ Mowday, R. T., Porter, L. W. & Steers, R. W. (1982) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถแสดงออกให้เห็นถึงความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในการยอมรับเป้าหมาย และ ค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมาก เพื่อประโยชน์ขององค์กร และความต้องการ ดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป และภรณ์ (กิริติบุตร) มหานนท์ (2529) อ้างถึงใน สุนันท์ สิริลือสกุลเพชร (2551) ให้ความหมาย ความผูกพันในองค์การ สามารถแยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความผูกพันเป็นทางการ (Formal Attachment) ต่อองค์การ ซึ่งแสดงออกโดยการไปปรากฏตัวทำงานตามเวลาที่กำหนด และ ความผูกพันทางจิตใจ และความรู้สึก (Commitment) ซึ่งหมายถึงพนักงานมีความผูกพัน หรือสนใจอย่าง จริงจังต่อ เป้าหมาย ค่านิยม และวัตถุประสงค์ของนายจ้าง โดยมีทัศนคติที่ดีต่อนายจ้าง และเต็มใจที่จะทุ่มเท พลังในการทำงาน เพื่อองค์กรจะได้บรรลุถึงเป้าหมายได้สะดวกขึ้น

ทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กร

Steer, M. R. (1991) อ้างถึงใน เบญจมาภรณ์ สอนวัฒนา (2562) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การมี ความหมายใน 3 แบบ คือ

1. ความเชื่อมั่น และการยอมรับเป้าหมายค่านิยมขององค์การลักษณะของบุคคลที่มีทัศนคติเชิงบวก ต่อองค์การ มีความผูกพันอย่างแรงกล้าต่อค่านิยม และเป้าหมายขององค์การ พร้อมสนับสนุนภารกิจของ องค์การที่เป็นเป้าหมายของตนด้วยความเชื่อว่าเป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่อยากจะทำงานด้วย ทัศนคติที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ

2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมาก เพื่อประโยชน์ขององค์การ คือ การที่บุคลากรเต็มใจ ที่จะอุทิศตน เพื่อทำงานเต็มความสามารถให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเกิดผลประโยชน์ต่อองค์กร

3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ คือ การที่บุคลากรแสดงความ ต้องการ และตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ตลอดไปมีความภาคภูมิใจในงานที่ได้ทำ และพร้อมที่จะ สนับสนุนและสร้างประโยชน์กับองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

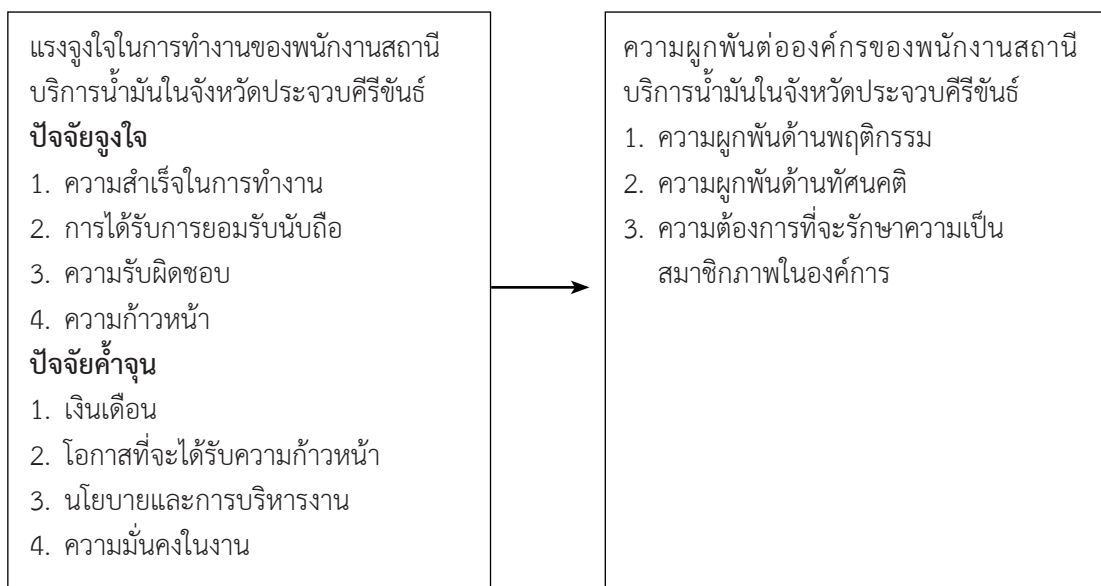
Allen, N. J. P. (1990) ได้แบ่งความผูกพันต่อองค์กรออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) การที่บุคคลมีความรัก และชื่นชมองค์กร อย่างแรงกล้า

