ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี

FACTORS AFFECTING ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF CAR CARE BUSINESSES IN PATHUM THANI PROVINCE

[1]ปิยะฉัตร กัลยาบาล

[1]Piyachat Kanyaban

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, ประเทศไทย

North Bangkok University, Thailand

[1]Piyachat.ka@northbkk.ac.th

Received : March 12, 2023; **Revised** : March 25, 2024; **Accepted** :April 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานหรือลูกจ้างร้านคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยการแจกแจงความถี่ การหาร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร และด้านผลตอบแทนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ความผูกพัน, องค์การ, ธุรกิจคาร์แคร์

Abstract

This research aimed to study Factors affecting organizational commitment of car care businesses in Pathum Thani Province. It was the quantitative research. The sample group Employees of car care businesses in Pathum Thani Province. was 400 people. Tool

[1]อาจารย์ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

for collected data was a set of questionnaire Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and Multiple Linear Regression Analysis at the statistically significance level of 0.05. The results found that factor Organizational reliability Relationships with the organization and returns affecting organizational commitment of car care businesses in Pathum Thani Province. at the statistically significance level of 0.05.

Keyword: Relationships; Organization; Car Care Business

บทนำ

ในปัจจุบันสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและขยายเป็นวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศและเนื่องจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้องค์การต่างๆไม่ว่าจะเป็นทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนต้องมีการปรับตัวเพื่อให้มีการบริหารจัดการขององค์การที่ดีทุกองค์การจึงจำเป็นต้องมีหลักในการบริหารจัดการที่ดี (Good Corporate Governance) หรือการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) สู่การพัฒนาของประเทศให้สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องดีงามมีความชอบธรรม การบริหารจัดการทำให้แนวคิดเรื่องการบังคับบัญชา การใช้อำนาจได้มีการกระจายการใช้อำนาจในองค์การมากขึ้นซึ่งเป็นการลดบทบาทการใช้อำนาจผู้บริหารและสายบังคับบัญชาในขณะเดียวกันในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ขององค์การที่ฝ่ายบริหารจะต้องให้ความสำคัญและทำความเข้าใจถึงความต้องการของบุคลากรในองค์การรับรู้รับทราบถึงความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ตลอดจนการให้ความสำคัญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับด้านสิทธิประโยชน์และคุณภาพชีวิตของบุคลากรเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกบองค์การได้ด้วยความเชื่อมั่น เต็มใจทำงานร่วมกับองค์การด้วยความศรัทธา บุคลากรมีความยินดีทำงานร่วมกับองค์การตลอดไป ซึ่งจะก่อให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์การ (Organization Commitment) บุคลากรเกิดความเชื่อความรู้สึกที่มีต่อองค์การในเชิงบวก มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งเดียวกันกับองค์การและบุคลากรมีความเต็มใจทุ่มเทแรงกายแรงใจยอมสละความสุขบางส่วนของตนเอง โดยคำนึงถึงความสำเร็จและความก้าวหน้าขององค์การเป็นสำคัญ และในปัจจุบัน หลายองค์การให้ความสำคัญกับบุคลากรเพราะถือว่าหากองค์การขาดบุคลากรที่มีคุณภาพองค์การก็จะไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเนื่องจากมีข้อพิสูจน์และมีผลการวิจัยองค์การหลายแห่งที่ระบุไว้อย่างชัดเจนว่า ถ้าบุคลากรในองค์การเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การก็จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (Organization Performance) ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและในทางตรงกันข้ามหากบุคลากรรู้สึกแย่ขาดความรู้สึกผูกพันกับองค์การและงานที่ทำก็จะส่งผลให้ผลงานของบุคลากรและรวมถึงผลการดำเนินงานขององค์การขาดประสิทธิภาพลงเรื่อย ๆ (ลลิตา จันทร์งาม, 2559)

