

ปัจจัยการบริหารที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ADMINISTRATIVE FACTOR AFFECTING EMPLOYEE LOYALTY OF HOME
IMPROVEMENT DISTRIBUTORS IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE

ญาณกร ภิญญวรเมธ¹ และอนรรักษ์ เรืองรอบ²
Yannakorn Phinyuworameat¹ and Anurug Ruangrob²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการองค์การสมัยใหม่ คณะบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการองค์การสมัยใหม่ คณะบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยการบริหารของร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานบริษัท กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานที่ทำงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านในเขตเมืองพัทยา จำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่มีต่อบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57, S.D. = 0.77$) (2) ความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านมีความแตกต่างจำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล โดยด้านสถานภาพพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพการหม้าย-หย่าร้างมีความจงรักภักดีมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพการสมรส ด้านระดับรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีความจงรักภักดีมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาท และ (3) ปัจจัยการบริหารที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านในเขตเมืองพัทยา ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านขวัญกำลังใจ ด้านทรัพยากรกับด้านการจัดการและด้านเครื่องจักร ตามลำดับ

ABSTRACT

This research has objectives that are (1) to study the level of employees loyalty of home improvement distributors in Pattaya, Chonburi province (2) to compare the level of company employee loyalty by personal attributes (3) to

examine the influence of administrative factors on employee loyalty of home improvement distributors. Samples were 150 employees of home improvement distributors in Pattaya, Chonburi province. Questionnaires were distributed for data collection. Statistics for data analysis were frequency, percentage, average mean, and standard deviation. In hypothesis testing, t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression were employed.

The result of this research showed that (1) the level of employees loyalty of home improvement distributors in Pattaya, Chonburi province was at high level ($\bar{X}$ = 3.57, $S.D.$ = 0.77) (2) the level of employees loyalty of company in Pattaya, Chonburi province was different in terms of marital status and income. For marital status, it was found that divorced groups and windows were more loyalty than married couples. For monthly income, respondents who earned 30,001 baht were more loyal than those who earned below 10,000 baht, and (3) administrative factor that affect the overall loyalty of company employees in Pattaya were message, morale, material, management and machine, respectively.

คำสำคัญ

ปัจจัยด้านการบริหาร ความจงรักภักดีของพนักงาน สินค้าตกแต่งบ้าน

Keywords

Administrative Factor, Employee Loyalty, Home Improvement Product

ความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นตามสถานะเศรษฐกิจ โดยมีลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มช่าง ผู้รับเหมา และเจ้าของโครงการ และเพื่อเป็นการก้าวสู่ความเป็นผู้นำทางธุรกิจและรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้ธุรกิจประเภทนี้ได้ขยายธุรกิจในรูปแบบ “สินค้าตกแต่งบ้าน” ไปยังตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งร้านค้าตัวแทนจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านในตลาดปัจจุบันได้มีความพยายามในการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศโดยมีตัวแทนจำหน่ายจากหลากหลายบริษัทที่นำเสนอสินค้าตกแต่งบ้านดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ยอดขายและจำนวนสาขาในแต่ละปีของบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน

ยอดขาย (ลบ.)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
โฮมโปร	25,915	30,502	36,959	42,830	51,209	56,243
โกบอลเฮาส์	5,971	8,391	11,099	14,737	16,055	17,411
ไทวัสดุ*	500	2,500	7,500	12,200	16,000	20,000
จำนวนสาขา						
โฮมโปร	40	45	53	64	71	77
โกบอลเฮาส์	13	15	22	27	32	38
ไทวัสดุ	1	10	23	35	39	41
ยอดขายต่อสาขา						
โฮมโปร**	648	678	698	669	721	730
โกบอลเฮาส์	459	559	504	546	502	458
ไทวัสดุ	500	250	326	348	410	488
Source: Company						
* โดยประมาณ / ** ไม่นับรวมสาขา Mega Home						

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ายอดขายและจำนวนสาขาบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในสภาวะที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูงธุรกิจมีความเสี่ยงในการสูญเสียบุคลากรที่ความรู้ความสามารถให้กับคู่แข่ง ดังนั้นทุกองค์กรจึงมีความพยายามที่จะลดโอกาสสูญเสียบุคลากรลงโดยการพัฒนาความสามารถและทักษะของบุคลากรในองค์กรให้สูงขึ้นพร้อมกับการพิจารณาปรับเปลี่ยนตำแหน่งในทุก ๆ ระดับซึ่งเป็นเครื่องมือในการรักษาบุคลากรที่เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ยังมีการมอบสวัสดิการการจัดตั้งโครงการต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรมีความสุข ความมั่นคง และเกิดความผูกพันกับบริษัท

