

วารสารธรรมเพื่อชีวิต

JOURNAL OF DHAMMA FOR LIFE

ISSN: 2822-048X

<https://soo8.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

Original Research Article

Factors Affecting Organizational Commitment of Sales Employees in the Central Region a Case Study of a Private Company

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลาง

กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

Pronpreeya Chaingoen^{1*}, Teeradej Snongtaweepon², Prad Jirachottrakul³,
Genevieve Lim⁴ & Pongsakorn Youngyuenchoke⁵

พรปรีญา ชัยเงิน^{1*}, อีรเดช สมองทวีพร², ปราชญ์ จิรโชติตระกูล³, เจเนวีฟ ลิ้ม⁴, & พงศกร ยิ่งยืนโชค⁵

ARTICLE INFO

Name of Author &
Corresponding Author: *

1. Pronpreeya Chaingoen*

พรปรีญา ชัยเงิน

Faculty of Business Administration North
Bangkok University, Thailand.

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Email: pronpreeya.chai@northbkk.ac.th

2. Teeradej Snongtaweepon

อีรเดช สมองทวีพร

Faculty of Business Administration North
Bangkok University, Thailand.

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Email: teeradej_snong@northbkk.ac.th

3. Prad Jirachottrakul

ปราชญ์ จิรโชติตระกูล

Faculty of Business Administration North
Bangkok University, Thailand.

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Email: prad_jira@northbkk.ac.th

4. Genevieve Lim

เจเนวีฟ ลิ้ม

Faculty of Business Administration North
Bangkok University, Thailand.

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Email: genevieve_lim@northbkk.ac.th

5. Pongsakorn Youngyuenchoke

พงศกร ยิ่งยืนโชค

Faculty of Business Administration North
Bangkok University, Thailand.

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Email: pongsakorn_y@northbkk.ac.th

คำสำคัญ : เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพ
สมรส, รายได้ต่อเดือน, ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

Keywords:

Gender, Age, Education Level,
Marital Status, Monthly Income,
Length of Employment

ABSTRACT

This research aims to study the factors affecting organizational commitment among sales employees in the central region, using a case study of a private company. This study is quantitative research, employing a questionnaire as the data collection instrument. Data were collected from a sample of 140 sales employees out of a total population of 215, all of whom are actively working in the central region. The key procedures include (1) reviewing related literature and research to establish a conceptual framework of factors that may influence organizational commitment, including personal factors, job characteristics, and work experience (2) developing the questionnaire based on the research framework and (3) collecting data from sales employees in the central region of the selected private company. The instrument used for data collection was a questionnaire that had been validated for content validity.

The research findings revealed that 1) The overall levels of opinions regarding job characteristics factors, work experience factors, and organizational commitment were at a high to very high level. Organizational commitment had a mean score of 4.52. 2) The results of the multiple regression analysis showed that job characteristics factors and work experience factors together explained 51.6% of the variance in organizational commitment ($R^2 = .516$), and the model was statistically significant ($F = 73.149$, $Sig. = .000$). When considering each variable individually, work experience factors had a statistically significant influence on organizational commitment ($\beta = .680$, $Sig. = .000$), whereas job characteristics



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai-Journal Citation Index Centre

<https://soo8.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

Article history:

Received: 26/03/2026

Revised: 20/04/2026

Accepted: 10/05/2026

Available online: 29/06/2026

How to Cite:

Chaingoen, P. et al. (2026). Factors Affecting Organizational Commitment of Sales Employees in the Central Region a Case Study of a Private Company. *Journal of Dhamma for Life*, 32(4), 41-57.

factors were not found to have a statistically significant influence.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานขายเขตพื้นที่ภาคกลาง กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานขาย จำนวน 140 คน จากประชากรทั้งหมด 215 คน ซึ่งเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่จริงในพื้นที่ภาคกลาง โดยมีขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ (1) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดปัจจัยที่อาจมีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน (2) การพัฒนาแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัย และ (3) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานขาย ในเขตพื้นที่ภาคกลางของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ถึง มากที่สุด โดยความผูกพันต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน สามารถร่วมกันอธิบายความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 51.6 ($R^2 = .516$) และแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 73.149$, $\text{Sig.} = .000$) เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .680$, $\text{Sig.} = .000$) ขณะที่ปัจจัยด้านลักษณะงานไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บทนำ

ในปัจจุบัน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และความรุนแรงของการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ภายใต้บริบทดังกล่าว "ทรัพยากรมนุษย์" ได้รับการยอมรับว่าเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กร (Dessler, 2017) แม้องค์กรจะสามารถสรรหาและพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมได้ แต่การรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อพนักงานขาดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งอาจนำไปสู่การลดลงของประสิทธิภาพการทำงาน การขาดแรงจูงใจ และการลาออกของบุคลากรที่มีศักยภาพ ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) จึงได้รับการยอมรับว่าเป็น



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai Journal Citation Index Centre

<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

ปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความจงรักภักดี ความเต็มใจในการทุ่มเทปฏิบัติงาน และความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กรในระยะยาว (Meyer & Allen, 1991) นอกจากนี้ งานวิจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังชี้ให้เห็นว่า ลักษณะงาน (Job Characteristics) และแรงจูงใจในการทำงาน (Work Motivation) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน โดยลักษณะงานที่เอื้อต่อการใช้ศักยภาพของบุคลากร มีความหลากหลาย มีความท้าทาย และเปิดโอกาสให้เกิดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการได้รับแรงจูงใจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก ล้วนส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร (Hackman & Oldham, 1976) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะงาน แรงจูงใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร แต่การศึกษาส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นพนักงานในภาพรวมหรือองค์กรภาครัฐ รวมถึงอุตสาหกรรมเฉพาะบางประเภท ขณะที่การศึกษาที่มุ่งเน้น พนักงานขายของบริษัทเอกชนในเขตภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งมีลักษณะการปฏิบัติงานแตกต่างจากสายงานอื่น ทั้งในด้านแรงกดดันจากเป้าหมายการขาย การแข่งขัน และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ยังคงมีอยู่อย่างจำกัด นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยเพียงส่วนน้อยที่ศึกษาผลรวมของลักษณะงานและแรงจูงใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กรภายใต้บริบทดังกล่าว จึงยังไม่สามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานขายได้อย่างครอบคลุม

จากองค์ความรู้ดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลาง โดยมุ่งวิเคราะห์อิทธิพลของลักษณะงานและแรงจูงใจในการทำงานต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในบริบทของพนักงานขาย และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและมาตรการเพื่อพัฒนาความผูกพันของบุคลากร ลดอัตราการลาออก และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์กร

องค์กร (Organization) หมายถึง หน่วยทางสังคมที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปซึ่งร่วมกันดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงสร้าง บทบาท และความรับผิดชอบที่กำหนดไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Daft, 2021; Robbins & Judge, 2023) การดำเนินงานขององค์กรจำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการทรัพยากร การประสานงาน และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างผลลัพธ์ทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ในมุมมองของพฤติกรรมองค์กร องค์กรไม่ได้เป็นเพียงโครงสร้างการทำงาน แต่ยังเป็นระบบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความพึงพอใจ แรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Robbins & Judge, 2023) ดังนั้น การทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นประเด็นสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาองค์กรให้สามารถรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ได้อย่างยั่งยืน



แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะพื้นฐานของบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงาน การรับรู้ และทัศนคติต่อองค์กร (Robbins & Judge, 2023) งานวิจัยจำนวนมากพบว่า บุคลากรที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมักมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละบุคคลมีความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ในการทำงานที่ไม่เหมือนกัน (Mathieu & Zajac, 1990) โดยเฉพาะอายุและระยะเวลาการทำงานมักมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากบุคลากรที่ทำงานมาเป็นเวลานานมีการลงทุนด้านเวลา ความรู้ และความสัมพันธ์กับองค์กรมากกว่า ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นตัวแปรอธิบายเบื้องต้นเพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

ทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร เป็นแนวคิดสำคัญในสาขาพฤติกรรมองค์การที่อธิบายถึงระดับความผูกพันทางจิตใจของบุคลากรต่อองค์กร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงาน พฤติกรรมการทำงาน และผลการปฏิบัติงาน (Meyer & Allen, 1991) Meyer และ Allen (1991) เสนอแบบจำลอง Three-Component Model ซึ่งแบ่งความผูกพันต่อองค์กรออกเป็นสามองค์ประกอบ ได้แก่ ความผูกพันด้านอารมณ์ (Affective Commitment) หมายถึง ความรู้สึกผูกพัน ความภาคภูมิใจ และความเต็มใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความผูกพันด้านความต่อเนื่อง (Continuance Commitment) หมายถึง การรับรู้ถึงต้นทุนหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากลาออกจากองค์กร ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง ความรู้สึกถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบ และพันธะทางศีลธรรมที่ควรปฏิบัติต่อองค์กร แบบจำลองดังกล่าวได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในงานวิจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และถูกนำมาใช้เป็นตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากสามารถสะท้อนมิติของความผูกพันได้อย่างครอบคลุม

ทฤษฎีลักษณะงาน

Hackman และ Oldham (1976) ได้เสนอทฤษฎีลักษณะงาน (Job Characteristics Theory) ซึ่งอธิบายว่าการออกแบบลักษณะงานที่เหมาะสมสามารถสร้างแรงจูงใจภายในและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะ (Skill Variety) ความมีเอกลักษณ์ของงาน (Task Identity) ความสำคัญของงาน (Task Significance) ความเป็นอิสระในการทำงาน (Autonomy) การได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) องค์ประกอบทั้งห้าประการส่งผลต่อสถานะทางจิตวิทยาที่สำคัญ ได้แก่ การรับรู้คุณค่าของงาน ความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ และการรับรู้ผลการปฏิบัติงาน ซึ่งนำไปสู่



แรงจูงใจภายใน ความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร (Hackman & Oldham, 1976) จากแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงคาดว่าลักษณะงานที่ดีจะส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

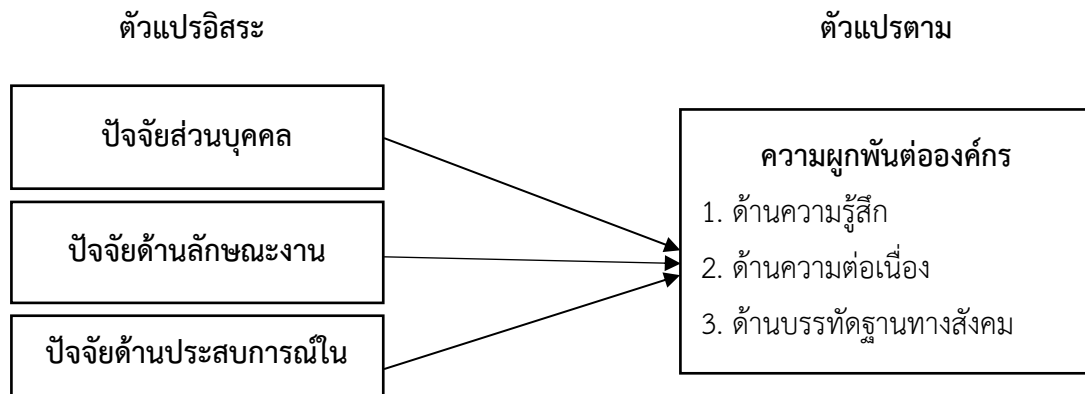
ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน

Herzberg, Mausner และ Snyderman (1959) เสนอทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) ซึ่งแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการทำงานออกเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivators) เช่น ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เช่น เงินเดือน นโยบายองค์กร ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความมั่นคงในการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งแม้ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจโดยตรง แต่หากขาดไปจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า องค์กรที่สามารถบริหารจัดการทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนได้อย่างเหมาะสม จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน ลดอัตราการลาออก และส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

แนวคิดด้านประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experience)

ประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experience) หมายถึง การรับรู้และการสะสมประสบการณ์ของบุคลากรจากการปฏิบัติงานภายในองค์กร ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ความไว้วางใจในองค์กร ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า และโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา (Kolb, 1984) ภายใต้แนวคิดการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) บุคลากรที่ได้รับการสนับสนุนและการปฏิบัติที่เป็นธรรมจากองค์กร จะเกิดความรู้สึกตอบแทนองค์กรผ่านการแสดงความผูกพัน ความทุ่มเท และความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร (Blau, 1964; Cropanzano & Mitchell, 2005) ด้วยเหตุนี้ ประสบการณ์ในการทำงานจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร และเป็นหนึ่งในตัวแปรอิสระของการศึกษาครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์การทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานขายเขตภาคกลาง บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย
3. ปัจจัยด้านประสบการณ์การทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานขายในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวนทั้งสิ้น 215 คน (ข้อมูลทะเบียนพนักงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท ณ ปี พ.ศ. 2568)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ พนักงานขายในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 140 คน (ข้อมูลทะเบียนพนักงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท ณ ปี พ.ศ. 2568) โดยมีวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) โดยใช้สูตร (Taro Yamane ,1973)

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

(ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.05)

ประชากรที่เป็นพนักงานขายเขตพื้นที่ภาคกลาง คือ จำนวน 215 คน เป็นจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา (N)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{215}{1 + (215)0.05^2} \\ &= 139.9 \approx 140 \end{aligned}$$

ในการเก็บข้อมูลจริงจะกำหนดให้เก็บข้อมูลมากกว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมประมาณ 10% เพื่อใช้กรณีข้อมูลที่สุ่มมาไม่สมบูรณ์หรือไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนั้น ขนาดตัวอย่าง เท่ากับ $140 + 140(0.1) = 155$ ตัวอย่าง

2) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีใช้ตารางเลขสุ่ม (Table of Random Numbers) เป็นการสุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่โดยใช้ตารางเลขสุ่มที่กำหนดขึ้นจาก คอมพิวเตอร์ โดยมีวิธีการ ดังนี้ 2.1) เลือกฟังก์ชัน RANDBETWEEN (bottom, top) ในโปรแกรม Microsoft Excel 2013 2.2) กำหนดค่า bottom เป็นค่าจำนวนเต็มที่น้อยที่สุดในการสุ่ม และ กำหนดค่า top เป็นจำนวนเต็มทีมาก



ที่สุดในการสุ่ม ในการศึกษานี้เลือก RANDBETWEEN (1, 215) 2.3) ผลลัพธ์ที่ได้คือหมายเลขลำดับของพนักงานที่ถูกสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 140 คน (ข้อมูลทะเบียนพนักงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท ณ ปี พ.ศ. 2568)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของพนักงานชายสินค้า ที่มีลักษณะเป็นแบบ ปลายปิด (Close end) แบบเลือก 1 คำตอบ นำมาวิเคราะห์ด้วยแจกแจงความถี่ (Frequency) และ คำนวณร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลปัจจัยลักษณะงาน ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในงาน และข้อคำถามความผูกพันต่อองค์กร มีลักษณะแบบประมาณค่า นำมาให้คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	กำหนดให้	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

และนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดการแปลผลระดับความคิดเห็นตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนอันดับ (Interval Scale) ทั้งนี้ได้คำนวณความกว้างของอันดับ ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันดับ} = (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนขั้น}$$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 0.80$$

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความคิดเห็น แสดงได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	อยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	อยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	อยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายปิด (Close end) แบบเลือกได้ 1 คำตอบ ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้ 1) ความเข้าใจในการทำงาน 2) ความมีอิสระในการทำงาน 3) ความหลากหลายในการทำงาน 4) ความท้าทายของงาน 5) การติดต่อสื่อสาร 6) โอกาสความก้าวหน้า

