

การพัฒนากลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความผูกพันขององค์กรในธนาคารพาณิชย์

กาญจนา ทองคำ^{1*} ประเพศ ไกรจันทร์² และ ทวีศักดิ์ รูปสิงห์³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรในธนาคารพาณิชย์ และ 2) พัฒนากลยุทธ์ในการเสริมสร้างความผูกพันขององค์กรในธนาคารพาณิชย์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสินทรัพย์มาก 5 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทยธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 120,662 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์ยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น รวม 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ และปัจจัยที่อิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร ด้วยสถิติแบบถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรธนาคารพาณิชย์ในภาพรวมมีระดับความผูกพันอยู่ในระดับมาก มีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.96 เมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรในธนาคารพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 ตัว คือ ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านระบบองค์กร โดยตัวแปรทั้ง 2 ร่วมกันพยากรณ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กร ได้ร้อยละ 61.80 ($R^2 = .618$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) .373 และผลการพัฒนากลยุทธ์เสริมสร้างความผูกพันในองค์กรสรุปว่า ในการกำหนดกลยุทธ์การเสริมสร้างความผูกพันในองค์กรธนาคารพาณิชย์ มีปัจจัยสำคัญที่นำไปสร้างกลยุทธ์ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านลักษณะงาน 2) กลยุทธ์ด้านบุคคลและสังคมในองค์กร 3) กลยุทธ์ด้านระบบองค์กรและ 4) กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำกลยุทธ์การเสริมสร้างความผูกพันขององค์กรในธนาคารพาณิชย์ไปปรับใช้โดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ทั้งความเหมาะสมและความเป็นไปได้มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ความผูกพัน, ความผูกพันต่อองค์กร, ความผูกพันของพนักงาน, ธนาคารพาณิชย์

¹ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² ประธานสาขาวิชาศึกษาทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้พิมพ์ประสานงาน โทร. +668 9130 6532 อีเมล: nam_aqua@hotmail.com



A Study of Strategic Development to Enhance Commitment to their Organizations among Thai Commercial Banks

Kanjana Thongkum^{1*} Prapet Kraichan² and Taweesak Roopsing³

Abstract

The objectives of the study were 1) to study the organizational factors which affected the levels of employee engagement in the commercial banks in Thailand, and 2) to develop strategies of enhancing the organizational engagement of the employees in the commercial banks. The total sample for selection was consisted of 120,662 employees in 5 commercial banks with the most remarkable estate in Bangkok, namely Bangkok Bank, Siam Commercial Bank, Kasikorn Bank, Krungthai Bank and Krungsri Bank. The sample of this research was calculated by using Taro Yamane formula with .05 deviation level. The sample size of the study was 400 respondents. The research instrument used was a questionnaire with 0.95 confidence level. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and analysis of relationship and engagement factors with Multiple Regression Analysis. The findings revealed that the employee engagement of the commercial banks in general was at a high level with average point of 3.96. When analyzing the factors affecting the levels of employee engagement in the commercial banks, it found that the job characteristics and organization practice affecting the employee engagement were statistically significant at 0.05. The two complementary predictors could significantly predict the factors influencing the employee engagement at the level of 61.80 ($R^2=.618$) with standard deviation at (SE_{est}) .373. The result of the strategic development of enhancing the organizational engagement of the employees showed that there were four main factors providing the strategies of enhancing the employee engagement in the commercial banks, namely job characteristics, people/social, organization practice and organization climate. And the result of assessment of suitability and probability in applying the strategies of enhancing the organizational engagement of the employee in the commercial banks by some experts found that both suitability and probability were at a high level.

Keywords: Organizational Engagement, Commitment, Employee Engagement, Commercial Banks

¹ Master Degree Graduate, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² Chairman of the Department of General Education, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ Associate Professor, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author Tel. +668 9130 6532 e-mail: nam_aqua@hotmail.com