แนวคิดการพัฒนางานองค์กรในปัจจุบันเชื่อว่า การที่คนมีความจงรักภักดีต่อองค์กร มีขวัญกำลังใจในการทำงาน และมีความพึงพอใจในการทำงาน จะส่งผลทำให้สามารถดึงเอาความรู้ความสามารถที่ได้ฝึกฝนนำมาพัฒนาสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร และเป็นพลังที่จะสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ถึงแม้ว่าองค์กรจะมีระบบการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพจนได้คนเก่งที่มีความรู้ความสามารถสูง ตรงตามตำแหน่งเข้ามาทำงาน แต่หากบุคคลนั้นขาดความพึงพอใจในการทำงาน หรือขาดความจงรักภักดีต่อองค์กรแล้ว ก็จะไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความรู้ ความสามารถ และศักยภาพที่มีอยู่ และไม่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรได้ตามความคาดหวัง

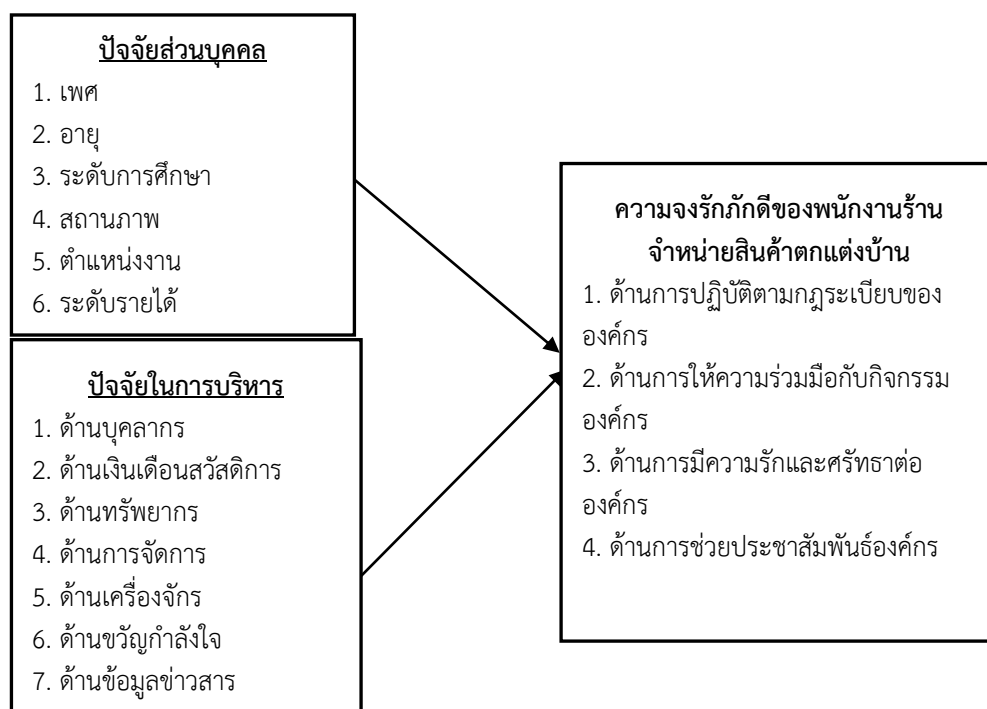
โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. ระดับความจงรักภักดีของพนักงานเป็นอย่างไร
2. อิทธิพลด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความจงรักภักดีของพนักงานเป็นอย่างไร

3. ระดับปัจจัยในการบริหารที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความจงรักภักดีของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาถึงระดับของปัจจัยในการบริหารที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน และระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่ต่างกัน
2. ปัจจัยทางการบริหารประกอบด้วย บุคลากร เงินเดือนและสวัสดิการ ทรัพยากร การจัดการ เครื่องจักร ขวัญกำลังใจ และข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน

เป็ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 150 คน โดยได้มีการกำหนดกรอบโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด โดยตัววัดที่ใช้ในแต่ละตัวแปรได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่ผ่านมา ได้แก่ ปัจจัยทางการบริหาร (นงเยาว์ ป่านพูล, 2551 และปริตา จิตรจรรยา, 2553)

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของข้อคำถามของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นคำถามในแบบสอบถามจริง

2. ความน่าเชื่อถือในความสอดคล้องระหว่างรายการที่วัด (inter-item consistency reliability) เป็นการทดสอบความสอดคล้องของคำตอบที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามทุก ๆ ข้อที่นำมาใช้วัด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบ์ร็อคอัลฟา (Cronbach's alpha) จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.719 - 0.913 แสดงให้เห็นว่าเป็นเครื่องมือวัดที่ยอมรับได้