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ในงาน มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้ 1) ด้านความรู้สึกรัก 2) ด้านความต่อเนื่อง 3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2569 ที่ผ่านมา โดยการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) เพื่ออำนวยความสะดวกต่อกลุ่มตัวอย่างที่มาตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจ และเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาที่กำหนดประมาณ 2-4 สัปดาห์ ในจำนวนเอกสารที่เก็บรวบรวมมาได้และสมบูรณ์ที่สุดมีทั้งหมด 140 ชุด และมีสำรองไว้อีก 15 ชุด รวมทั้งสิ้น 155 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานภายในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ที่มีลักษณะเป็นแบบปลายปิด (Close end) แบบเลือก 1 คำตอบ นำมา วิเคราะห์ด้วยแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณร้อยละ (Percentage)

2. สถิติทดสอบสมมติฐาน - สถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่าง คือ T-test , F-test , MRA

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	80	57.1
หญิง	60	42.9
รวม	140	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	10	7.1
- 25–34 ปี	54	38.6
35–44 ปี	69	49.3
45 ปีขึ้นไป	7	5.0
รวม	140	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	113	80.7
ปริญญาตรี	27	19.3
รวม	140	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	84	60.0
สมรส	46	32.9
อื่น ๆ	10	7.1
รวม	140	100.0
รายได้ต่อเดือน		
10,001–15,000 บาท	35	25.0
15,001–20,000 บาท	46	32.9
20,001–25,000 บาท	27	19.3
25,001–30,000 บาท	17	12.1
30,001 บาทขึ้นไป	15	10.7
รวม	140	100.0
ระยะเวลาการปฏิบัติงาน		



ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	31	22.1
1-3 ปี	49	35.0
4-6 ปี	30	21.4
7 ปีขึ้นไป	30	21.4
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และ เพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 อยู่ในช่วงอายุ 35-44 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือช่วงอายุ 25-34 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ด้านสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 84 คน คิดเป็น ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และสถานภาพอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือช่วง 10,001-15,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ช่วง 20,001-25,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ช่วง 25,001-30,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1-3 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ส่วนระยะเวลา 4-6 ปี และ 7 ปีขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันคือ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ปัจจัยด้านลักษณะงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ฉันเข้าใจบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบในงานของตนเองเป็นอย่างดี	4.79	0.472	มากที่สุด
2. ฉันสามารถตัดสินใจในการทำงานของตนเองได้อย่างอิสระ	4.28	0.720	มาก
3. งานที่ฉันทำมีความหลากหลาย ไม่จำเจ	4.39	0.675	มาก
4. งานที่ฉันทำมีความท้าทายและกระตุ้นให้ฉันพัฒนาตนเอง	4.66	0.585	มากที่สุด
5. งานของฉันมีการติดต่อประสานงานและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเป็นประจำ	4.71	0.579	มากที่สุด
6. ฉันมีโอกาสเติบโตและก้าวหน้า ในหน้าที่การงานจากงานที่ทำอยู่	4.35	0.856	มาก
รวม	4.53	0.450	มากที่สุด



