

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของ

ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Motivation Affecting The Organizational Affecting of Customer Service Officers of

KasikornBank in the Bangkok Metropolitan Area

อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระ

Thematic Paper Advisor

ดร.ประพันธ์ วงศ์บางโพ

Dr. Praphan Wongbangpo

นางสาวจารุณีษ์ ทองธวัช

Miss Jarunee Thongthavat

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่ธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ กลุ่มประชากรที่เป็น เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าประจำสาขา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent t-test, One Way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

ผลจากการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน มีอายุ 31 – 40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 15,001 – 35,000 บาท และมีอายุงาน 11 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้า ประกอบด้วย ด้านความต้องการเพื่อการดำรงชีพ และด้านความสัมพันธ์ทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, ความผูกพันต่อองค์กร, เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the motivation and organizational commitment of customer service officers of Kasikorn Bank in the Bangkok metropolitan area, 2) compare the organizational commitment differences according to the different personal factors of customer service officers at Kasikorn Bank in the Bangkok metropolitan area, and 3) study the influence of motivation affecting the organizational commitment of customer service officers of Kasikorn Bank in the Bangkok metropolitan area. The sample group was the customer service officers of Kasikorn Bank, branch customer service officers in the Bangkok metropolitan area, using a questionnaire with 400 people. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, Independent t-test, One Way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The research results revealed that 1) most of the sample were 268 females, aged 31-40 years old, single, with a bachelor's degree, earning 15,001-35,000 baht, and having worked for 11 years or more with statistical significance. The motivations affecting the organizational commitment of customer service officers consisted of the need for sustenance and social relationships with statistical significance.

Keywords : Motivation, Organizational Commitment, Customer Service Officers of Kasikorn Bank

บทนำ

จากสถานการณ์กลุ่มธุรกิจธนาคารจัดอยู่ในด้านสาขางานบริการ มีทั้งธนาคารคู่แข่งกันจำนวนมากทั้งธนาคารขนาดใหญ่และธนาคารขนาดเล็ก โดยเฉพาะกลุ่มเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารจะเป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ที่มีความสำคัญต่อธนาคารมากที่สุด เพราะเจ้าหน้าที่กลุ่มนี้จะมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง ลูกค้าจะพึงพอใจการบริการของธนาคารมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับบริการเจ้าหน้าที่กลุ่มนี้ ดังนั้นธนาคารจึงต้องรักษาเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าให้คงอยู่กับธนาคารนานที่สุด เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้ามาใช้ประโยชน์ให้กับธนาคารในการดึงดูดลูกค้าไว้

จากสถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครกำลังประสบปัญหาในด้านการรักษาเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าให้คงอยู่กับองค์กร เนื่องจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าไม่มีความผูกพันต่อองค์กร เช่น เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าแสดงพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน และบริการลูกค้าอย่างไม่เต็มที่ ไม่อยากมาทำงาน ไม่รับฟังเวลาหัวหน้างานสั่งงานและสื่อสาร ไม่เสียสละเวลาส่วนตัว ไม่แสดงความคิดเห็น และไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมของธนาคาร หัวหน้างานไม่ได้สร้างบรรยากาศภายในธนาคารให้พนักงานรับรู้ถึงความสุขกับเพื่อนร่วมทีม องค์กรเกิดจากการจัดสรรพนักงาน ไม่ตรงกับสายงาน จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า รวมถึงยังขาดความรู้และความสามารถในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคาร ซึ่งปัญหาที่กล่าวถึง จะทำให้พนักงานไม่รักองค์กร และไม่เกิดความผูกพัน

จากการสอบถามของพนักงานที่ลาออกจากองค์กร พบว่าปัญหาส่วนใหญ่มาจากการที่พนักงานไม่มีแรงจูงใจในการทำงาน โดยปัญหาดังกล่าวได้แก่ รายได้ผลตอบแทนค่าล่วงเวลาไม่เหมาะสมกับตำแหน่งงานไม่สามารถเพียงพอต่อการดำรงชีพได้ ไม่มีการได้รับการชื่นชมและยกย่องกับหัวหน้างาน ไม่ได้รับสวัสดิการตรงตามความต้องการ ไม่ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพตามความเสมอภาคในการเลื่อน สาเหตุดังกล่าวเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกี่ยวกับแรงจูงใจไม่ตรงตามความต้องการโดยตรง