2. ความผูกพันอย่างต่อเนื่อง (Continuance Commitment) คือ ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรจนรู้สึก ผูกพันและอยากอยู่กับองค์กรต่อไปเรื่อย ๆ โดยที่ไม่อยากเปลี่ยนที่ทำงานใหม่

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) คือ ผลมาจากบรรทัดฐาน และสังคม ในองค์กรผ่านความรู้สึกว่าตนเองต้องทำหน้าที่ในองค์กรต่อไปด้วยความจงรักภักดี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานปฏิบัติการสถานีบริการน้ำมันในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 88 สถานี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรของ Cochran, W. G. (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 384 คน งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อรายการ (Items) ที่ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67 ขึ้นไปถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ได้ค่า IOC เท่ากับ 1 ทุกข้อ และค่า ICO ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 1

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์ข้างต้นไปทดลองใช้ (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.75 ขึ้นไปถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามของงานวิจัยนี้เท่ากับ 0.999

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเติมน้ำมันสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้ากับปัจจัยค่าจ้าง ได้แก่ เงินเดือนโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าโยบาย และการบริหารงาน และความมั่นคงในงานเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับและสร้างขึ้นตามหลักของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเติมน้ำมันสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประกอบด้วยความผูกพันด้านพฤติกรรม ความผูกพันด้านทัศนคติและความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับและสร้างขึ้นตามหลักของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) โดยแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.999

5 คะแนน หมายถึง มีระดับความผูกพันมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีระดับความผูกพันมาก

3 คะแนน หมายถึง มีระดับความผูกพันปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีระดับความผูกพันน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีระดับความผูกพันน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ใช้เกณฑ์ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับขั้น}}$$

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากเกณฑ์ประเมินดังกล่าวสามารถกำหนดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเพื่อการแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญ/แรงจูงใจ/ความผูกพันมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญ/แรงจูงใจ/ความผูกพันมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญ/แรงจูงใจ/ความผูกพันปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญ/แรงจูงใจ/ความผูกพันน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญ/แรงจูงใจ/ความผูกพันน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามเพื่อแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 88 สถานีจำนวน 384 ฉบับผ่านช่องทางออนไลน์ Google Form เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 โดยมีคำถามคัดกรอง ได้แก่ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามปัจจุบันเป็น พนักงานปฏิบัติการสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หรือไม่ ถ้าเป็นให้ทำคำถามคัดกรองข้อถัดไปได้แต่ถ้าไม่เป็นให้หยุดทำแบบสอบถาม และ 2) สถานีบริการน้ำมันที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำอยู่ในอำเภอใดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากนั้น นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับจากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถาม เช่น จำนวนแบบสอบถามครบ 384 ฉบับ และคำถามในแบบสอบถามในแต่ละฉบับต้องมีคำตอบทุกข้อ และนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องแล้วไปทำการลงรหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปต่อไปโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความผูกพันในการทำงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านภาพรวม

ความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ความผูกพันด้านพฤติกรรม	3.45	0.56	มาก	1
ความผูกพันด้านทัศนคติ	3.44	0.56	มาก	2
ความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร	3.42	0.58	มาก	3
รวม	3.44	0.53	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมของระดับความผูกพันในการทำงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความผูกพันด้านพฤติกรรมมาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ความผูกพันด้านทัศนคติ และความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรตามลำดับ

1. ผลการศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านภาพรวม

แรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ปัจจัยจูงใจ	3.41	0.57	มาก	2
ปัจจัยค้ำจุน	3.45	0.54	มาก	1
รวม	3.43	0.54	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมของระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยจูงใจมาเป็นลำดับแรก และปัจจัยค้ำจุนมาเป็นอันดับสอง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านปัจจัยจูงใจ

ปัจจัยจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ความสำเร็จในการทำงาน	3.38	0.63	ปานกลาง	4
การได้รับการยอมรับนับถือ	3.41	0.61	มาก	2
ความรับผิดชอบ	3.40	0.63	ปานกลาง	3
ความก้าวหน้า	3.45	0.60	มาก	1
รวม	3.41	0.57	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพรวมของระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านปัจจัยจูงใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความก้าวหน้า มาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ การได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และความสำเร็จในการทำงานตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
เงินเดือน	3.51	0.58	มาก	1
โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า	3.42	0.61	มาก	4
นโยบายและการบริหารงาน	3.43	0.59	มาก	3
ความมั่นคงในงาน	3.43	0.56	มาก	2
รวม	3.45	0.54	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมของระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้านปัจจัยค่าจ้าง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เงินเดือน มาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ความมั่นคงในงาน นโยบายและการบริหารงาน และโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5 การศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.318	0.075		4.249	0.000*
ความสำเร็จในการทำงาน (X ₁)	0.076	0.035	0.091	2.193	0.029*
การได้รับการยอมรับนับถือ(X ₂)	0.131	0.043	0.149	3.047	0.002*
ความรับผิดชอบ (X ₃)	0.023	0.038	0.027	0.619	0.536
ความก้าวหน้า (X ₄)	0.032	0.042	0.036	0.763	0.446
เงินเดือน (X ₅)	0.085	0.042	0.093	2.043	0.042*
โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า (X ₆)	0.095	0.038	0.109	2.537	0.012*
นโยบายและการบริหารงาน (X ₇)	0.201	0.038	0.224	5.268	0.000*
ความมั่นคงในงาน (X ₈)	0.267	0.042	0.282	6.302	0.000*

Durbin-Watson = 1.969, R = 0.910, R² = 0.828, Adjusted R² = 0.824, F = 225.464, Sig. of F = 0.000, * = 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกันจึงสรุปได้ว่ากลุ่มตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน (ค่าสถิติ Durbin-Watson เท่ากับ 1.969) กลุ่มตัวแปรอิสระข้างต้นมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.910 (R เท่ากับ 0.910) นอกจากนี้กลุ่มตัวแปรอิสระดังกล่าวยังสามารถอธิบายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ร้อยละ 82.80 (R² เท่ากับ 0.828) ในขณะที่ค่า Adjusted R² เท่ากับร้อยละ 82.40

การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้มากกว่า สัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 225.464 เท่า (ค่า F เท่ากับ 225.464) ส่วนค่า T ซึ่ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างค่าคงที่ และกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่ง พบว่า ค่า T ของค่าคงที่เท่ากับ 4.249 (p-value < 0.05) ด้านความสำเร็จในการทำงานเท่ากับ 2.193 (p-value < 0.05) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ เท่ากับ 3.047 (p-value < 0.05) ด้านความรับผิดชอบ เท่ากับ 0.619 (p-value > 0.05) ด้านความก้าวหน้าเท่ากับ 0.763 (p-value > 0.05) ด้านเงินเดือน เท่ากับ 2.043 (p-value < 0.05) ด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า เท่ากับ 2.537 (p-value < 0.05) ด้านนโยบาย

และการบริหารงาน เท่ากับ 5.268 (p-value < 0.05) และด้านความมั่นคงในงาน เท่ากับ 6.302 (p-value < 0.05) ตามลำดับซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.318 + 0.076(X_1) + 0.131(X_2) + 0.085(X_5) + 0.095(X_6) + 0.201(X_7) + 0.267(X_8)$$

แทนค่า

$\hat{y}$ = ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถาบันบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

X_1 = ด้านความสำเร็จในการทำงาน

X_2 = ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ

X_5 = ด้านเงินเดือน

X_6 = ด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า

X_7 = ด้านนโยบายและการบริหารงาน

X_8 = ด้านความมั่นคงในงาน

สรุปผล

1. ความผูกพันในการทำงานของพนักงานสถาบันบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ความผูกพันด้าน มาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ความผูกพันด้านทัศนคติ และความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร ตามลำดับ

2. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถาบันบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ปัจจัยจูงใจมาเป็นลำดับแรก และปัจจัยค้ำจุนมาเป็นอันดับสอง ปัจจัยจูงใจด้าน ความก้าวหน้ามาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ การได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ และความสำเร็จในการทำงานตามลำดับ ปัจจัยค้ำจุน ด้านเงินเดือน มาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ความมั่นคงในงาน นโยบายและการบริหารงาน และโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า ตามลำดับ

