

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี

### Factors Affecting the Organization Commitment of the Employee in Company C, Chonburi Distribution Center

ศุภราภรณ์ อนันต์ / Suparaporn Anan

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: suparapornana@gmail.com

ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ / Sri-on Somboonsup

คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: fecosos@ku.ac.th

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี อันประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของพนักงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงานในองค์กร ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัท C จำนวน 275 ตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสติก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ได้แก่ ด้านสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท ระยะเวลาในการเข้างาน วิธีการเดินทางมาทำงานเป็นหลัก รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน ด้านความรู้สึก ด้านความต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานทางสังคม คำสำคัญ: ความผูกพันในองค์กร, ศูนย์กระจายสินค้า, ความรู้สึก, ความต่อเนื่อง, บรรทัดฐานทางสังคม

#### Abstract

The purposes of this study were to factors affecting the organization commitment of the employee in company C with the demographic, behavioral factors and factors affecting the organization commitment. By collecting the questionnaires from the sampling of the personnel at Company C., Chonburi distribution center, 275 samples with statistical significance level of 0.10 are marital status, average monthly wages, behavioral factors, duration for staying with a company, shift, method of travel to work,, including organizational commitment factors in senses , continuity and the norm of society.

Keywords: Organizational commitment, Distribution center, Senses, Continuity, The norm of society

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจัยแรงงาน ถือเป็นปัจจัยหลักประการหนึ่ง ที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นทุนมนุษย์ที่สามารถพัฒนาศักยภาพให้สูงขึ้นได้ ซึ่งแรงงานในทุกสาขาการผลิตมีความสำคัญอย่างยิ่ง รวมถึงในส่วนของภาคอุตสาหกรรมนั้นต้องมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยจะต้องใช้แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่สูง กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน (กระทรวงแรงงาน, 2562) ได้ทำการรวบรวมข้อมูล

อัตรากำลังแรงงานทั่วประเทศปี พ.ศ. 2562 พบว่า ประเทศไทยมีอัตรากำลังแรงงานทั้งหมดจำนวน 37,504,678 อัตรา โดยจังหวัดที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ อันดับ 1. กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 14.00 อันดับ 2. จังหวัดสมุทรปราการ ร้อยละ 3.61 อันดับ 3. จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 3.10 อันดับ 4. จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 2.78 และอันดับ 5. จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 2.65 ซึ่งแต่ละจังหวัดที่ติดอันดับสูงสุดนั้น ถือเป็นจังหวัดที่มีโครงสร้างขนาดคณะกรรมการขนส่งที่เชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจหลักของแต่ละภูมิภาคเข้าด้วยกัน เมื่อพิจารณาถึงจังหวัดชลบุรีนั้น ถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการตั้งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศ เช่น อุตสาหกรรมกลั่นน้ำมัน ชิ้นส่วนยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นศูนย์กลางทางการค้าการลงทุน มีท่าเรือขนาดใหญ่ที่สำคัญ คือ ท่าเรือแหลมฉบัง ทำให้กลายเป็นศูนย์กลางคมนาคมเพื่อการนำเข้าและส่งออกทางทะเลที่สำคัญ รวมทั้งเป็นหนึ่งในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก และยังเป็นจังหวัดที่มีความต้องการแรงงานสูงสุดในเขตเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (กระทรวงแรงงาน, 2562) จึงมีความต้องการแรงงานที่มีทักษะ ความเชี่ยวชาญ และความสามารถเพิ่มสูงขึ้น เพื่อสร้างประสิทธิภาพการทำงาน รวมไปถึงการรักษาบุคลากรที่มีทักษะความชำนาญให้คงอยู่กับองค์กรให้ได้อย่างยาวนาน

