

หัวข้อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และความผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด
นักศึกษา	นางสาวรุ่งทิพย์ ปานสวัสดิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ชัยกิจจอร่าใจ
หลักสูตร	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2555

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจและความผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรของบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำนวน 111 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้สถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่า T-test การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. บุคลากรของบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.0 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.8 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.1 ระยะเวลาในการทำงาน 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 38.7 รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตำแหน่งงานส่วนมากเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 39.6 ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) จำกัด มีปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านสภาพการทำงาน ที่มีสภาพแวดล้อมภายในที่ทำงานของเหมาะสมที่จะทำให้ทำงานได้อย่างสะดวกสบายและเห็นว่าบรรยากาศในที่ทำงานสบายทำให้ทำงานอย่างมีความสุข อยู่ในระดับมากที่สุดที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ปัจจัยด้านความผูกพันองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านเต็มใจที่จะทำงานเพื่อความสำเร็จขององค์กร ด้านความภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรแห่งนี้ และด้านรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งนี้อยู่ในระดับมากที่สุดที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 สมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ที่ต่างกันเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท เอไอซี (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ส่วนปัจจัยอายุ สถานภาพ ระยะเวลาทำงาน การศึกษา รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งงานที่ต่างกัน โดยรวมมีผลต่อความผูกพันองค์กรของบริษัท เอไอซี (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

4.2 สมมติฐานปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัท เอไอซี (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัทฯ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องด้วยได้รับการอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้แก่ผู้วิจัยในการแนะนำครั้งนี้ ด้วยการตรวจและแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้เสร็จสมบูรณ์ทุกประการ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา ครอบครัวและพี่น้องที่คอยเป็นห่วงดูแลและให้กำลังใจเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จด้วยดี หากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขออุทิศให้แก่บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่าน จึงขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

รุ่งทิพย์ ปานสวัสดิ์

ผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญภาพ.....	IV
สารบัญตาราง.....	V
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
กรอบแนวคิด.....	2
สมมติฐานการศึกษา.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร.....	22
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ.....	51
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพัน.....	56
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	57
บทที่ 5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	74
5.2 อภิปรายผล.....	80
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	80
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	86
ภาคผนวก ข. ประวัติ บริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	93
ประวัติผู้วิจัย.....	96

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่		หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ภาพที่ 2.1	แสดงสมมติฐานเกี่ยวกับคน.....	17
ภาพที่ 3.1	แสดงภาพขั้นตอนดำเนินงานวิจัย.....	40
ภาพที่ 4.2	แสดงความถี่และค่าร้อยละ.....	47

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1	สำหรับพิจารณาขนาดตัวอย่างตามที่ชนะของเครื่องจักรและมอเตอร์แกน.....	38
ตารางที่ 4.1	แสดงความถี่และค่าร้อยละจำแนกตามเพศ.....	47
ตารางที่ 4.2	แสดงความถี่และค่าร้อยละจำแนกตามอายุ.....	47
ตารางที่ 4.3	แสดงความถี่และค่าร้อยละจำแนกตามสถานภาพ.....	48
ตารางที่ 4.4	แสดงความถี่และค่าร้อยละจำแนกตามระยะเวลาทำงาน.....	48
ตารางที่ 4.5	แสดงความถี่และค่าร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4.6	แสดงความถี่และค่าร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	50
ตารางที่ 4.7	แสดงความถี่และค่าร้อยละตามตำแหน่งงาน.....	50
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจิตใจ.....	51
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยอนามัย.....	53
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร.....	56
ตารางที่ 4.11	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศของบุคลากรบริษัทฯ มีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	58
ตารางที่ 4.12	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุของบุคลากรบริษัทฯ มีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	60
ตารางที่ 4.13	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพของบุคลากรบริษัทฯ ที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	62
ตารางที่ 4.14	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาทำงานของบุคลากรบริษัทฯ ที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	64
ตารางที่ 4.15	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาของบุคลากรบริษัทฯ ที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	66
ตารางที่ 4.16	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของบุคลากรบริษัทฯ ที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	68
ตารางที่ 4.17	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านตำแหน่งงานของบุคลากรบริษัทฯ ที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันองค์กร.....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.18	
แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความ	
ผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	72
ค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม.....	
ตารางที่ 4.19	
แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยอนามัยมีความสัมพันธ์กับความ	
ผูกพันองค์กรของบุคลากรบริษัท เอไอ (ประเทศไทย) มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	73
ค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม.....	