

วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว

Organizational Culture and Organizational Commitment of State-owned Commercial Bank Employees in Vientiane Capital, Lao PDR

แหวนเพชร ไชยะวง (Venepeth Sayavong)^{1*} ดร.ฐิติมา ไชยะกุล (Dr.Thitima Chaiyakul)^{**}

(Received: November 27, 2018; Revised: February 11, 2019; Accepted: February 15, 2019)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร และศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ พนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว จำนวน 360 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่และค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน พบว่า วัฒนธรรมองค์กรรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรทั้งสามด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในส่วนของอิทธิพลวัฒนธรรมองค์กรรายด้านกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม พบว่า ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ความตามใจและยับยั้งชั่งใจ และการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยมมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study the relationship between the Organizational Culture and the Organizational Commitment; 2) to study the influence of the Organizational Culture on the Organizational Commitment of State-owned Commercial Bank Employees in Vientiane Capital, Lao PDR. The selected sample is the State-owned Commercial Bank employees. The collected data were based on 360 questionnaires. The data were analyzed using descriptive statistics that includes frequency and percentage. In addition, inferential statistics included Pearson's Correlation Coefficient and Stepwise Multiple Regression were also used in this study. The results showed that Organizational culture was significantly correlated with organizational commitment at 0.05 level. The organizational culture factors that rendered influence on the organizational commitment showed the following results: Long term orientation, Indulgence vs. Restraint, and Uncertainty Avoidance at 0.01 level of significance. And Individualism and Collectivism showed a 0.05 level of significance, respectively

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร ธนาคารพาณิชย์รัฐ สปป.ลาว

Keywords: Organizational culture, Organizational commitment, State-owned Commercial bank, Lao PDR

¹ Correspondent author: Soukkasi@gmail.com

* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการเงินและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