บริษัท C ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง มีการขยายสาขาไปทั่วประเทศ เพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้า และเข้าลงทุนบนพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยทำการสร้างศูนย์กระจายสินค้า เพื่อจัดเก็บสินค้าคงคลังและทำการจัดส่งสินค้าไปยังคู่ค้าธุรกิจหรือร้านสาขา มีขอบเขตรับผิดชอบกระจายสินค้าสู่ร้านสาขาในภูมิภาคตะวันออกทั้งหมด จึงมีความต้องการแรงงานที่มีทักษะจำนวนมาก แต่ทั้งนี้จังหวัดชลบุรีมีนิคมอุตสาหกรรมสำคัญหลายแห่ง จึงเกิดการแข่งขันเพื่อช่วงชิงแรงงานที่มีทักษะความเชี่ยวชาญในสายงาน ซึ่งบริษัท C มีการขยายกิจการร้านสาขาอย่างไม่หยุดยั้ง และยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในด้านอัตราค่าจ้างคนของบริษัท ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อีกทั้งยังมีการลาออกของพนักงานเป็นจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ. 2560 บริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี มีพนักงานลาออกจำนวน 657 คน ปี พ.ศ. 2561 มีพนักงานลาออกจำนวน 606 คน และปี พ.ศ. 2562 พนักงานลาออกจำนวน 411 คน (แผนกทรัพยากรบุคคลบริษัท C, 2563)ถึงแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ลดลง แต่ยังคงถือว่าอยู่ในอัตราที่ยังคงสูงอยู่ ซึ่งบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี มีพนักงานทั้งสิ้น 747 คน ทำให้จำนวนของพนักงานนั้น ไม่เพียงพอต่อการขยายธุรกิจ และส่งผลเสียต่อองค์กร คือมีภาระต้นทุน เนื่องจากบริษัทมีการลงทุนเพื่อพัฒนาบุคลากร แต่เมื่อทำงานมาในระยะเวลาหนึ่งแล้วกลับลาออก ซึ่งก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายมากกว่าได้รับผลตอบแทนจากชิ้นงานของบุคคลนั้น การบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจอย่างเพียงพอจึงเป็นความท้าทายของบริษัทในปัจจุบัน

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี

## การทบทวนวรรณกรรม

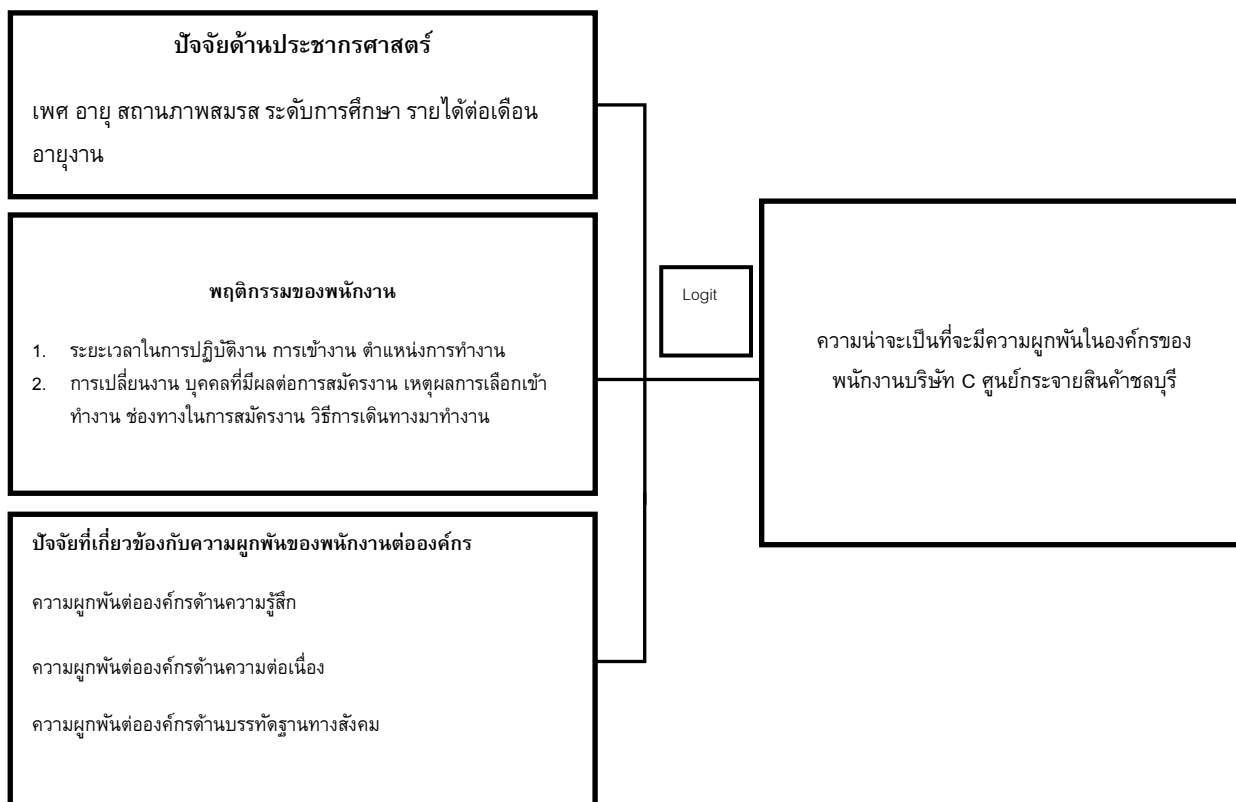
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของพนักงานบริษัท และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เป็นตัวแปรที่มักถูกนำมาศึกษาดังตารางที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดของผู้ศึกษา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำตัวแปรเหล่านี้มาทำการศึกษาในครั้งนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย (ปี)	ปัจจัยประชากรศาสตร์	พฤติกรรมของพนักงาน	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน
วรุดดี จอดนอก (2557)	✓		✓
สมจิตร์ จันทร์เพ็ญ (2557)	✓		✓
โสสมัยสิทธิ์ มูลทองทิพย์ (2556)	✓		✓
ศราวุธ โภชนะสมบัติ (2559)	✓		✓
ปาริชาติ บัวเบ็ง (2554)	✓		✓