จากสาเหตุที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษา แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแรงจูงใจของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยให้เกิดความผูกพันต่อธนาคารกสิกรไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่ธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลแรงจูงใจที่ส่งผลความผูกพันต่อองค์กร ของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

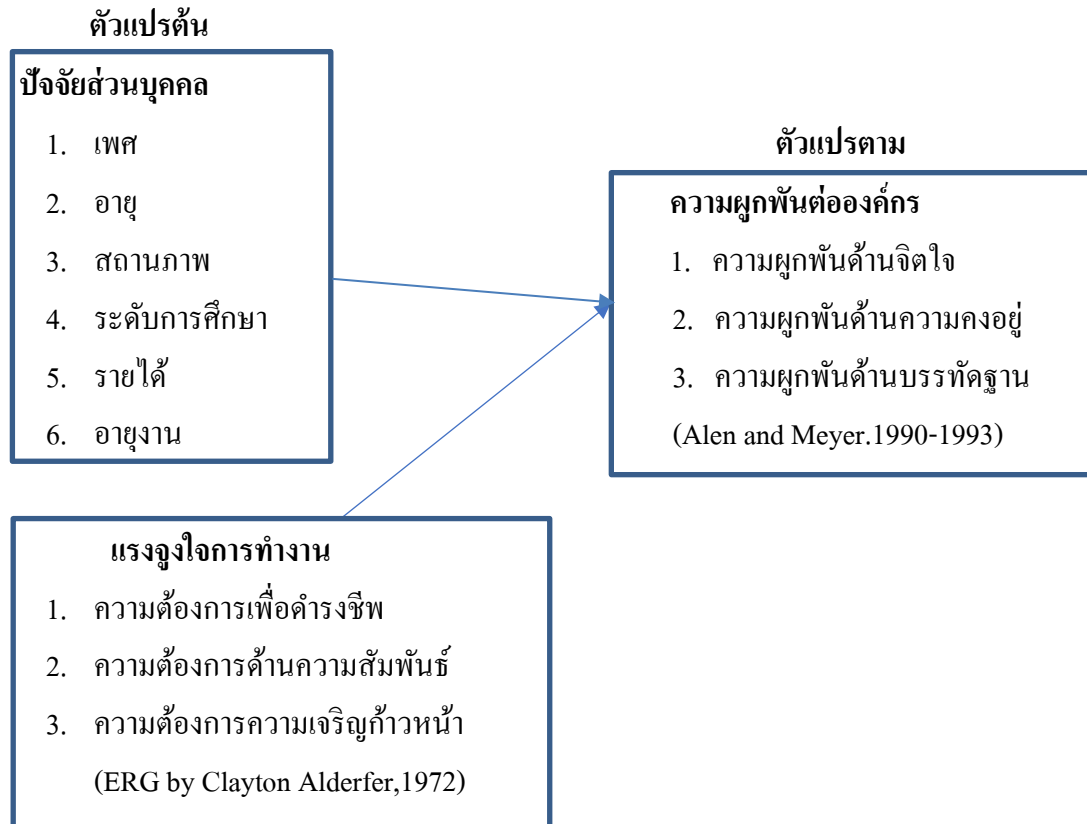
1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน
2. แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร (เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของเครือข่ายบริการของธนาคารกสิกรไทยในระดับปฏิบัติการ) ไม่รวมเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างานขึ้นไป โดยไม่ทราบประชากรที่แน่ชัด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้บริหารในการจัดทำแผนพัฒนาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพจากเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า และผู้บริหารธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าประจำสาขา เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ารายเดือน ในเขตกรุงเทพมหานครโดยไม่ทราบข้อมูลประชากรที่แน่ชัด ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูล คือ 385 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อน 0.05 แต่เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลและการวิเคราะห์จึงขอเก็บเพิ่มเป็น 400 คน แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนการสุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้การรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล ตำรา โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการสำรวจรายการ (Checklist) ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา (5) รายได้ (6) อาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับ แรงจูงใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มี 3 ด้าน จำนวน 12 ข้อ คือ (1) ด้านความต้องการเพื่อการดำรงชีพ (2) ความต้องการความสัมพันธ์ทางสังคม (3) ความต้องการเจริญก้าวหน้า ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 3 ด้าน จำนวน 11 ข้อ คือ (1) ความผูกพันด้านจิตใจ (2) ความผูกพันด้านความคงอยู่ (3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนการสร้างดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1. ร่างแบบสอบถามในแต่ละด้าน ให้ครอบคลุมค่านิยมตัวแปรทุกตัว
2. นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน คือ (1) อาจารย์ที่ปรึกษา