จะเห็นได้ว่ารถยนต์มีจำนวนมากขึ้นในทุกปี ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับรถยนต์มีการขยายตัวและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดธุรกิจคาร์แคร์จำนวนมาก เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาดูแลรักษารถยนต์หรือไม่มีพื้นที่สำหรับล้างรถยนต์ และในแต่ละปีธุรกิจคาร์แคร์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนรถยนต์ที่มีปริมาณเพิ่มมากโดยการขยายตัวของธุรกิจคาร์แคร์ที่มีทั้งการเปิดกิจการใหม่ รวมถึงการขยายสาขาเพิ่ม เพื่อให้เพียงพอต่อการรองรับปริมาณรถยนต์ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (นิตนา ฐานิตธนกร และธนกฤต เศรษฐ์ศิริโชค, 2555) จึงทำให้ผู้คนสนใจในการดูแลรักษาอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในด้านการบำรุงรักษา ทำความสะอาดตัวรถทั้งภายในและภายนอก ธุรกิจให้บริการคาร์แคร์จึงมีช่องทางการเติบโตและโอกาสในการสร้างรายได้ที่สูงมากสอดคล้องกับผลการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566) ที่วิเคราะห์ไว้ว่าคาร์แคร์เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจมากที่สุดธุรกิจหนึ่งที่มีประชาชนผู้ใช้และรักรถแต่อยู่ในสภาวะที่รีบเร่งและไม่มีเวลาดูแลรถยนต์ซึ่งต้องการรักษารถยนต์ของตนเองให้มีความใหม่ สวย และสะอาด อยู่เสมอ ซึ่งมีส่วนช่วยสะท้อนถึงภาพลักษณ์และมุมมองที่ดีของเจ้าของรถยนต์ที่ใช้งาน การให้บริการคาร์แคร์จากมืออาชีพอย่างศูนย์ให้บริการทำความสะอาดรถยนต์ จึงน่าจะเป็นทางเลือกในการสร้างความสะดวกสบายให้กับคนรักรถยนต์ จึงทำให้เกิดแนวคิดของธุรกิจคาร์แคร์ขึ้น ปัจจุบันธุรกิจคาร์แคร์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นเปิดให้บริการตามแหล่งที่มีอาคารสำนักงาน หรืออาคารที่พักอาศัยที่มีจำนวนประชากรอยู่หนาแน่น หรือมีคนสัญจรจำนวนมาก และปัจจุบันปริมาณการใช้รถยนต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจคาร์แคร์มีความต้องการ เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับรถยนต์ราคาสูงและมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม ผู้ที่ใช้รถจึงมีความเอาใจใส่ 2 ในการดูแลเป็นพิเศษ ดังนั้นเพื่อให้รถยนต์สามารถใช้งานได้ยาวนาน เจ้าของรถยนต์จึงต้องดูแลรักษา สภาพรถยนต์ให้ดี ทำให้เกิดโอกาสสำหรับการประกอบธุรกิจหลายประเภท โดยเฉพาะธุรกิจศูนย์ดูแล รถยนต์หรือคาร์แคร์ (Car Care Business) ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยขนาดตลาดรวมของการ บริการดูแลรักษารถยนต์ทั่วประเทศไทยเป็นมีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาทต่อปี แบ่งเป็นธุรกิจคาร์แคร์ ประมาณ 8,000 ล้านบาท และการให้บริการอื่นๆ ประมาณ 2,000 ล้านบาทและเมื่อพิจารณาจากการ เติบโตของการซื้อรถยนต์นั่งในแต่ละปี พบว่า ธุรกิจคาร์แคร์ยังมีศักยภาพที่จะขยายตัวได้อีกประมาณ 4,000 - 5,000 ล้านบาทต่อปี (วรรณา ยงพิศาลภพ, 2563)