ที่มา: จากการศึกษา

### กรอบแนวคิดการศึกษา



ที่มา: จากการศึกษา

### วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี เป็นการสุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากร ซึ่งการศึกษาคั้งนี้ จากพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรีมีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น จำนวน 747 คน ผลการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 261 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเพื่อให้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์มากขึ้น จึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 275 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ส่วนประสมการตลาดเท่ากับ 0.910 จะแสดงได้ว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิส โดยเป็นแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อต้องตัดสินใจเลือกซึ่งมีค่าเป็น 1 หรือ 0 โดยมีค่าเป็น 1 เมื่อมีความผูกพันในองค์กร และมีค่าเป็น 0 เมื่อไม่มีความผูกพันในองค์กร สำหรับตัวแปรอิสระ (independent Variable) มีลักษณะเป็นทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของพนักงานบริษัท และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท โดยกำหนดแบบจำลองโลจิสเพื่อใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ดังนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1\text{Status} + \beta_2\text{Income} + \beta_3\text{Year} + \beta_4\text{TimeNoon} + \beta_4\text{TimeNight} + \beta_5\text{Vehicle} + \beta_6\text{Feeling2} + \beta_6\text{Feeling5} + \beta_7\text{Continue1} + \beta_7\text{Continue3} + \beta_8\text{Norm2} + \varepsilon$$