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของงานวิจัยดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	69	46.0
หญิง	81	54.0
รวม	150	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	13	8.7
21 -30 ปี	75	50.0
31 – 40 ปี	58	38.7
41 ปีขึ้นไป	4	2.6
รวม	150	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	93	60.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	57	39.3
รวม	150	100

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน	ร้อยละ
4. สถานภาพ		
โสด	101	67.3
สมรส	35	23.3
หม้าย	8	5.3
หย่าร้าง	6	4.2
รวม	150	100
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	42	28.0
10,001-20,000 บาท	68	45.4
20,001-30,000 บาท	26	17.3
30,001 บาทขึ้นไป	14	9.3
รวม	150	100
6. ตำแหน่งงาน		
ผู้จัดการ	14	9.3
ผู้บริหารระดับต้น	11	7.3
พนักงานระดับปฏิบัติการ	125	83.4
รวม	150	100

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 54.0 ช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 50.0 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 60.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 67.3 มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 45.5 และทำงานระดับพนักงานปฏิบัติการ ร้อยละ 83.4

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมของปัจจัยการบริหาร

ปัจจัยการบริหาร	n=150		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านบุคลากร	3.37	1.19	ปานกลาง
2. ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ	3.30	0.81	ปานกลาง
3. ด้านทรัพยากร	3.22	0.83	ปานกลาง
4. ด้านการจัดการ	3.34	0.86	ปานกลาง
5. ด้านเครื่องจักร	3.40	0.79	ปานกลาง
6. ด้านขวัญกำลังใจ	3.32	0.89	ปานกลาง
7. ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.45	0.83	มาก
รวม	3.34	0.71	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความจงรักภักดีด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่าระดับความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34, S.D = 0.71$) เมื่อพิจารณาเป็นระดับรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.45, S.D = 0.83$) ด้านเครื่องจักร ($\bar{X} = 3.40, S.D = 0.79$) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.37, S.D = 1.19$) ด้านการจัดการ ($\bar{X} = 3.34, S.D = 0.86$) ด้านขวัญกำลังใจ ($\bar{X} = 3.32, S.D = 0.89$) ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ($\bar{X} = 3.30, S.D = 0.81$) และด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 3.22, S.D = 0.83$) ส่วนค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความจงรักภักดีรวมของพนักงาน ด้านการช่วยประชาสัมพันธ์องค์กร พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57, S.D = 0.77$)

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน

ตารางที่ 4 ความจงรักภักดีของพนักงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความจงรักภักดี ของพนักงาน	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	สถานภาพ	ตำแหน่ง งาน	ระดับ รายได้
1. การปฏิบัติตาม กฎระเบียบ	.40	2.23	1.08	5.73*	1.50	1.48
2. การให้ความ ร่วมมือ	.89	4.40*	1.98	6.69*	2.40	4.94*
3. การมีความรัก และศรัทธา	.37	3.51*	1.49	5.46*	1.67	2.28
4. การช่วยประชาสัมพันธ์	-.51	.43	1.47	6.66*	.71	5.20*
รวม	.18	2.37	2.26	8.98*	1.82	5.07*

* $p < .05$

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า พนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศด้านอายุด้านระดับการศึกษาและด้านตำแหน่งงานจะมีระดับความจงรักภักดีที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างมีความจงรักภักดีที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านสถานภาพ ระดับรายได้ โดยที่กลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย ($\bar{X} = 4.33$) จะมีความจงรักภักดีมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส ($\bar{X} = 3.46$) ส่วนด้านระดับรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 4.30$) มีความจงรักภักดีมากกว่าผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{X} = 3.49$) และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.50$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการบริหารที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยการบริหารที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีสามารถแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยการบริหารที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงาน
จำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยทางการบริหาร	ความจงรักภักดีของพนักงาน							
	การปฏิบัติตาม กฎระเบียบ		การให้ความ ร่วมมือ		การมีความรัก และศรัทธา		การช่วย ประชาสัมพันธ์	
	B	t	B	t	B	t	B	t
1. บุคลากร	-.01	-.37	.07	1.40	-.00	-.11	.04	.37
2. เงินเดือนและ สวัสดิการ	.06	.50	.02	.22	.20	1.92	-.29	-1.19
3. ทรัพยากร	.09	.90	.08	.73	.06	.59	.16	.74
4. การจัดการ	.01	.14	.08	.79	.03	.41	.21	1.07
5. เครื่องจักร	.09	.90	.12	1.28	.12	1.33	.00	.02
6. ขวัญกำลังใจ	.10	1.48	.04	.63	.18	2.51*	.23	1.44
7. ข้อมูลข่าวสาร	.38	4.31*	.32	3.69*	.21	2.48*	.50	2.54*
R^2	.48		.49		.53		.22	