ทั้งนี้ธุรกิจคาร์แคร์ที่ว่านี้โดยทั่วไปแล้วจะเป็นธุรกิจที่เน้นให้บริการทำความสะอาดรถยนต์เป็นหลัก แต่จะเพิ่มบริการซ่อมบำรุง เพิ่มประสิทธิภาพของรถเข้ามาเป็นบริการเสริม ไว้ตอบโจทย์ลูกค้าที่มีความต้องการในบริการส่วนดังกล่าว จะเห็นว่าธุรกิจคาร์แคร์ที่เกิดขึ้นมากมายในขณะนี้มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายแตกต่างกันไป ธุรกิจคาร์แคร์สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) บริการรักษารถโดยเฉพาะเน้น ให้บริการที่เป็นมาตรฐาน พนักงานในร้านจะได้รับการอบรมทางด้านการดูแลรักษารถมาโดยเฉพาะ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด มีเครื่องมือให้การบริการครบครัน และมีการให้บริการที่ครบวงจรหลากหลาย (2) บริการรักษารถตามห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่จะเป็นแฟรนไชส์ เน้นการให้บริการ เหมือนประเภทแรก แต่อาจไม่มีบริการครบวงจร ด้วยข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ เนื่องจากตั้งอยู่ตามที่จอดรถ แต่มีความได้เปรียบใน

เรื่องของลูกค้าที่ใช้เวลาว่างในวันพักผ่อนมาเที่ยวห้างสรรพสินค้าและนิยมนำรถมาใช้บริการในเวลาเดียวกัน และ (3) บริการรักษารถในสถานีบริการน้ำมัน เป็นรูปแบบของธุรกิจคาร์แคร์ที่กระจายตัวอยู่หลาย ๆ จุดตามสถานีปั๊มน้ำมันต่าง ๆ เน้นราคาให้บริการที่ถูกกว่าสองประเภท แรก (ธุรกิจคาร์แคร์, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและมุ่งหวังที่จะศึกษาในประเด็นกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานร้านคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ และเป็นข้อเสนอแนะเพื่อจะได้เป็นประโยชน์ต่อองค์การอื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานหรือลูกจ้างร้านคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากประชาชนมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรหรือไม่สามารถนับจำนวนได้ของ W.G. Cochran (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานหรือลูกจ้างร้านคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยทบทวนเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี โดยปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1. ด้านคุณภาพชีวิต2. ด้านผลตอบแทน 3. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร และ 4. ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร และปัจจัยความผูกพันต่อองค์การ ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1. ความเชื่อมันอย่างแรงกล้าและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ 2. ความเต็มใจและยินดีที่จะทุ่มเทความพยายามอยางเต็มที่เพื่อทำงานให้กับองค์การ และ 3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสถานภาพของสมาชิกไว้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบสอบ แบ่งออกเป็นแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยเลือกตอบตัวเลือกเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1. ด้านคุณภาพชีวิต2. ด้านผลตอบแทน 3. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร และ 4. ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์การ ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1. ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ 2. ความเต็มใจและยินดีที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อทำงานให้กับองค์การ และ 3. ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสถานภาพของสมาชิกไว้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูลและดำเนินการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 สถิติอ้างอิง (Inference Statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยวิธี Enter

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -15,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน โดยรวมปรากฏตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน โดยรวม

ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านคุณภาพชีวิต	4.08	0.784	มาก
2. ด้านผลตอบแทน	4.05	0.739	มาก
3. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร	4.06	0.757	มาก
4. ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร	4.09	0.759	มาก
รวม	**4.07**	**0.760**	**มาก**

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร รองลงมา คือ ด้านคุณภาพชีวิต และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านผลตอบแทน ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์การ โดยรวม ปรากฏตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์การ โดยรวม

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์การ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ	4.09	0.752	มาก
2. ด้านความเต็มใจและยินดีที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อทำงานให้กับองค์การ	4.06	0.761	มาก
3. ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสถานภาพของสมาชิกไว้	4.10	0.786	มาก
รวม	**4.08**	**0.766**	**มาก**