## ตารางที่ 2 คำอธิบายตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ความหมาย	หมายเหตุ
P	Prob (Y= 1) ความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี	
Y	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน	1 = ผูกพันในองค์กร 0 = ไม่ผูกพันในองค์กร
Status	สถานภาพสมรส	(Base Group = โสด) Status <sub>2</sub> = แต่งงาน Status <sub>3</sub> = หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
Income	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(Base Group = ไม่เกิน 15,000 บาท) Income <sub>2</sub> = 15,001-20,000 บาท Income <sub>3</sub> = 20,001-25,000 บาท Income <sub>4</sub> = 25,001-30,000 บาท Income <sub>5</sub> = 30,000-35,000 บาท Income <sub>6</sub> = 35,001 บาทขึ้นไป
Year	ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท	(Base Group = ต่ำกว่า 1 ปี) Year <sub>2</sub> = 1 – 6 ปี Year <sub>3</sub> = มากกว่า 7 ปี
Time <sub>Noon</sub>	เวลาในการเข้างาน 10.00 – 11.00 น.	Time <sub>Noon</sub> = 1 กรณี เวลาในการเข้างาน 10.00 – 11.00 น. 0 กรณี อื่น ๆ
Time <sub>Night</sub>	เวลาในการเข้างาน 19.00 – 20.00 น.	Time <sub>Night</sub> = 1 กรณี เวลาในการเข้างาน 19.00 – 20.00 น. 0 กรณี อื่น ๆ
Vehicle	วิธีการเดินทางมาทำงานเป็นหลัก	(Base Group = รถรับส่งบริษัท) Vehicle <sub>2</sub> = มอเตอร์ไซค์ Vehicle <sub>3</sub> = รถยนต์ส่วนตัว
Feeling	เพื่อนร่วมงาน และการมีส่วนร่วมที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Continue	ค่าตอบแทน (เงินเดือน,ค่าล่วงเวลา,ค่ากะ และ เบี้ยขยัน) และวันหยุดประจำสัปดาห์ และวันหยุดประจำปี	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
Norm	การประเมินผลงาน และบอกถึงข้อดีและข้อเสีย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพ	ตามระดับความสำคัญ 1 - 5
$\epsilon$	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)	

ที่มา: จากการศึกษา

### ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของพนักงาน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Z-Stat	P-Value	Marginal Effect (dy/dx)
ค่าคงที่	-5.462	1.305	-4.180	0.000	
<b>ปัจจัยประชากรศาสตร์</b>					
สถานภาพสมรส					
โสด					(Base Group)
แต่งงาน	0.999	0.312	3.200	0.001*	0.245
หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	-0.773	0.923	-0.840	0.402	-0.177
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ไม่เกิน 15,000 บาท					(Base Group)
15,001-20,000 บาท	-0.863	0.401	-2.150	0.031*	-0.211
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ไม่เกิน 15,000 บาท					(Base Group)
15,001-20,000 บาท	-0.863	0.401	-2.150	0.031*	-0.211
20,001-25,000 บาท	-0.986	0.564	-1.750	0.080*	-0.224
25,001-30,000 บาท	-1.874	0.698	-2.680	0.007*	-0.359
30,001-35,000 บาท	-3.270	0.992	-3.300	0.001*	-0.456
35,001 บาทขึ้นไป	-0.067	1.436	-0.050	0.963	-0.016
<b>ปัจจัยพฤติกรรมของพนักงานบริษัท</b>					
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท					
ต่ำกว่า 1 ปี					(Base Group)
1-6 ปี	0.810	0.400	2.020	0.043*	0.197
มากกว่า 7 ปี	1.064	0.552	1.930	0.054*	0.259
ระยะเวลาในการเข้างาน					
เวลา 10.00 – 11.00 น.	0.684	0.673	1.020	0.309	0.169
เวลา 19.00 – 20.00 น.	3.926	1.716	2.290	0.022*	0.546
วิธีการเดินทางมาทำงานเป็นหลัก					
รถรับส่งบริษัท					(Base Group)
มอเตอร์ไซด์	0.580	0.509	1.140	0.254	0.142
รถยนต์ส่วนตัว	0.982	0.580	1.690	0.091*	0.241
<b>ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน</b>					
<b>ด้านความรู้สึกร่วมกัน</b>					
เพื่อนร่วมงาน	0.428	0.195	2.190	0.028*	0.106
การมีส่วนร่วม ที่จะทำให้บริษัทประสบ ความสำเร็จ	0.946	0.223	4.250	0.000*	0.234
<b>ด้านความต่อเนื่อง</b>					
ค่าตอบแทน	-0.429	0.260	-1.650	0.099*	-0.106
วันหยุดประจำปี และวันหยุดประจำปี	-0.301	0.194	-1.550	0.121	-0.075
<b>ด้านบรรทัดฐานทางสังคม</b>					