บทนำ

ปัจจุบัน โลกธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจมีการขยายตลาดไปทั่วโลก เป็นเพราะความแตกต่างด้านวัฒนธรรม สังคมทำให้ธุรกิจการเลือกผลิตสินค้าและบริการที่ตนมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแล้วนำไปขายแลกเปลี่ยนกับอีกหลายประเทศก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ พร้อมเดียวกันนั้นพัฒนาการเทคโนโลยี การสื่อสารที่ไร้พรมแดน โดยอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นระบบสารสนเทศเชื่อมระหว่างธนาคารทั่วโลก ทำให้ธนาคารมีบทบาทสำคัญในการเป็นสถาบันการเงินที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ทำหน้าที่ระดมและจัดสรรเงินทุนแก่ภาคเศรษฐกิจ อำนาจความสะดวกในการชำระสินค้าและบริการ ให้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจแก่นักลงทุน [1] ผลที่ตามมาพร้อมกับการค้าระหว่างประเทศคือการแข่งขันในระดับโลกที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ทุกองค์การจำเป็นต้องมีปรับปรุงทุกกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น สิ่งที่สำคัญที่สุดในองค์การต่อมิติสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้การผลิตสินค้าและบริการเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อส่งมอบตรงตามความต้องการของลูกค้าในหลายองค์การต้องพึ่งพาความรู้ความสามารถ และความชำนาญของพนักงานของตน [2] ซึ่งตอนนี้ในปัจจุบันที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงงาน เช่น มีการแข่งขันเพื่อแย่งบุคลากรที่มีคุณภาพ มีบริษัทจัดหางานเกิดขึ้นจากรูปแบบที่คนเดิมไปหางานมาสู่รูปแบบของงานมหาดคน คนรุ่นใหม่ต้องการหาประสบการณ์จากหลากหลายองค์การ นอกจากนี้ในยุคของข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน และวัฒนธรรมการทำงานขององค์การ อาจจะก่อให้เกิดความผูกพันลดลงและลาออก ซึ่งการลาออกของพนักงานสามารถป้องกันด้วยการสร้างความผูกพันต่อองค์การที่เป็นสถานะข้อผูกมัดทางจิตวิทยาที่พนักงานมีต่อองค์การของผู้จ้างงาน (พนักงานรักองค์การ) นอกจากงูใจด้วยผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินแล้ว ผลตอบแทนที่ไม่ใช่เงิน (วัฒนธรรมองค์การ) ก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่ดีและสำคัญต่อพนักงานในองค์การต่าง ๆ [3] นอกจากนี้ปัญหาพนักงานลาออกสามารถป้องกันด้วยการสร้างความผูกพันต่อองค์การ นอกจากการงูใจด้วยผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินแล้ว ผลตอบแทนที่ไม่ใช่เงินก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานและองค์การต่างๆ [3] และผลลัพธ์จากความผูกพันของพนักงานต่อองค์การทำให้พนักงานมีความเชื่อมั่นในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ มีความเต็มใจและใช้ความพยายามเต็มที่ในการทำงานให้กับองค์การ [4] จึงกล่าวได้ว่าความผูกพันต่อองค์การมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์การและได้รับความนิยมนศึกษาอย่างกว้างขวางในงานวิจัยด้านการจัดการ ทั้งปัจจุบันและอนาคต [5] สามารถนำความผูกพันมาเป็นตัวทำนายความตั้งใจในการลาออกของพนักงานในบริบทของทุกวัฒนธรรมและทุกประเทศทั่วโลก เพื่อทราบแนวทางการป้องกันการลาออกของพนักงาน [6] ความผูกพันของพนักงานต่อองค์การมีอิทธิพลมาจากผลของปัจจัยวัฒนธรรมองค์การซึ่งส่งผลให้องค์การมีอัตราการลาออกของพนักงานลดลง [7] ด้านบริบทของธนาคารพบว่า ธนาคารพาณิชย์มีความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมของบุคคลและความผูกพันเชิงบรรทัดฐานอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐ และบริษัทที่มุ่งเน้นการให้บริการ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อสังคมซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมและความผูกพันของพนักงานต่อองค์การที่ดี [8] ผลกระทบของวัฒนธรรมองค์การต่อองค์การทำให้พนักงานมีขวัญกำลังใจ มีความผูกพันต่อองค์การ ทำให้ผลการดำเนินงานสูงขึ้น มีสุขภาพร่างกายที่ดี ลดความเหนื่อยหน่าย สร้างความจงรักภักดีแก่พนักงาน ลดค่าใช้จ่ายในการอบรมพนักงาน และช่วยรักษาความลับขององค์การที่เป็นประเด็นสำคัญที่ผู้นำขององค์การต้องให้ความสำคัญ [9] จากข้อมูลของธนาคารแห่งชาติลาวให้ทราบว่า กลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐมีด้วยกันทั้งหมด 3 ธนาคารคือ ธนาคารการค้าต่างประเทศลาว มหาชน (BCEL: Banque Pour Le Commerce Exterieur Lao Public) ธนาคารพัฒนาลาว (LDB: Lao Development Bank) และธนาคารส่งเสริมกิจกรรม (APB: Agricultural Promotion Bank) ที่ดำเนินธุรกิจ ใน สปป. ลาว ถือได้ว่าเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทมากที่สุดอยู่ในอันดับต้นต่อการขับเคลื่อนระบบ

เศรษฐกิจของประเทศที่มีความน่าเชื่อถือสูงในด้านการให้บริการแก่ประชาชน นักลงทุน มีหน่วยบริการทั่วประเทศ ใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ตู้เอทีเอ็ม ให้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต ช่วยให้เข้าถึงการบริการได้สะดวกตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าธนาคารอื่นๆ ใน สปป. ลาว [10] ที่สำคัญธนาคารยังเป็นตัวช่วยต่อการขยายตัวของภาคบริการและเศรษฐกิจ สปป. ลาว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว เพื่อทำการทดสอบของปัจจัยดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรรายด้านและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป. ลาว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรรายด้านต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป. ลาว

การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร [11] กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) เป็นรูปแบบของค่านิยม (Values) บรรทัดฐาน (Norms) ความเชื่อ (Beliefs) ทักษะคติ (Attitudes) และสมมติฐาน (Assumptions) ที่อาจไม่ได้รับการพูดถึงอย่างชัดเจน แต่จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบที่ผู้คนในองค์กรประพฤติ และกระทำในสิ่งต่างๆ และ [12] กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นค่านิยม บรรทัดฐาน และแนวทางความเชื่อ มีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันระหว่างสมาชิกขององค์กรด้วยกันและได้สอนสมาชิกใหม่ให้ถูกต้องในวิธีการคิด ความรู้สึกและการปฏิบัติตนให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรนั้น [12] ยังกล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรทำให้พนักงานรู้สึกถึงอัตลักษณ์ขององค์กรและสร้างความผูกพันกับความเชื่อได้ วัฒนธรรมขององค์กรเริ่มต้นด้วยผู้นำซึ่งเป็นผู้กำหนดและใช้ความคิด ค่านิยม เช่น วิสัยทัศน์ ปรัชญา แล้วจะปรากฏขึ้นกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) โดยความหมายของความผูกพันต่อองค์กรนั้น [13] ได้กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความสัมพันธ์บุคคลกับการมีส่วนร่วมที่เหนียวแน่นในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง นอกจากนี้ [14] ยังกล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกทางจิตวิทยาที่พนักงานมีต่อองค์กร โดยเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวให้พนักงานคงอยู่และตั้งใจทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มที่

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรนั้นพบว่า มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาโดยใช้ตัวแปรที่คล้ายคลึงกัน อาทิเช่น [15-17] ที่ทำการศึกษาและพบว่าวัฒนธรรมองค์กรรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในส่วนของงานวิจัยอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรนั้น มีนักวิจัยได้ทำการศึกษาไว้ ได้แก่ [18-19] พบว่า วัฒนธรรมองค์กรนั้นมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำให้ผู้วิจัยสนใจเลือกตัวแปรทั้งสองมาศึกษาในครั้งนี้ โดยกรอบแนวคิดการวิจัยจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยตัวแปรอิสระได้แก่ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของ [20] จำแนกออกเป็น 6 มิติทางวัฒนธรรมคือ ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ (Power Distance) การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance) ความเป็นปัจเจกนิยม และความเป็นกลุ่มนิยม (Individualism vs. Collectivism) ความเป็นชาย ความเป็นหญิงหรือการทำงานแข่งขันกันหรือ

เกี่ยวคู่กัน (Masculinity-Femininity) ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน (Long Term vs. Short Term Orientation) และ ความตามใจและความยับยั้งชั่งใจ (Indulgence vs. Restraint) และตัวแปรตามได้แก่ ด้านความผูกพันต่อองค์การผู้วิจัยใช้ กรอบแนวคิดของ [14] จำแนกออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ความผูกพันทางอารมณ์ (Affective Commitment) เป็นความรักต่อ งานที่ทำ ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuance Commitment) เป็นความกลัวการสูญเสีย และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน (Normative Commitment) เป็นความรู้สึกรู้สึกผูกพันที่จะคงอยู่ สามารถตั้งสมมติฐานดังนี้

1. สมมติฐานที่ 1 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การของ พนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว
2. สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อเนื่องต่อองค์การของพนักงาน กลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว
3. สมมติฐานที่ 3 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์การของ พนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว
4. สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การโดยรวมของพนักงานกลุ่ม ธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่วิจัยคือ พนักงานของกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐที่มีสำนักงานและสาขาคั้งอยู่ในเวียงจันทน์ ในนี้กลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐมีด้วยกันทั้งหมด 3 ธนาคารคือ ธนาคารการค้าต่างประเทศลาว มาหาชน (BCEL) ธนาคาร พัฒนาลาว (LDB) และธนาคารส่งเสริมกิจกรรม (APB) ทั้งหมดมีจำนวน 1426 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ได้แก่พนักงาน ระดับของกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว จำนวน 1,426 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่ม ตัวอย่างกับเกณฑ์วิธีของเครซีและมอร์แกน อ้างใน [21] สามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