จากตารางที่ 2 จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะงาน พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 0.450) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การเข้าใจบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบในงาน ($\bar{X}$ = 4.79) รองลงมาคือ การติดต่อประสานงานและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ($\bar{X}$ = 4.71) และงานมีความท้าทายและกระตุ้นให้พัฒนาตนเอง ($\bar{X}$ = 4.66) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การสามารถตัดสินใจในการทำงานได้อย่างอิสระ ($\bar{X}$ = 4.28) ซึ่งยังอยู่ในระดับ มาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อปัจจัยด้านลักษณะงานโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ฉันรู้สึกผูกพันและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	4.47	0.673	มาก
2. ฉันรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรนี้	4.66	0.547	มากที่สุด
3. ฉันต้องการทำงานกับองค์กรนี้ต่อไปในระยะยาว	4.65	0.587	มากที่สุด
4. ฉันไม่คิดจะลาออกจากองค์กรนี้ แม้จะมีโอกาสทำงานที่อื่น	4.43	0.760	มาก
5. ฉันรู้สึกว่าควรอยู่ทำงานกับองค์กรนี้ต่อไป	4.52	0.744	มากที่สุด
6. ฉันรู้สึกว่าการทำงานลาออกจากองค์กรนี้เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม	4.40	0.766	มาก
รวม	4.52	0.558	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.558) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กร ($\bar{X}$ = 4.66) รองลงมาคือ ความต้องการทำงานกับองค์กรในระยะยาว ($\bar{X}$ = 4.65) ทั้งสองอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรู้สึกว่าการทำงานลาออกจากองค์กรเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.40) แต่อยู่ในระดับ มาก สะท้อนว่าบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงและมีแนวโน้มต้องการทำงานกับองค์กรต่อไปในระยะยาว โดยสรุป ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง โดยเฉพาะด้านความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กรและความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานกับองค์กรในระยะยาว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความมั่นคงของทรัพยากรบุคคลและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้	ผลลัพธ์
พนักงานขายเขตภาคกลาง บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน	ทดสอบแล้ว	T-test / F-test	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านลักษณะการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลาง บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย	ทดสอบแล้ว	Regression	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านประสบการณ์การทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลาง บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย	ทดสอบแล้ว	Regression	ยอมรับ

จากตารางที่ 4 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ขณะที่ปัจจัยด้านลักษณะงานไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน (2) ศึกษาปัจจัยด้านลักษณะการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และ (3) ศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์การทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเขตภาคกลางของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านลักษณะการทำงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์การทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรสามารถออกแบบระบบการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างทัศนคติที่ดี ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรของพนักงานได้อย่างเหมาะสม

ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ Meyer และ Allen (1991) ซึ่งเสนอว่าความผูกพันต่อองค์กรเกิดจากการที่บุคลากรมีความผูกพันด้านอารมณ์ (Affective Commitment) การรับรู้ต้นทุนของการลาออก (Continuance Commitment) และความรู้สึกผูกพันเชิงหน้าที่หรือคุณธรรม (Normative Commitment) เมื่อพนักงานได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการปฏิบัติงาน ได้รับการสนับสนุนจากองค์กร และรับรู้ถึงคุณค่าของตนเองในองค์กร ย่อมส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารุ่นนี้ที่พบว่าความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ที่อธิบายว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivators) เช่น ความสำเร็จในการทำงาน



การได้รับการยอมรับ ลักษณะงานที่ทำท่าย และโอกาสในการพัฒนา เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมแรงจูงใจภายใน และก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้าน (Hygiene Factors) เช่น นโยบายองค์กร ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ช่วยลดความไม่พึงพอใจและเอื้อต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น การที่พนักงานประเมินปัจจัยด้านลักษณะการทำงานและประสบการณ์การทำงานอยู่ในระดับสูง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร ในมิติของลักษณะการทำงาน ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบงานของ Hackman และ Oldham (1976) ที่เสนอว่างานที่มีความหลากหลายของทักษะ ความสำคัญของงาน ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน และการได้รับข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจภายในและความผูกพันต่อองค์กร พนักงานชายซึ่งมีโอกาสใช้ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร การแก้ไขปัญหา และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จึงมีแนวโน้มเกิดความภาคภูมิใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น

ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ของ Blau (1964) ซึ่งอธิบายว่า เมื่อพนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุน ความเป็นธรรม และการดูแลจากองค์กร พนักงานจะตอบแทนองค์กรผ่านพฤติกรรมเชิงบวก เช่น ความทุ่มเทในการทำงาน ความภักดี และความผูกพันต่อองค์กร ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความผูกพันในระยะยาว โดยเฉพาะในสายงานขายที่ต้องอาศัยการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาและการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา ผลการศึกษาสอดคล้องกับ กิตติพงษ์ สุขสมบัติ (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งสอดคล้องกับ สุพัตรา จันทร์แก้ว (2562) ซึ่งพบว่าลักษณะงาน การสนับสนุนจากองค์กร และโอกาสในการพัฒนานตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานบริษัทเอกชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ชุตินา ภัคธีรักษ์ (2565) และ พัชรี พรหมศรี (2565) ที่รายงานว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานและบรรยากาศองค์กรที่ดีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ในด้านประสบการณ์การทำงาน ผลการวิจัยสอดคล้องกับ เพ็ญ นภา ทองคำ (2567) ที่พบว่าความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร และสอดคล้องกับ ศิริพร จันทรา (2566) ซึ่งพบว่าแรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานขายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสี ตลอดจนสอดคล้องกับ ทิพาพร วงศ์ (สวส์ดี) (2563) ที่รายงานว่าแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ที่ดีในการทำงาน ความสุขในการปฏิบัติงาน และแรงจูงใจในการทำงาน ล้วนเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กร ในเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผลการศึกษานับสนับสนุนแนวคิดของ Dessler (2017) และ Mathis และ Jackson (2011) ที่เสนอว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพควรมุ่งเน้นการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงาน การส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการสร้างความก้าวหน้าในสายอาชีพ เพื่อรักษาพนักงานที่มีศักยภาพและเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการออกแบบลักษณะงานให้มีความท้าทายและเหมาะสมกับศักยภาพของพนักงาน การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี การพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ และการสร้างประสบการณ์เชิงบวกในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร อันจะนำไปสู่การรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

สรุป

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานชายมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เชิงบวกต่อสภาพแวดล้อมการทำงานและความสัมพันธ์กับองค์กรในระดับค่อนข้างสูง สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานสามารถรวมกันอธิบายความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 51.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้งสองมีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรได้ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาอิทธิพลรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ปัจจัยด้านลักษณะงานไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลลัพธ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การสะสมประสบการณ์ในการทำงานมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าลักษณะงานในเชิงโครงสร้างงาน

โดยสรุป ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยเชิงประสบการณ์ในการทำงานในฐานะตัวขับเคลื่อนหลักของความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนาแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. องค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ในการทำงานที่ดี เช่น การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในทีม และการสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร เพื่อเพิ่มระดับความผูกพันของพนักงาน
2. ควรพัฒนานโยบายและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อองค์กรในระยะยาว
3. องค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อลดอัตราการลาออกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai Journal Citation Index Centre

<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร หรือแรงจูงใจในการทำงานควรที่จะมีการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังภูมิภาคอื่นด้วย เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัย อาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ สุขสมบัติ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานขายในธุรกิจค้าปลีก กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชุดิมา รักดีรักษ์. (2565). ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ทิพาพร วงศ์ (สวัสดี). (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 15(2), 112–124.
- พัชรี พรหมศรี. (2565). สภาพแวดล้อมในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานธุรกิจวัสดุก่อสร้าง. วารสารบริหารธุรกิจและนวัตกรรม, 7(1), 88–99.
- เพ็ญ นภา ทองคำ. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานพิเศษเงินรายได้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วารสารออนไลน์. <https://so02.tcithaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/273935>
- สุพัตรา จันทรแก้ว. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริพร จันทรา. (2566). แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. Wiley.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900. <https://doi.org/10.1177/0149206305279602>
- Daft, R. L. (2021). *Organization theory and design* (13th ed.). Cengage Learning.
- Dessler, G. (2017). *Human resource management* (15th ed.). Pearson.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250–279. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). Wiley.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Mathieu, J. E., & Zajac, D. M. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment. *Psychological Bulletin*, 108(2), 171–194. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.2.171>



-
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 52(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/0001-8791(91)90011-Z)
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.



ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai-Journal Citation Index Centre

<https://so08.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>