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความผูกพันต่อองค์การ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสถานภาพของสมาชิกไว้ รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเต็มใจและยินดีที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อทำงานให้กับองค์การ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี ปรากฏตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)	.833	.136		6.133	.000
1. ด้านคุณภาพชีวิต	-.044	.039	-.053	-1.134	.258
2. ด้านผลตอบแทน	.240	.039	.262	6.096	.000*
3. ด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร	.307	.046	.345	6.633	.000*
4. ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร	.295	.046	.323	6.474	.000*
R=.781, R^2=.610, Adjusted R^2=.607					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร และด้านผลตอบแทน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร ด้านความสัมพันธ์ต่อองค์กร และด้านผลตอบแทน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของธุรกิจคาร์แคร์ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของปฏิมากร ทิพเลิศ (2564) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อำเภอเจริญศิลป์ จังหวัดสกลนคร พบว่า ด้านค่าตอบแทนและรายได้ (β =.129) มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้าน กุดนาขาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์=.620 โดยสามารถร่วมกัน

ทำนายความผูกพันต่อองค์กรของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้าน กุดนาขาม อำเภอเจรญิ ศิลป์ จังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 62.00 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด พบว่า ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แตกต่างกับงานวิจัยของสราลี ขุนเพ็ง (2566) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การ : กรณีศึกษา พนักงานบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) พบว่า ซึ่งในปัจจัยจูงใจด้านการยอมรับนับถือและความสำเร็จในการทำงานของบุคคลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การมากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยค้ำจุนด้านความมั่นคงในการทำงาน และนโยบายการบริหารงานขององค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) อีกทั้งแตกต่างกับงานวิจัยของกฤตภาคิน มิ่งโสภา, บุษกร วัฒนบุตร และวิโรชน์ หมื่นเทพ (2566) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อด้านความผูกพัน ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านความมั่นคงในการทำงาน (β = .821) (Sig. = .000*) รองลงมา ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบในงาน (β = -.274) (Sig. = .000*) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (β = .262) (Sig. = .000*) ตามลำดับ โดยมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 86.6 และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ .217 (SEE = .217)

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

จากผลการวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้ องค์กรควรให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อความต้องการของพนักงาน เมื่อพนักงานมีแรงจูงใจที่มากพอก็จะเกิดความผูกพันต่อองค์กร ต้องการดำรงอยู่เป็นสมาชิกภาพในองค์กรตลอดจนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีซึ่งส่งผลโดยตรงกับองค์กร

2. ผลการวิจัยครั้งนี้ องค์กรควรกำหนดนโยบายกฎระเบียบให้ชัดเจนและปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนในแบบเดียวกัน เท่าเทียมกัน ตลอดจนบทลงโทษที่ชัดเจนและยุติธรรมต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานรู้สึกถึงความเท่าเทียมกัน

3. ผลการวิจัยครั้งนี้ พนักงานควรสร้างแรงจูงใจของตนเองให้ได้เพื่อก่อให้เกิดแรงกระตุ้นเกิดความมุ่งมั่นพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นที่ยอมรับแก่องค์กร

4. ผลการวิจัยครั้งนี้ พนักงานควรฝึกฝนและมุ่งมั่นพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤตภาคิน มิ่งโสภา, บุษกร วัฒนบุตร และวิโรชน์ หมื่นเทพ. (2566). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี.* วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง. 12(3), 31-50

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2564). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธุรกิจคาร์แคร์. (2566). จากhttp://socialintegrated.com.

นิตนา ฐานิตธนกร และธนกฤต เศรษฐ์ศิริโชค. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ ซ่อมรถยนต์. วารสารนักบริหาร, 6* (2), 113 - 128.

ปฏิมากร ทิพเลิศ. (2564). *แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม อำเภอเจริญศิลป์ จังหวัดสกลนคร.* บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล, ธัญวฤณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท เอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด.* วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น. 2(3), 27-39.

ลลิตา จันทร์งาม. (2559). *ปัจจัยที่ส่งต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล.* บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรรณา ยงพิศาลภพ. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสำหกรรม ปี 2563-65: อุตสำหกรรมรถยนต์. จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Hi-techIndustries/Automobiles/IO/io-automobile-20.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). *ผลการวิเคราะห์คาร์แคร์เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ.* (ออนไลน์). จาก: https://www.kasikornresearch.com/th.

สราลี ขุนเพ็ง. (2566). *แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การ : กรณีศึกษาพนักงานบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน).* บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

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