$$\text{สูตรการคำนวณ } n = x^2 N p(1-p) / e^2(N-1) + x^2 p(1-p)$$

เมื่อ n = จำนวนขนาดตัวอย่าง N = จำนวนประชากรทั้งหมด e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่ม = 0.05

x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2=3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

$$\text{แทนค่าสูตร } n = 3.841 * 1426 * 0.5 * 0.5 / (0.05)^2 (1426-1) + 3.841 * 0.5 * 0.5 = 302.76 = 303 \text{ คน}$$

ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับสูตรคำนวณที่เป็นแม่แบบโปรแกรม G*Power โดยสถาบันการทดลองทาง จิตวิทยาประเทศเยอรมัน ที่มีชื่อว่า **Cohen Statistical Power Analysis** อ้างใน [22] ที่แนะนำว่าขนาดตัวอย่าง 120 เพียง พอที่จะตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอย เพราะมีอำนาจการทดสอบ (power analysis) ที่ 0.80-0.92 โดยขนาดอิทธิพลจะแสดงถึงผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือได้ที่เหมาะสม เมื่อได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างจากการคำนวณพนักงานระดับปฏิบัติการจำนวน 303 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการ เก็บเพิ่ม 20 % ได้จำนวนตัวอย่างธนาคารละ $n = (303/3) + 21 = 122$ คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างและความน่าจะเป็นใน การสุ่มตัวอย่าง (Probability Sampling) ด้วยลักษณะของแต่ละกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ธนาคาร ไม่แตกต่างกันมาก ผู้วิจัยใช้ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) ซึ่งผู้วิจัยสามารถเลือกสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ ผู้วิจัยจึง แบ่งประชากรเป็นกลุ่มประกอบด้วย 3 ธนาคาร BCEL LDB และ APB แล้วเลือกสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional)

แต่ละธนาคาร โดยขนาดตัวอย่างรวมทั้งหมด จำนวน 366 คน โดยมีตัวอย่างจากธนาคาร BCEL จำนวน 122 คน ธนาคาร LDB 122 คน และธนาคาร APB จำนวน 122 คน หลังจากนั้นทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากพนักงานทั้ง 3 ธนาคาร ครั้งเดียวให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยขอความอนุเคราะห์กับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 3 ธนาคารเพื่อช่วยในการเก็บจากพนักงานที่ให้ความร่วมมือที่จะให้ข้อมูลตามจริง ปราศจากอคติและไม่จำเป็นต้องเรียงไปตามลำดับรายชื่อจนครบจำนวน และหลังจากเก็บพบว่า แบบสอบถามที่ใช้ได้จำนวนทั้งหมด 360 คน ธนาคารละ 120 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบปลายปิด โดยมีช่องว่างให้เลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงจากแบบสอบถามของ [20] และจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 38 ข้อคำถาม ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามวัดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งผู้วิจัยและได้จากแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรที่เป็นแบบสอบถามของ [14] และได้ปรับปรุงจากแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 22 ข้อคำถาม ซึ่งทั้งส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ของแบบสอบถามใช้การให้คะแนนแบบประมาณค่าตามเกณฑ์การให้คะแนนความคิดเห็นแบบ 5 ระดับ (5 point Likert scale) และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับค่าเฉลี่ยช่วงคะแนนตาม [16] คือ ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

2. คุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญที่ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและพิจารณาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแต่ละข้อคำถามพร้อมทั้งได้ปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำเพื่อให้แบบสอบถามสอดคล้องครอบคลุม และสามารถวัดความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา โดยแต่ละข้อคำถามผ่านค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ที่ 0.66 ขึ้นไป [21] และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ไปทดลองเก็บกับพนักงานธนาคารพาณิชย์รัฐ นอกเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ที่มีความคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษามากที่สุด จำนวน 30 คน แล้วนำผลการตอบที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังกล่าวด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach [21] โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ พบว่า ได้ค่าเท่ากับ 0.81