3. แรงจูงใจในการทำงาน ด้านปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน กับได้รับการยอมรับนับถือ และด้านปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ เงินเดือน โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า นโยบาย และการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถาบันบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ร้อยละ 82.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: ระดับความผูกพันในการทำงานของพนักงานสถาบันบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานสถาบันบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความรู้สึกว่าองค์กรนี้เปรียบเสมือนเป็นบ้าน ปัญหาขององค์กรเปรียบเสมือนปัญหาของพนักงาน และเพื่อนร่วมงานเปรียบเสมือนเป็นคนในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประรณนา หลีกภัย (2563) ที่ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดตรัง พบว่า ระดับความผูกพันในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวนษ์ ดวงภมร (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด พบว่า ระดับ

ความผูกพันในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะพนักงานรู้สึกพึงพอใจในงานที่ทำ และยินดีที่จะปรับตัวเพื่ออยู่กับบริษัทอย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: ระดับแรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานสถานีสาน้ำนํ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสถานีสาน้ำนํ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานสถานีสาน้ำนํ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความรู้สึกรู้ว่าองค์กรให้ความสำคัญกับฐานเงินเดือน ความมั่นคงในงาน และนโยบายและการบริหารงาน พบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับมากปัจจัยจูงใจอยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานสถานีสาน้ำนํ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รู้สึกมั่นใจในความก้าวหน้า ได้รับการยอมรับนับถือความรับผิดชอบ และความสำเร็จในการทำงานตามลำดับด้านปัจจัยค่าจูง อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เงินเดือนมาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ความมั่นคงในงานนโยบาย และการบริหารงาน และโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา จันทรมณี (2557) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจ และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฮานา เชมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด พบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานด้านปัจจัยค่าจูง อยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนกร ปันวารี และภูษิต วงศ์หล่อสายชล (2561) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สายการบินนอร์วีเจียนประจำประเทศไทย พบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานด้านปัจจัยค่าจูง อยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิชาญ เจริญวิไลรัตน์ (2564) ที่ได้ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายส่งเสริมการศึกษาศาสนา และวัฒนธรรมของของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เทศบาลตำบลขวาวอำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานด้านปัจจัยค่าจูง อยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะพนักงานรู้สึกว่าการที่ทำความมั่นคงและพึงพอใจกับนโยบายของบริษัท

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3: ระดับแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีสาน้ำนํ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อาจเป็นเพราะพนักงานรู้สึกเชื่อมั่นในองค์กรว่าองค์กรสามารถทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้โดยไม่ต้องกังวลด้านความสำเร็จในการทำงานด้านการได้รับการยอมรับนับถือด้านเงินเดือนด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าด้านนโยบาย และการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานีสาน้ำนํ้าในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิตาภรณ์ พุทุมมา (2563) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด พบว่า ด้านนโยบาย และการบริหารงาน และด้านความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิมาศ หอมบุญมา (2558) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อโรงเรียนของครูโรงเรียนมหาชัยสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร พบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงานด้านการได้รับการยอมรับนับถือมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒน บุญเที่ยงตรง สุธรรม พงษ์สำราญ และสาลิตตรี จบศรี (2562) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด

พบว่า ด้านเงินเดือนด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าถือมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1) เมื่อพิจารณาด้านแรงจูงใจในการทำงานร่วมกันผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานในการทำงานสำคัญหลัก ๆ ขององค์กรสร้างการตระหนักรู้ให้กับพนักงานว่างานที่ปฏิบัติอยู่มีเกียรติ และเป็นที่ยอมรับจากสังคมนอกจากนี้ผู้บังคับบัญชาควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานว่ามีความรู้ความสามารถในงานที่ทำ

2) เมื่อพิจารณาด้านแรงจูงใจในการทำงานผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของขั้นเงินเดือนของแต่ละชั้นความเหมาะสมของเงินเดือนกับภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ และ ความเหมาะสมของเงินเดือนกับปริมาณงานที่ทำอยู่

3) เมื่อพิจารณาด้านแรงจูงใจในการทำงานผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้ไปศึกษาต่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำให้โอกาสพนักงานได้เรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อความยั่งยืนในอาชีพ ให้โอกาสพนักงานก้าวหน้าในตำแหน่ง และผู้บังคับบัญชาให้โอกาสและสนับสนุนความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

4) เมื่อพิจารณาด้านแรงจูงใจในการทำงานร่วมกันผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการรับทราบนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงอย่างชัดเจนการนับถือนโยบายเป็นที่ตั้งแล้วใช้ในการปฏิบัติงาน และผู้บริหารเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงาน

5) เมื่อพิจารณาด้านแรงจูงใจในการทำงานผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมันในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในการทำงาน เพื่อจูงใจให้พนักงานทำงานจนเกษียณควรสร้างความรู้สึกมั่นคงในงานให้กับพนักงาน และลดความวิตกกังวลต่อการโยกย้ายสับเปลี่ยนหน้าที่ หรือให้ออกจากงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยครั้งต่อไปควรนำตัวแปรอื่น เช่น พฤติกรรมของพนักงานว่ามีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรหรือไม่

2) งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถานบริการน้ำมันในจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดชุมพร หรือจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลของงานวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนากร ปันวารี และภูษิต วงศ์หล่อสายชล. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สายการบินบิโนร์วีเจียน ประจำประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ฐิตาภัทร ทุทุมมา. (2563). แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่าย บิวตี้ แอนด์เซลส์ (Beauty & Sales) กรณีศึกษา: บริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้งจำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล.

- เบญจมาภรณ์ สอนวัฒนา. (2562). ภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย. 16** (74), 155-176.
- ปารณนา หลีกภัย. (2563). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดตรัง. **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 3** (3), 132-146.
- ภรณ์ (กิริติบุตร) มหามนต์. (2529). **การประเมินประสิทธิภาพผลองค์กร**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วฤณ บุญเที่ยงตรง, สุธรรม พงษ์สำราญ และสาธิตตรี จวบศรี. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. 29** (2), 100-113.
- วรรณวนิช ดวงกรม. (2562). **ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในบริษัท ยูนิค เอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชันจำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิชาญ เจริญวิไลรัตน์. (2564). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายส่งเสริมการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลตำบลชาว อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารพุทธมคค์สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม. 6** (2), 14-25.
- วิจัยกรุงศรี. (2565). **เศรษฐกิจโลกปี 2565-2567**. [Online] Available: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/outlook-2022-2024>. [2565, มกราคม 11].
- ศศิมาศ หอมบุญมา. (2558). **แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อโรงเรียนของครูโรงเรียนมหาลัยสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร**. วิทยานิพนธ์ศึกษามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555 -2559)**. [Online] Available: <http://www.nesdb.go.th>, [2564, สิงหาคม 4].
- สมคิด บางโม. (2558). **องค์กรและการจัดการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สุกัญญา จันทรมณี. (2557). **แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฮานา เซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุนันท์ สิริลือสกุลเพชร. (2551). **ความผูกพันต่อองค์กร: ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สันทจุฑา ชมพูชู. (2563). **แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงานธนาคารในสำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อัจจิมา เสนานิवास และสร้อยณี อุเสียนยาง. (2565). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากร. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ. 2 (1), 29-40.

HR NOTE. asia. (2562). วิธีแก้ปัญหาล้าไม่ยอมให้พนักงานลาออก. [Online] Available: <http://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190322-solve-resigning-employee/>. [2565, ตุลาคม 12].

References

Allen, N. J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Commitment and Normative Commitment to the Organizations. **Journal of Occupational Psychology**. 63 (2), 1-18.

Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons Inc.

Herzberg, F. & Others. (1959). **The Motivation to Work**. New York: John Wiley and Sons.

Mowday, R.T., Porter, L. W. & Steers, R. W. (1982). **Employee-Organizational Linkage: The Psychology of Commitment Absenteeism and Turnover**. New York: Academic Press.

Sallis, E. and Sallis, K. (1990). **People in Organization**. London: Macmillan Education.

Steers, Richard M. and Porter, Lyman W. (1983). **Motivation and Work Behavior**. New York: Mc Graw-Hill.

Steer, M. R. (1991). **Introduction to Organization Behavior**. New York: Harper Collin Publishers Inc.

คณะผู้เขียน

นางสาว ปานทิพย์ ลิ้มปติยากร

หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตหัวหิน
55 หมู่1 ถนนเพชรเกษม ตำบลทับสะแก อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77130
e-mail: s.stk1@hotmail.co.th

ดร.สุเมธ ฐวดารัตระกุล

อาจารย์มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตหัวหิน
1458 ถนนเพชรเกษม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
e-mail: sumeth.tuvadaratragool@stamford.edu