การประเมินผลงาน และบอกถึงข้อดี ข้อเสีย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพ	0.530	0.225	2.360	0.018*	0.131
<b>LR chi2 (18) = 74.13 Prob &gt; Chi2 = 0.000 Overall Percentage Correct = 73.82%</b>					

หมายเหตุ: \* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนสมการถดถอยระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน กับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ ด้านสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมของพนักงาน คือ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท ระยะเวลาในการเข้างาน วิธีการเดินทางมาทำงานเป็นหลัก และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน คือ ด้านความรู้สึก ด้านความต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานทางสังคม โดยสรุปความสัมพันธ์ได้เป็นสมการดังนี้

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = -5.462 + 0.999\text{Status}_2 - 0.773\text{Status}_3 - 0.863\text{Income}_2 - 0.986\text{Income}_3 \\ (3.20)^{***} \quad (-0.84) \quad (-2.15)^{**} \quad (-1.75)^* \\ - 1.874\text{Income}_4 - 3.270\text{Income}_5 - 0.067\text{Income}_6 + 0.810\text{Year}_2 \\ (-2.68)^{***} \quad (-3.30)^{***} \quad (-0.05) \quad (2.02)^{**} \\ + 1.064\text{Year}_3 + 0.684\text{Time}_{\text{Noon}} + 3.926\text{Time}_{\text{Night}} + 0.580\text{Vehicle}_2 \\ (1.93)^* \quad (1.02) \quad (2.29)^{**} \quad (1.14) \\ + 0.982\text{Vehicle}_3 + 0.428\text{Feeling}_2 + 0.946\text{Feeling}_5 - 0.429\text{Continue}_1 \\ (1.69)^* \quad (2.19)^{**} \quad (4.25)^{***} \quad (-1.65)^* \\ - 0.301\text{Continue}_3 + 0.530\text{Norm}_2 \\ (-1.55) \quad (2.36)^{**}$$

### อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ด้วยแบบจำลองโลจิสติก พบว่า เมื่อพิจารณาค่า LR chi2 (18) = 74.13 และ Pro > Chi2 = 0.000 อธิบายได้ว่า แบบจำลองนี้สามารถอธิบาย ปัจจัยที่เป็นตัวความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C เมื่อพิจารณาค่า Overall Percentage Correct มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 73.82 จึงอธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ทั้งกรณีที่ผูกพันหรือไม่ผูกพันได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 74.13 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 ได้แก่ ด้านสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมของพนักงาน คือ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท ระยะเวลาในการเข้างาน วิธีการเดินทางมาทำงานเป็นหลัก และปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน คือ ด้านความรู้สึก ด้านความต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานทางสังคม จากการพิจารณาผลการประมาณแบบจำลองโลจิสติกพร้อมกับค่า Marginal Effect สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยลักษณะของประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรส มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 โดยสถานภาพสมรสมีความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างสถานภาพโสด ร้อยละ 24.50 เนื่องจากพนักงานที่มีสถานภาพสมรสจะมีความผูกพันในองค์กรมากกว่าคนโสด มาจากการที่มีภาระที่จะต้องรับผิดชอบ ทำให้ต้องการความมั่นคงในการทำงานสูง มุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นคงในอาชีพให้แก่ตนเอง มีความอดทน จึงไม่ค่อยมีความต้องการเปลี่ยนงานไปยังบริษัทอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ ศรารุช โภชนะสมบัติ (2559) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มบุคลากรที่มีความผูกพันในองค์กร ส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว และอยู่ในวัยสูงอายุทำให้ต้องการความมั่นคงในการทำงานสูง และด้านรายได้ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท , 20,001-25,000 บาท , 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000

บาท มีความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กรน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 21.10, ร้อยละ 22.40, ร้อยละ 35.90 และร้อยละ 45.60 ตามลำดับ เนื่องจากหากประสบการณ์ทำงานที่สูงขึ้น บุคลากรมักจะมีการโยกย้ายหรือเปลี่ยนงานไปยังบริษัทอื่นที่มอบค่าตอบแทนที่สูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ เดล คาร์ เนกิ (2556) พบว่า พนักงานจะตัดสินใจเปลี่ยนงานใหม่ทันทีเมื่อองค์กรอื่นยื่นข้อเสนอค่าตอบแทนที่มากกว่า เพียงแค่ร้อยละ 5

การศึกษาในด้านพฤติกรรมของพนักงานบริษัท อธิบายได้ว่า ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยระยะเวลาที่พนักงานปฏิบัติงานกับบริษัท 1-6 ปี และ มากกว่า 7 ปี มีความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กร มากกว่า กลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาที่พนักงานปฏิบัติงานกับบริษัทระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับบริษัท ต่ำกว่า 1 ปี ร้อยละ 19.70 และร้อยละ 25.90 ตามลำดับ เนื่องจากพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานกับบริษัทนาน จะมีแนวโน้มในการยอมรับนโยบาย เป้าหมายของบริษัท วัฒนธรรมบริษัท รวมไปถึงขั้นตอนและกระบวนการในการทำงาน มากกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ เศรษฐ โกษณะสมบัติ (2559) ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีอายุงาน 15 ปี ขึ้นไป จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า ด้านระยะเวลาในการเข้างาน มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยพนักงานที่เข้างานในกะเวลา 19.00 – 20.00 น. มีความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กร มากกว่า พนักงานที่เข้างานในกะเวลา 10.00 – 11.00 น. ร้อยละ 54.60 เนื่องจากหากพนักงานมีครอบครัว/ญาติที่อยู่ภายในบริษัทเดียวกัน ทางบริษัทจะทำการจัดสรรระยะเวลาในการทำงานให้ตรงกันกับครอบครัว/ญาติ เพื่อที่พนักงานจะได้มีเวลาให้แกกัน อีกทั้งไม่มีผู้บริหารตำแหน่งระดับบังคับบัญชาขึ้นไปปฏิบัติงานในกะดังกล่าว โดยจะมีเพียงระดับตำแหน่งหัวหน้างานเท่านั้นคอยควบคุมกำกับดูแล จึงทำให้พนักงานเข้างานกะเวลา 19.00 – 20.00 น. ไม่มีแรงกดดันจากผู้บริหารตำแหน่งระดับบังคับบัญชาขึ้นไป แต่เมื่อพิจารณาเวลาเข้างาน 10.00 – 11.00 น. นั้น จะมีเพียงหน่วยงานเดียวเท่านั้น คือ หน่วยงานจัดสินค้าคลังกระจายสินค้าควบคุมอุณหภูมิ ที่จะต้องเข้างานในช่วงเวลาดังกล่าว จึงทำให้พนักงานเข้างาน หรือเลิกงานเวลาไม่ตรงกับพนักงานรายอื่น ๆ (โดยจะเลิกงานเวลาประมาณ 22.00 น.) ทำให้พนักงานไม่มีอิสระในการใช้ชีวิตส่วนตัว และมีผู้บริหารตำแหน่งระดับบังคับบัญชาคอยกำกับควบคุมดูแล อาจทำให้พนักงานรู้สึกกดดันจากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น จึงส่งผลต่อความไม่ผูกพันในองค์กร และด้านวิธีการเดินทางมาทำงานเป็นหลัก มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยพนักงานที่เดินทางมาปฏิบัติงานโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กรมากกว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่เดินทางมาปฏิบัติงานโดยรถรับ-ส่งบริษัท ร้อยละ 24.10 โดยพนักงานที่เดินทางมาปฏิบัติงานโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กร มากกว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่เดินทางมาปฏิบัติงานโดยรถรับ-ส่งบริษัท ร้อยละ 24.10 เนื่องจากบริษัท C เป็นบริษัทที่มีความมั่นคงและได้รับความน่าเชื่อถือ ทำให้บริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์ มอบสิทธิพิเศษผ่อนรถยนต์ ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษให้แก่พนักงาน จึงทำให้พนักงานซื้อรถยนต์จำนวนมาก ส่งผลให้มีภาระหน้าที่ที่จะต้องชำระค่างวดรถยนต์ต่อเดือน ทำให้พนักงานกลุ่มดังกล่าว คงอยู่ปฏิบัติงานกับบริษัท และผูกพันในองค์กรมากกว่าพนักงานที่เดินทางมาทำงานโดยรถรับ-ส่งของบริษัท ซึ่งไม่มีภาระหน้าที่ในการผ่อนค่างวดรถยนต์ต่อเดือน จึงทำให้ตัดสินใจที่จะโยกย้ายงานได้ง่าย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรด้านความรู้สึก สามารถอธิบายความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 โดย เพื่อนร่วมงาน และการมีส่วนร่วมที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.60 และร้อยละ 23.40 ตามลำดับ คือ หากพนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและความสัมพันธ์ที่ดีนั้น จะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น และไม่เกิดความรู้สึกกดดัน ส่วนการมีส่วนร่วมที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการบริหารนั้นมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยความผูกพัน