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในส่วนที่ 1 เป็นการอธิบายคุณลักษณะส่วนบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร ผู้วิจัยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และการวิเคราะห์อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรรายด้านต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์การและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาวครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 40 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 135 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 37.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,000,001-5,000,000 กีบ จำนวน 97 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 26.9

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 และสมมติฐานที่ 1, 2, และ 3 ก่อนการวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปร โดยดูได้จากค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปรในการวิจัย พบว่า ค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -1.163 ถึง 0.429 และค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -1.209 ถึง 1.648 เห็นได้ว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ เพราะมีค่าไม่เกิน ± 1.96 [23]

สมมติฐานที่ 1 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การรายด้านกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์กร

ตัวแปร	ความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์กร	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ	-0.018	0.730
การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน	0.239	0.000**
ความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม	0.267	0.000**
การทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกัน	-0.465	0.396
ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน	0.292	0.000**
ความตามใจและความขี้ขังใจ	-0.196	0.000**

** ระบุด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 * ระบุด้วยนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า วัฒนธรรมองค์การ ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม และการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์กร ($r = 0.292$), ($r = 0.267$), ($r = 0.239$) ตามลำดับ ส่วนความตามใจและขี้ขังใจ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์กร ($r = -0.196$) ส่วนความเหลื่อมล้ำของอำนาจ และการทำงานแข่งขันหรือเกื้อกูลกัน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อเนื้องต่องค์การของพนักงาน
 กลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การรายด้านกับความผูกพันต่อเนื้องต่องค์การ

ตัวแปร	ความผูกพันต่อเนื้องต่องค์การ	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ	0.153	0.000**
การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน	0.142	0.000**
ความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม	0.144	0.000**
การทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกัน	0.093	0.079
ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน	0.249	0.000**
ความตามใจและความขี้ขังขังใจ	0.077	0.146

** ระบุด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 * ระบุด้วยนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า วัฒนธรรมองค์การ ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจ
 ความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม และด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพัน
 ต่อเนื้องต่องค์การ (r = 0.249), (r = 0.153), (r = 0.144), (r = 0.142) ตามลำดับ ส่วนด้านการทำงานแข่งขันกันหรือ
 เกื้อกูลกัน และด้านความตามใจและความขี้ขังขังใจ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 วัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์การของ
 พนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงวัฒนธรรมองค์การรายด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์การ

ตัวแปร	ความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์การ	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ	0.022	0.677
การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน	0.291	0.000**
ความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม	0.236	0.000**
การทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกัน	0.076	0.152
ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน	0.274	0.000**
ความตามใจและความขี้ขังขังใจ	-0.142	0.007**

** ระบุด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 * ระบุด้วยนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า วัฒนธรรมองค์การ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ด้านระยะเวลาในการทำงาน
 ร่วมกัน และด้านความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์การ
 (r = 0.291), (r = 0.236), (r = 0.274) ตามลำดับ ส่วนด้านความตามใจและขี้ขังขังใจ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความ

ผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์กร ($r = -0.142$) และพบว่า ด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจ และด้านการทำงานแข่งขันกัน หรือเกื้อกูลกัน ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรรายด้านต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของ พนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 และสมมติฐานที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร

ตัวแปร	PD	UA	IC	MF	LS	IR
ความเหลื่อมล้ำของอำนาจ (PD)	1					
การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (UA)	0.251**	1				
ความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม (IC)	0.243**	0.199**	1			
การทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกัน (MF)	0.294**	0.327**	0.249**	1		
ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน (LS)	0.197**	0.335**	0.468**	0.372**	1	
ความตามใจหรือขี้ขังใจ (IR)	0.268**	0.124*	0.086	0.479**	0.309**	1

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ก่อนทำการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่าตัวแปรแต่ละตัวมีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง - 0.196 ถึง 0.514 หมายความว่าแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงปานกลางไม่สูงเกิน 0.70 [24] ไม่ทำให้เกิด Multicollinearity ของตัวแปร