(2) หัวหน้าในสายงาน (3) ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยมีค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.97 ซึ่งแสดงว่า ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-total Correlation) มีค่า 0.945 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ตามวิธีของ Cronbach (1984) ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง

5. หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านกระบวนการทดสอบเครื่องมือแล้วนำมาจัดพิมพ์เพื่อดำเนินเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ตามทีผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสังเคราะห์และสร้างเป็นแบบสอบถาม นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถาม มีวิธีดำเนินการ คือ

1. ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจาก ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และได้รับการตอบกลับครบทั้งจำนวน 400 ชุด คิดเป็น 100 % ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

2. ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยส่งเป็นลิงค์ของแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ในกลุ่มเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าตามสาขานาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มเพื่อน เพื่อตอบแบบสอบถามจำนวนมาก และได้รับการตอบกลับ ทั้งหมดจำนวน 400 ชุด คิดเป็น 100 % ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้ กำหนดรหัสไว้ และเอาข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่มากที่สุด	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ	หญิง	268	67.0
2. อายุ	31 - 40 ปี	173	43.3
3. สถานภาพ	โสด	238	59.5
4. ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	331	82.8
5. รายได้	15,001 - 35,000	185	46.3
6. อายุงาน	อายุงาน 11 ปีขึ้นไป	129	32.3

ผลการศึกษาวิจัย พบว่าพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 อยู่ในช่วงอายุ ระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 มีสถานภาพโสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 35,000 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีอายุงาน 11 ปีขึ้นไป จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์แรงงูใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

แรงงูใจ	ระดับแรงงูใจของเจ้าหน้าที่		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. มิติด้านความต้องการเพื่อการดำรงชีพ	4.19	0.64	มีแรงงูใจการทำงานระดับดี
2. มิติด้านความสัมพันธ์ทางสังคม	4.26	0.64	มีแรงงูใจการทำงานระดับดีมาก
3. มิติด้านการเพื่อการเจริญก้าวหน้า	4.14	0.72	มีแรงงูใจการทำงานระดับดี
ภาพรวม	4.20	0.67	มีแรงงูใจการทำงานระดับดี

ผลการศึกษาวิจัย พบว่าแรงจูงใจของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแรงจูงใจการทำงานอยู่ในระดับที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.20 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.67) เมื่อพิจารณารายมิติพบว่า คือ มิติด้านความสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.64) มิติด้านความต้องการเพื่อการดำรงชีพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.64) และ มิติด้านความการเพื่อการเจริญก้าวหน้า มีค่าน้อยที่สุดโดย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านความผูกพันด้านจิตใจ	4.38	0.60	มีความผูกพันต่อองค์กรระดับมากที่สุด
2. ด้านความคงอยู่	4.27	0.68	มีความผูกพันต่อองค์กรระดับมากที่สุด
3. ด้านบรรทัดฐาน	4.39	0.59	มีความผูกพันต่อองค์กรระดับมากที่สุด
ภาพรวม	4.35	0.62	มีความผูกพันต่อองค์กรระดับมากที่สุด

ผลการศึกษา พบว่าความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีความผูกพันต่อองค์กรดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านบรรทัดฐานมีค่ามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.59) ลำดับถัดมาคือ ด้านความผูกพันด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.68) และ ด้านความคงอยู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.68) ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อความผูกพันแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า

เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน พบว่าเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีอายุน้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อย เนื่องจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุน้อยขึ้น ทำให้มีภาระหน้าที่ต้องรับผิดชอบมากขึ้น มีประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้น มีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี องค์กรมีความมั่นคงได้รับการทำงานอย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพรธ ชาญชัยธรรม (2560) กล่าวว่า พนักงานที่มีอายุต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีอายุน้อยมีการประสบการณ์ที่ดี สามารถเข้าใจระบบงานทั้งในภาพรวมและความรู้เฉพาะทางได้อย่างชัดเจน ทำตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน พบว่าเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า เนื่องจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีรายได้สูงกว่าจะมีความรับผิดชอบมากกว่า มีความเสี่ยงในการทำงานมากกว่า ต้องมีความรอบคอบ ตรวจสอบเอกสารประจำวัน และระมัดระวังในการทำงาน จึงส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าเจ้าหน้าที่บริการที่มีรายได้น้อย สอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพรธ ชาญชัยธรรม (2560) กล่าวว่าพนักงานที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานที่มีรายได้มากกว่าส่วนใหญ่จะมีความรับผิดชอบสูง มีความชำนาญเฉพาะด้าน จึงส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างดี

เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุงานแตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน พบว่าเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีอายุการทำงานมากกว่ากลุ่มที่มีอายุการทำงานน้อยกว่าเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีอายุการทำงานน้อย เนื่องจากเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการทำงานไว้มาก จึงมีความรู้ ความเข้าใจในสายงานธนาคาร และมีความรอบคอบระมัดระวังในการปฏิบัติงานตรงตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ากับลูกค้าได้ดี เพราะต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงาน จึงส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าเจ้าหน้าที่บริการที่มีอายุงานน้อย สอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพรธ ชาญชัยธรรม (2560) กล่าวว่า พนักงานที่มีอายุงานแตกต่างกัน จะมีความผูกพันต่อ

องค์กรแตกต่างกัน ด้านความรับผิดชอบ การปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ มีประสิทธิภาพและความชำนาญในการปฏิบัติงานตรงตามนโยบายการบริหารองค์กร จึงส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างดี

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในของเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทั้ง 3 ด้าน มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านการเพื่อการเจริญก้าวหน้า มี 2 ด้าน อิทธิพลต่อความผูกพันโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม พบว่าส่งผลต่อความผูกพันมากที่สุด เนื่องจากความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีในที่ทำงานจะทำให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้ามีส่วนร่วมต่อธนาคารกสิกรไทย รู้สึกสนุกสนานกับการทำงาน อยากมาทำงานและอยากทำงานร่วมกับทีมงานอยากมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เมื่อพนักงานมีความสุขในการปฏิบัติงานก็จะสร้างผลงานที่มีคุณภาพ ไม่ขาดงาน เช่นการมีการจัดกิจกรรมโครงการวิ่งรักป้านาน (KBac/Rak Pa Nan , 2567) สอดคล้องกับการศึกษาของ บุศราคม รักท้วม (2562) กล่าวว่าเนื่องจากมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีในการทำงาน เช่น การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การให้คำปรึกษา การติดต่อสื่อสาร การทำงานร่วมกันย่อมส่งผลให้พนักงานมีปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นส่งผลต่อความผูกพันเป็นอย่างดี

ด้านความเจริญก้าวหน้า พบว่าเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความผูกพันต่อองค์กร เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับการส่งเสริมความรู้เพื่อพัฒนาตัวเอง เพื่อความเจริญเติบโต แสวงหาโอกาสและความท้าทาย สิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้เจ้าหน้าที่ธนาคารได้รับความรู้เกิดความชำนาญในการทำงานโดยส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เช่น เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายและ KPI ที่ทางธนาคารวางไว้ ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จจะทำให้ได้รับการแต่งตั้งและปรับตำแหน่งจากองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ สมพงศ์ รัตนนุพงศ์ (2558) กล่าวว่า หน่วยงานให้มีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ตามความรู้ ความสามารถในการทำงานเพื่อพัฒนาขึ้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่าในอนาคต โดยผู้ปฏิบัติเชื่อว่าการได้ปรับเปลี่ยนตำแหน่งที่สูงขึ้นจะทำให้มีก้าวหน้าก้าวหน้าในชีวิตมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. จากกรณีศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานต่ำกว่า 1 ปี มีแนวโน้มความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่ากลุ่มอื่น ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ให้ธนาคารกสิกรไทยสนับสนุนเรื่องระยะเวลาอบรมสำหรับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่อายุงานต่ำกว่า 1 ปี กล่าวคือ เดิมธนาคารกำหนดสำหรับการฝึกหัดเจ้าหน้าที่บริการใช้ระยะเวลาอบรมน้อย จึงทำให้ไม่เพียงพอกับการฝึกฝนทักษะ เพราะการเรียนรู้เพียงอย่างเดียวแต่ขาดสภาพแวดล้อมในการนำไปใช้ปฏิบัติงานภาคสนามจริงกับลูกค้าอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีอายุงานต่ำกว่า 1 ปี เกิดความกังวล เพราะขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะ ขาดความชำนาญ ขาดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร จึงเกิดความกดดันในการปฏิบัติงานจริงและเกิดความท้อแท้ ดังนั้นควรเพิ่มระยะเวลาฝึกอบรมสำหรับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่มีอายุงานต่ำกว่า 1 ปี ระยะเวลาฝึกอบรมควรไม่น้อยกว่า 3 เดือน เพื่อบุคลากรเกิดความเชื่อมั่นความเข้าใจในสายงานและเกิดความรู้ในผลิตภัณฑ์ธนาคาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างพลังและความเชื่อมั่น ในองค์กรในระยะยาวดังนั้น ส่งผลให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างดี