ต่อองค์กรเป็นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าตนนั้นเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และจะทุ่มเทร่างกายแรงใจในการทำงานเพื่อองค์กร และสอดคล้องกับการศึกษาของ โสมย์สิทธิ์ มูลทองทิพย์ (2556) ในปัจจัยการมีส่วนร่วมที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ พบว่า การมีส่วนร่วมในการบริหารนั้นมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าตนนั้นเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และจะทุ่มเทร่างกายแรงใจในการทำงานเพื่อองค์กร ด้านความต่อเนื่อง ค่าตอบแทน สามารถอธิบายความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดย ค่าตอบแทน (เงินเดือน,ค่าล่วงเวลา,ค่ากะ และเบี้ยขยัน) มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานลดลง ร้อยละ 10.60 เนื่องจากค่าตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจและขวัญกำลังใจในการทำงาน ส่งผลให้พนักงานทำงานอย่างเต็มความสามารถ ตลอดจนสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับเพื่อเป็นการสร้างหลักประกันคุณภาพชีวิต และจูงใจให้ทำงานกับบริษัทต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ โสมย์สิทธิ์ มูลทองทิพย์ (2556) ผลการศึกษาพบว่าค่าตอบแทนด้วยความยุติธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร เนื่องจากพนักงานต้องการได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรม โดยการเปรียบเทียบค่าตอบแทนที่ได้รับ กับความพยายามที่ตนได้ลงแรงไปในงาน และด้านบรรทัดฐานทางสังคม การประเมินผลงาน และบอกถึงข้อดี ข้อเสีย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพ สามารถอธิบายความน่าจะเป็นที่จะมีความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท C ศูนย์กระจายสินค้าชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการประเมินผลงาน และบอกถึงข้อดี ข้อเสีย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพ มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.10 เนื่องจากหากพนักงานได้รับการประเมินผลงาน และได้ทราบถึงข้อดี ข้อเสียของตนเอง จะเป็นการรักษามาตรฐานข้อดี อีกทั้งการนำข้อเสียมาปรับปรุง เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอาชีพ และพัฒนาทักษะของตัวพนักงาน ยิ่งส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันในองค์กร และสอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และคณะ (2562) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานส่งผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการรับรู้ผลของการทำงานที่ได้ปฏิบัติลงไป จากการประเมินผลงาน เป็นการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของตนเองว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด และมีความพึงพอใจในผลงานเพียงใด

### ข้อเสนอแนะ

1. บริษัทควรที่จะกำหนดเป้าหมายและแจกแจงลักษณะงานด้วยความชัดเจน วัดผลได้
2. บริษัทควรจัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจในนโยบาย เป้าหมาย และวัฒนธรรมของบริษัท ให้แก่พนักงานที่มีอายุน้อย
3. บริษัทควรจัดกิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในบริษัท
4. บริษัทควรจัดทำหลักเกณฑ์ ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและสอดคล้องกับหน้าที่ขอบเขตความรับผิดชอบที่พนักงานได้รับ
5. บริษัทควรจัดให้มีมาตรฐานในการประเมินการปฏิบัติงาน และกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติที่ชัดเจน

### เอกสารอ้างอิง

กรมจัดหางาน. 2562. **สถานการณ์แรงงานและความต้องการแรงงานรายจังหวัด.** (Online).