สมมติฐานที่ 4 วัฒนธรรมองค์กรรายด้านมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ ในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรรายด้านมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐ

ตัวแปร	B	SE	β	t	p-value
ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน	0.245	0.043	0.321	5.689	0.000**
ความตามใจและความขี้ขังใจ	-0.168	0.031	-0.264	-5.460	0.000**
การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน	0.159	0.037	0.209	4.300	0.000**
ความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม	0.080	0.033	0.127	2.433	0.015*

ค่าคงที่ = 2.166; $SE_{est} = \pm 0.337$; $R = 0.504$; $R^2 = 0.254$; $F = 30.289$; $p\text{-value} = 0.01$

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 5 ในส่วนของวัฒนธรรมองค์การรายด้านนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบทั้งหมด 6 ด้าน แต่พบว่า มี 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ด้านความตามใจและความขบขี้ขังใจ และด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน และ 1 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม และสามารถแสดงได้ว่า วัฒนธรรมองค์การทั้ง 4 ด้านสามารถร่วมกันพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมได้ร้อยละ 25.4 ($R^2 = 0.254$) โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.337 และยังสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรวัฒนธรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมมากที่สุด ได้แก่ ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ($\beta = 0.321$) รองลงมาคือ ด้านความตามใจและความขบขี้ขังใจ ($\beta = -0.264$) ถัดมาคือ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ($\beta = 0.209$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม ($\beta = 0.127$)

เมื่อพนักงานมีระยะเวลาในการทำงานร่วมกันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การเพิ่มขึ้น 0.245 หน่วย ($B = 0.245$) เมื่อพนักงานมีความตามใจและความขบขี้ขังใจเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การลดลง 0.168 หน่วย ($B = -0.168$) เมื่อพนักงานมีการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การเพิ่มขึ้น 0.159 หน่วย ($B = 0.159$) เมื่อพนักงานมีความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์การเพิ่มขึ้น 0.080 หน่วย ($B = 0.080$) และสามารถสร้างสมการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมได้ดังนี้

ความผูกพันต่อองค์การ โดยรวม = $2.166 + 0.245$ ระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน - 0.168 ความตามใจและความขบขี้ขังใจ + 0.159 การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน + 0.080 ความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากผลของสมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การรายด้านและความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การของพนักงานกลุ่มชนาคราพชาธิชัยรัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว พบว่าวัฒนธรรมองค์การด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม และด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อวัฒนธรรมองค์การทั้ง 3 ด้านเพิ่มขึ้น จะทำให้ความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การเพิ่มขึ้น ส่วนวัฒนธรรมองค์การในด้านความตามใจและความขบขี้ขังใจมีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า เมื่อวัฒนธรรมองค์การด้านความตามใจและความขบขี้ขังใจเพิ่มขึ้น จะทำให้ความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การลดลง โดยในด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ [15] ที่พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ [15] และ [17] ที่ไม่พบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรนี้ ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกันมีความสัมพันธ์กับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ ซึ่งขัดแย้ง [15] และ [17] ที่ไม่พบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรนี้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้บางตัวแปรของวัฒนธรรมองค์การ แสดงว่าตัวแปรเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันทางอารมณ์ต่อองค์การ

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การรายด้านและความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว พบว่า ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจ ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าเมื่อวัฒนธรรมองค์การทั้ง 4 ด้านเพิ่มขึ้น จะทำให้ความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กรเพิ่มขึ้น โดยผลพบว่าในด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งขัดแย้งกับ [15] ที่พบว่าความเหลื่อมล้ำของอำนาจมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร และ [17] ไม่พบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรนี้ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [16] ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ [16] และ [17] ที่ไม่พบความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปร และสุดท้าย ในด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ [16] และ [17]