* $p < .05$, $R^2 = .52$, $R = .72$, $F = 22.76$

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยการบริหารที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้านในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน โดยที่ปัจจัยการบริหารด้านขวัญกำลังใจจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความรักและศรัทธา ส่วนปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารจะมีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของพนักงานในทุก ๆ ด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยปัจจัยการบริหารสามารถอธิบายความผันแปรความจงรักภักดีของพนักงานได้ร้อยละ 52 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านการบริหารที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในเรื่องข้อมูลข่าวสารมาเป็นอันดับแรกซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุภาพร เท่าบุรี (2558) ที่พบว่า พนักงานบริษัทโตโย-ไทย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญในด้านบริษัทที่มีความชัดเจนในเรื่องการให้ข้อมูลสื่อสารกับพนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กรอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลงานวิจัยยังสอดคล้องกับภุชมนันต์

วัฒนารงค์ และคนอื่น ๆ (2542) ที่แสดงผลถึงอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านความจงรักภักดีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การบริหารการจัดการและบุคลากรที่มีความรักดีและได้ขวัญกำลังใจจากผู้นำและเพื่อนร่วมงาน และมีความรู้สึกที่ดีในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานของพนักงาน TMB. ผลการวิจัยถึงความผูกพันต่อองค์กรและด้านการทำงานเป็นทีมและเกิดความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและทำให้บุคลากรมีประสิทธิภาพในการทำงาน

จากการศึกษา ปัจจัยการบริหารที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเฉพาะปัจจัยด้านการบริหารในทุกด้านพบว่าระดับความจงรักภักดีอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น

1. บริษัท ควรคำนึงถึงและให้ความสำคัญด้านอัตราเงินเดือนและค่าตอบแทนของบุคลากรร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. บริษัทควรส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรมีความรักและศรัทธาต่อองค์กรให้มากยิ่งขึ้น
3. บริษัทควรตระหนักในด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากรเพื่อเป็นการสนับสนุนองค์กร บริษัทควรตระหนักและให้ความสำคัญในด้านความจงรักภักดีในแต่ละฝ่ายสรุปผลงานสำคัญที่ค้นพบจากการวิจัยหรือการศึกษาครั้งนี้อธิบายหรือตีความหมายผลการวิจัยให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น โดยให้เหตุผลแก่ผลการทดลอง นำแนวคิด ทฤษฎีและผลการวิจัยมาสนับสนุน วิเคราะห์ความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับทฤษฎีและผลการวิจัยที่ผู้อื่นและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประโยชน์ในการประยุกต์ผลการวิจัย เสนอแนะแนวทางการวิจัยที่ควรทำต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบที่จะสามารถสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่มีลักษณะการดำเนินงานคล้ายคลึงกันเพื่อจะทำให้รู้จักจุดแข็งจุดอ่อนของคู่แข่งซึ่งจะทำให้สามารถมองเห็นโอกาสในการพัฒนาตัวเองมากยิ่งขึ้นให้อยู่เหนือคู่แข่งใน ทุก ๆ ด้าน
3. ควรทำการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของพนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถนำปัญหาและอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขได้ตรงประเด็นรวมทั้งควรศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรให้เป็นอย่างมืออาชีพเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
4. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจในการทำงานความจงรักภักดีต่อองค์กรและประสิทธิภาพการทำงานเป็นรายหน่วยงานเนื่องจากมีภาระหน้าที่บางส่วนที่แตกต่างกันเพื่อลดความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างซึ่งจะทำให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น
5. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจในการทำงานความจงรักภักดีต่อองค์กรและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานร้านจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน ในสาขาจังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากเป็นบุคลากรอีก

กลุ่มหนึ่งที่ควรให้ความสำคัญอันจะทำให้งานวิจัยมีความหลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในที่สุด

บรรณานุกรม

- กฤษมนันต์ วัฒนานรงค์ และคนอื่น ๆ. (2542). ความจงรักภักดีความประณีตและความปลอดภัยของ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 9(4), 53-60.
- นงเยาว์ ป่านพูล. (2551). การเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลจิตลักษณะและบุคลิกภาพต่างกัน: กรณีศึกษาพนักงานระดับ ปฏิบัติการในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตร มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปริตา จิตรจรรยา. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานบริษัท ซีลอร์ออฟติคอล แลבורาทอรี (ประเทศไทย) จำกัด. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหาร ทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภาพร เทำบุรี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในองค์การกรณีศึกษาบริษัท โตโย-ไทยคอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.