2. จากกรณีศึกษาพบว่า ด้านความต้องการเพื่อการดำรงชีพ มีความคิดเห็นมีค่าน้อยที่สุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ให้กับสหภาพแรงงานธนาคารกสิกรไทย เรื่องการปรับเงินเดือน โบนัส และเงินโบนัส นำเสนอต่อผู้บริหารธนาคารกสิกรไทย ขอให้พิจารณาเพิ่มอัตราค่าตอบแทนซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าได้รับค่าตอบแทนในการดำรงชีพที่เพิ่มขึ้น เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ส่งผลให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยเกิดความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างดี

3. จากกรณีศึกษาพบว่า ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมมีอิทธิพลต่อความผูกพัน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ทางธนาคาร มีการจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มหลังเลิกงาน ได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้ ปัญหา กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน และมีการละลายพฤติกรรม เพื่อเป็นแนวทางนำมาแก้ไข ช่วยให้เห็นปัญหาจากมุมที่ต่างออกไป กระตุ้นการวิเคราะห์และการพัฒนาตนเอง ทำให้เกิดความรอบคอบในการตัดสินใจ ช่วยให้การรวบรวมข้อคิดเห็นมีการครอบคลุมประเด็นเนื้อหามากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันหัวหน้าต้องกล่าวคำชมเชย เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ดี เพื่อสร้างแรงจูงใจเป็นแบบอย่างให้กับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าคนอื่นจะได้นำไปปฏิบัติตามให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครรู้สึกมีความสุข ในการทำงาน ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาล้างต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ วิจัยของเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ในเขต กรุงเทพมหานคร จังหวัดเดียวเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษาและข้อมูลที่ได้มีลักษณะเฉพาะที่ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความครอบคลุมของการศึกษา จึงเสนอให้ทำการวิจัยกับเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย หลาย ๆ จังหวัด ที่มีลักษณะและองค์กรแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรให้ความสำคัญกับประเด็นของอำนาจ และกฎระเบียบ ภายในองค์กร ความขัดแย้งภายในองค์กร หรือภายในสาขา พฤติกรรมกลุ่มเพิ่มเติมเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กร และเป็นแรงจูงใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ธนาคารกสิกรไทยในเขต กรุงเทพมหานคร โดยตรง จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลบุคคลกลุ่มตัวอย่างซึ่งแยกจำแนกตามเพศอายุ สถานะภาพระดับการศึกษารายได้อายูงาน โดยหาค่าความถี่และหาค่าร้อยละ

บรรณานุกรม

โชติกา ระโส. (2555). แรงจูงใจ” พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความต้องการที่จะได้ตอบสนองเป็นสิ่งกระตุ้นต่างๆ ก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่แสดงอย่างประสบความสำเร็จอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้.

จิตาภัทร์ ทูทุมมา. (2563). แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบิวตี้แอนด์ เซลล์ (Beauty & Sale).

ณัฐพรณ ชาญชัยกรรม. (2560). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน).

ณัฐนิชา สัมฤทธิ์. (2564). ปัจจัยลักษณะงาน แรงจูงใจในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กรของพนักงานบริษัทท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในจังหวัดพังงา.

ลลิตา จันทรัมย์. (2559). ได้ให้ความหมายของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล.

บุศราคม รักท้วม. (2562). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงพยาบาลบางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล.

สมพงศ์ รัตนนุพงศ์. (2558). คุณภาพชีวิตในการทำงานกับประสิทธิภาพปฏิบัติงานของพนักงาน ศูนย์ข่าว SMM (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