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การรายด้านและความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว พบว่า ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม ซึ่งวัฒนธรรมองค์การทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า เมื่อวัฒนธรรมองค์การทั้ง 3 ด้านเพิ่มขึ้น จะทำให้ความผูกพันเชิงบรรทัดฐานเพิ่มขึ้น ส่วนด้านความตามใจและความขี้ขังใจ มีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำกับความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า เมื่อวัฒนธรรมองค์การด้านความตามใจและความขี้ขังใจเพิ่มขึ้น จะทำให้ความผูกพันเชิงบรรทัดฐานต่อองค์กรลดลง จากการศึกษาความสัมพันธ์ได้พบว่า ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [15] ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งขัดแย้งกับ [16] และ [17] ที่พบว่า ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยมมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ต่อมา ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อเนื้องต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ [17]

จากผลการวิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาในลักษณะความสัมพันธ์และทิศทางของความสัมพันธ์ แต่งานวิจัยนี้มีความแตกต่างกับงานวิจัยอื่นในประเด็นที่พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับที่ค่อนข้างต่ำกว่างานวิจัยที่ผ่านมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาเป็นกลุ่มธนาคารของรัฐ ที่มีระบบและแนวทางการทำงานเฉพาะตัว โดยไม่ได้หวังผลกำไร ทำให้ประเด็นของวัฒนธรรมเป็นปัจจัยรองจากปัจจัยอื่นๆที่พนักงานให้ความสำคัญต่อกับความผูกพันต่อองค์กรทำให้ระดับความสัมพันธ์ต่ำกว่างานวิจัยที่พบก่อนหน้านี้

จากผลของ**สมมติฐาน 4** ที่ศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การรายด้านต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว พบว่า มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน รองลงมาคือ ด้านความตามใจและความขี้ขังใจ ถัดมาคือ ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยม ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานกลุ่มธนาคารพาณิชย์รัฐในนครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว ร้อยละ 25.4

- ด้านระยะเวลาในการทำงานร่วมกัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร และด้านความสนใจและความยับยั้งชั่งใจมีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 สามารถบอกได้ว่าเมื่อพนักงานมีระยะเวลาในการทำงานทำความรู้จักและได้ทำงานร่วมกันเป็นเวลายาวนานสามารถทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรได้เพิ่มขึ้นและต้องการที่จะอยู่กับองค์กรในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [18] ที่พบว่า ระยะเวลาในการทำงานร่วมกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ [19] ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีระยะเวลายาวในการทำงานร่วมกัน (Long-Term Orientation) จะบอกถึงค่านิยมการมองหารางวัลตอบแทน และรู้จักปรับตัวมุ่งสู่อนาคต แลสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พนักงานต้องการจะมีความสัมพันธ์อันยาวนานกับองค์กร ในด้านความสนใจและความยับยั้งชั่งใจพบว่า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 อาจกล่าวได้ว่า พนักงานนั้นต้องการทำตามใจและเชื่อมั่นในตนเอง อาจไม่ฟังความคิดเห็นของผู้อื่น องค์กรจึงต้องทำการควบคุมและปรับตัว อาจทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรลดลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ [19] กล่าวว่าพนักงานนั้นมีความสามารถในการควบคุมใจตัวเองต่อความต้องการต่ำจะเรียกว่า เป็นบุคคลที่มีความตามใจสูง ต่อมา ด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ [18-19] ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์กรด้านความด้านการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งพนักงานอาจต้องการที่จะทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายของตน ทำงานตามความรักในงาน ส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และพนักงานต้องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นกับตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นในด้านหน้าที่ที่ปฏิบัติ หรือสวัสดิการ จึงทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร และในด้านความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งขัดแย้งกับ [18] ที่พบว่า ความเป็นปัจเจกนิยมและความเป็นกลุ่มนิยมมีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ส่วนด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจ และด้านการทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกัน พบว่า ทั้งสองตัวแปรไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม ซึ่งในด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ [19] ที่พบว่า ด้านความเหลื่อมล้ำของอำนาจไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แต่กลับขัดแย้งในด้านการทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกัน ที่พบว่า ด้านการทำงานแข่งขันกันหรือเกื้อกูลกันนั้นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร

เอกสารอ้างอิง

1. Lao National Assembly. Law on the Bank of the Lao PDR. 1995. Laos: 1-22.
2. Mach P, Guáqueta J. Utilization of the seven Ishikawa tools (old tools) in the six sigma strategy. In Electronics Technology: Concurrent Engineering in Electronic Packaging, 2001. 24th International Spring Seminar on 2001 (pp. 51-55). IEEE.
3. Klein HJ, and Park H. "Organizational Commitment." International encyclopedia of the social and behavioral sciences 2015; 2(17): 334-340.
4. Steers RM. Antecedents and outcomes of organizational commitment. Administrative science quarterly 1977: 46-56.
5. Cohen A. Commitment before and after: An evaluation and reconceptualization of organizational commitment. Human resource management review 2007; 17(3): 336-354.



6. Gamble J, Huang Q. Organizational commitment of Chinese employees in foreign-invested firms: Organizational commitment of Chinese employees in foreign- invested firms. *The international journal of human resource management* 2008; 19(5): 896-915.
7. Rizvi SZ, Waseem M, Nisar A, Naqvi SK, Ehsan N. Effects of organizational culture on psychology of employee commitment. *Industrial Engineering and Engineering Management (IE&EM)*, 2011 IEEE 18Th International Conference on 2011 Sep 3 (pp. 2049-2053). IEEE.
8. Nazir NA. Person-culture fit and employee commitment in banks. *Vikalpa* 2005 Jul; 30(3): 39-52.
9. Cameron KS, Quinn RE. Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework. John Wiley & Sons; 2006 Mar 29.
10. Bank of the Lao PDR. Bank information in Laos (Internet). 2016a (cited 2018 January 5). Available from: www.bol.gov.la.
11. Armstrong M, Taylor S. *Armstrong's handbook of human resource management practice*. 2014, Kogan Page Publishers.
12. Daft R. *Organization theory and design*: Nelson Education. ISBN. 2012; 13: 9781111221294.
13. Mowday, RT, Steers RM, Porter LW. The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior* 1979; 14(2): 224-247.
14. Meyer JP, Allen NJ. A three- component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*. 1991 Mar 1; 1(1): 61-89.
15. Messner, W. Effect of organizational culture on employee commitment in the Indian IT services sourcing industry. *Journal of Indian Business Research* 2013; 5(2): 76-100.
16. Fischer R, Mansell A. Commitment across cultures: A meta-analytical approach. *Journal of International Business Studies* 2009; 40(8): 1339-1358.
17. Meyer JP, Stanley DJ, Jackson TA, McInnis KJ, Maltin ER, Sheppard L. Affective, normative, and continuance commitment levels across cultures: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior* 2012; 80(2): 225-245.
18. Afaneh JA, Khaireddin MA, Sanjuq GM, Qaddoumi JB. Impact of cultural dimensions according to Hofstede model on organizational commitment of the middle management at Jordanian private universities. *European Journal of Business and Social Sciences* 2014 Dec; 3 (9): 129-46.
19. Likitpiriya N. "Relationships between Organizational Commitment with Organizational Culture and Quality of Work Life of Employees, TOSHIBA CARRIER (THAILAND) CO., LTD." Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Faculty of Business Administration 2014. Thai.
20. Hofstede G. Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online readings in psychology and culture* 2011; 2(1): 8.
21. Silpjaru T. *Research and analysis of statistical data with SPSS and AMOS*. ed. 15th. Nonthaburi: S.R. printing mass products; 2014.



22. Chuan CL, Penyelidikan J. Sample size estimation using Krejcie and Morgan and Cohen statistical power analysis: A comparison. *Jurnal Penyelidikan IPBL* 2006; 7(1): 78-86.
23. Rose S, Spinks N, Canhoto AI. Tests for the assumption that a variable is normally distributed. *Management research: Applying the principles*. 2015.
24. HINKLE, Dennis E.; WIERSMA, William; JURIS, Stephen G. Correlation: a measure of relationship. *Applied statistics for the behavioral sciences* 1998; 4: 105-131.