<https://www.doe.go.th>, 9 กันยายน 2562

เดล คาร์เนกี. 2556. **แนวทางการสร้างความผูกพันองค์กร.** <https://www.dalecarnegie.com/th>, 14 สิงหาคม 2556.

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). 2563. **แนวทางการรักษาบุคลากร.** <https://www.cpall.co.th>, 3 มีนาคม 2563

ปาริชาติ บัวเป็ง. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ไตกินอินดัสทรีส์ ประเทศไทย (จำกัด).** การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.



- ศราวุธ โภชนะสมบัติ. 2559. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากร สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์. การค้นคว้าอิสระสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดนครสวรรค์, กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และคณะ. 2562. ความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2562. การคาดการณ์อัตราความต้องการแรงงานจำแนกตามอุตสาหกรรม 5 อันดับสูงสุด. <http://www.nso.go.th>, 10 พฤศจิกายน 2562
- สมจิตร จันทร์เพ็ญ. 2557. ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กรมหาชน). การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาระบบ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- โสมย์สิริ มูลทองทิพย์. 2556. ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนมัธยมศึกษา อำเภอท่ามะกา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจัดการภาครัฐและเอกชน, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Allen & Meyer. 1990. **The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative to the Organizations Commitment to the Organizations.** Journal of Occupational Psychology, Vol. 63(1), Mar1990, 1-18.
- Hackman and Oldham. 1980. **Work redesisn. Masachuserrrs.** Addison - Wesley Publishing Company.

**NICHSS 1/2020**

**PROCEEDINGS**

**11<sup>th</sup> National and International Conference  
on Humanities and Social Sciences**

**25-26 May 2020  
Phranakhon Rajabhat University,  
Bangkok, Thailand**

**Editor  
Attapol Kuanliang**



	<b>Page</b>
The Development of Creative Problem Solving Skills and Civic Literacy by College Career and Civic Life (C3) Framework in Social Studies of Grade 10 Students at Samyangwittayayon School, Khon Kaen Phuthita Chusawathee and Angkana Tungkasamit	85
The development of Critical Thinking Abilities and Communication Abilities by 5 Step Learning Social Media of Grade 8 Students Natrucha Peampool and Montha Chumsukon	94
The Development of Integrated Learning Unit the Forest Hill, River, Lifestyle in the Jiang River Basin Community to Create the Consciousness of Local Environmental Conservation from Learning Activities with Geographic Processes Based on Community Learning of Grade 5 Students Preechapol Kampangthip and Angkana Tungkasamit	102
Risk Behavior in Cyber Threat by Using Social Network Supapich Submek and Oranun Kalantapura	111
Factors Influencing Customers Decision to Use Credit for Business Services of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand in the Eastern Region Jutamas Arunteekit and Sri-on Somboonsup	118
Factors Affecting the Organization Commitment of the Employee in Company C, Chonburi Distribution Center Suparaporn Anan and Sri-on Somboonsup	127
Factors Affecting Decision on Buying Non-Performing Asset of Bangkok Commercial Asset Management Public Co.Ltd., Chon Buri Office Potjamal Jitsamran and Sri-on Somboonsup	136
Factors Affecting Entrepreneur's Decision on Labor Employment in Eastern Seaboard Industrial Estate After Minimum Wage Policy Announcement 330 Bath Jurairat Srimala and Sri-on Somboonsup	145
A Feasibility Study of Investment on Crane Truck and Drill Truck of POR Company Limited Wannapa Nongnooch and Bhisanuwat Thaweewat	153