

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันจะสามารถอยู่รอดได้ บริษัทจึงควรพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจปัจจัยที่สำคัญในอุตสาหกรรมการผลิตมีด้วยกันหลายปัจจัย เช่น เงินทุน วัตถุดิบ โรงงาน เครื่องจักร เทคโนโลยี และแรงงานหรือปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก มนุษย์หรือบุคลากรภายในบริษัทถือเป็นทุนที่มีคุณค่ามากที่สุด ในการดำเนินกิจการของบริษัทหลายบริษัทประสบความสำเร็จทางธุรกิจด้วยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาและรักษาทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทจนทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร การทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรเป็นเรื่องที่มีการพูดถึงกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานในกลุ่มเจ้าของธุรกิจและผู้บริหารที่ให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มผลการปฏิบัติงาน โดยการให้รางวัล การลงโทษ และการสื่อสารที่ดีต่อพนักงาน ปัจจุบันองค์กรหลายแห่งให้ความสำคัญกับการลงทุน เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งแท้จริงแล้วการทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร คือ การสร้างความสุขและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน หากพนักงานรู้ว่าองค์กรกำลังดำเนินการไปในทิศทางใด และรับรู้ได้ว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นกำลังสำคัญสำหรับองค์กร สิ่งต่างๆ เหล่านี้ก็จะส่งผลดีต่อองค์กรในภาพรวมและในระยะยาว ความสามารถขององค์กรในการผลักดันให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการบรรลุผลการปฏิบัติงานในระดับสูง และผลงานที่เป็นเลิศทางธุรกิจ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจะคงอยู่กับองค์กรและเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นมากกว่าการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดขึ้นกับพนักงาน ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกๆ องค์กรต้องรักษาไว้เพื่อนำไปสู่การสร้างกำไรสูงสุดให้กับองค์กร (สวเนียร์ แก้วมณี, 2549:11-12)

ความผูกพันของพนักงานและความพอใจในค่าตอบแทนเป็นเรื่องสำคัญในลำดับต้นที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการขององค์กร กล่าวคือ การที่พนักงานตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กรในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากองค์กรก็เพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าตอบแทนที่องค์กรเสนอให้ ดังนั้นหากองค์กรไม่สามารถตอบสนองความต้องการข้างต้นเหล่านี้ได้ พนักงานอาจลาออกไปเพื่อหาองค์กรที่สามารถตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ได้ หรือในทางตรงข้ามอาจมีพนักงานบางส่วนตัดสินใจไม่ลาออกแต่ลดประสิทธิภาพในการทำงานลง ไม่ทุ่มเทให้งานดังที่

เคยเป็น เพื่อให้ภารกิจผ่านพ้นไปเพียงวันต่อวัน นั้นเป็นการทำงานที่ไม่มีความผูกพันต่อบริษัทหรือมีความผูกพันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (สมศักดิ์ ชัยนกิจ, 2546 : 21-13) ปรากฏการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานและประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร ซึ่งผลที่จะตามมาก็คือ เกิดความสูญเสียในองค์กรทั้งด้านผลผลิต ชื่อเสียง ภาพพจน์ ความนิยมขององค์กร ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบุคลากร แต่ความสูญเสียที่สำคัญที่สุด คือ ทรัพยากรบุคคล

บริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 75 ล้านบาท โดยนักลงทุนชาวอิตาลี และปัจจุบันบริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 350 ล้านบาท บริษัทฯ ตั้งอยู่เลขที่ 231 หมู่ 6 ตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และประกอบกิจการโรงงานผลิต ประกอบ ดัดแปลง ซ่อมแซมตู้สำหรับเก็บอาหารแช่แข็งหรือตู้ไอศกรีม ตู้แช่แข็ง ชั้นแช่เย็น ภายใต้อตราสินค้า “Framec” ผลิตและส่งออกตู้แช่เย็นขายในประเทศและส่งออกขายในต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าสำคัญในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ไต้หวัน ฮองกง อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย เป็นต้น (แผนกการตลาด บริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด, 2552)

เป็นเวลากว่า 10 ปีที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตตู้แช่มาโดยตลอด ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของบริษัทฯ ได้แก่ ความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบตู่กู้ค่า คุณภาพของสินค้าและการบริการที่สร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้ามาโดยตลอด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องและประสบการณ์อันยาวนานของผู้บริหารของบริษัทฯซึ่งมีผลต่อความสำเร็จโดยตรง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ จะพบปัญหาที่หลากหลาย ปัญหาที่สำคัญอันดับต้นๆ คือ ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการลาออกของพนักงาน การขาดวินัยในการปฏิบัติงาน การกระทำผิดข้อบังคับขององค์กร การสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ การขาดแรงงาน ส่งผลต่อเสถียรภาพในด้านการผลิตและขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ปัญหาดังกล่าวได้สร้างความสูญเสียให้แก่บริษัทฯ ทั้งในด้านการลงทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อที่จะสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเข้ามาทดแทน และสูญเสียเวลาซึ่งมีอาจประมาณค่าได้ โดยในปี 2551 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากอัตราการเข้าออกของพนักงาน โดยเฉลี่ยร้อยละ 3 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด 158 ราย ในแต่ละเดือน รวมไปถึงอัตราการขาด ลา มาสายซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง (แผนกบุคคล บริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด, 2552) บริษัทฯ จึงต้องคำนึงถึงสาเหตุของปัญหาดังกล่าวและจำเป็นต้องหาแนวทางในการป้องกัน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อที่จะทราบสาเหตุที่แท้จริงว่ามีเหตุปัจจัยใดที่มีส่วนช่วยให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อบริษัท ข้อมูลที่ได้จะนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาการ

บริหารงานบุคคลเพื่อเป็นการช่วยลดความสูญเสียแก่บริษัท ในการรักษาบุคลากรของบริษัทฯ ไว้ให้ได้ยาวนานที่สุดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบ ระดับความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด
2. ทำให้ทราบปัจจัยความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาระบบบริหาร ในองค์กร ส่งเสริมให้พนักงานมีความรักและความผูกพันต่อบริษัทมากขึ้น และจะเป็น ประโยชน์ต่อองค์กรที่สนใจศึกษา

1.4 นิยามศัพท์

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความเชื่อมั่น ความเต็มใจ และความปรารถนาของพนักงานในการยอมรับ ท่วมเทให้กับการทำงานและองค์กร ความผูกพันต่อองค์กร เป็นระดับของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกกับองค์กรซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวพันกันอย่างแน่นแฟ้นของสมาชิกที่มีต่อองค์กรซึ่ง มีความหมายใน 3 ลักษณะ คือ ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

พนักงาน หมายถึง บุคลากรทุกระดับที่ปฏิบัติงานภายในบริษัท ฟราแมค (ประเทศไทย) จำกัด

องค์การ หมายถึง บริษัท ฟรามัค (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งอยู่ที่เลขที่ 231 หมู่ 6 ตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ประกอบกิจการผลิต ประกอบ คัดแปลง ซ่อมแซมตู้ สำหรับเก็บอาหารแช่แข็งหรือตู้ไอศกรีม ตู้แช่แข็ง ชั้นแช่เย็น ภายใต้ชื่อตราสินค้า “Framec”



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved