

วัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร
: กรณีศึกษาบริษัท ABC
The Effect of Organizational Culture and Motivation on Organizational
Loyalty : A Case Study of ABC Company

วิชาชาญ ศรีชัยชนะ¹ ชาตยา นิลพลับ²

Wichachan Sixaysana¹ Chartaya Nilplub²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร กรณีศึกษาบริษัท ABC โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่ายผลิตของบริษัท ABC จำนวน 261 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น และแรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพันและด้านความต้องการอำนาจ ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถร่วมกันกำหนดทำนายความจงรักภักดีต่อองค์กร ได้ร้อยละ 63.70 ($\text{Adj}R^2 = 0.637$)

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กร, แรงจูงใจ, ความจงรักภักดีต่อองค์กร

Abstract

The purpose of this research is to examine the effect of organizational culture and motivation on organizational loyalty: case study of ABC company. The research sample consisted of 261 employees in production department. The questionnaire was

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, จังหวัดนครราชสีมา 30000, E-Mail: wi-cha-cha@hotmail.com.

.B.A., Student in Master of Business Administration program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan. Nakhon Ratchasima 30000, Thailand, Corresponding Author.

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, จังหวัดนครราชสีมา 30000, E-mail: chartaya@rmuti.ac.th

Lecturer in Master of Business Administration program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan. Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

used to collect to data. The descriptive statistics is used to analyze data includes frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by multiple regression analysis.

The results showed that organizational culture in the dimension of hierarchical organizational culture and motivation in the dimension of demand of engagement and demand for power had positive effect on organizational loyalty to at 0.01 significant level. All of the independent variables were able to determine loyalty by 63.70% ($\text{AdjR}^2 = 0.637$).

Keywords: Organizational culture, Motivation, Organizational loyalty

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้องค์กรในภาคเอกชนต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้ง การบริหารจัดการและ สวัสดิการต่างๆ เช่น การลดจำนวนชั่วโมงการทำงาน และการลดเงินรางวัลเมื่อสิ้นปี ส่งผลให้พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงานส่งผลให้ลาออกจากงาน เพื่อแสวงหาองค์กรที่ตอบสนองความต้องการด้านสวัสดิการและค่าตอบแทน เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นคงทั้งนี้แรงจูงใจในการทำงาน เป็นสิ่งสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันในการทำงาน และส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยแรงจูงใจนั้นเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้พนักงานแสดงพฤติกรรม ในเชิงบวก เช่น มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอุปสรรคมีความกระตือรือร้นที่จะทำกิจกรรมอย่างทุ่มเทเต็มกำลังความสามารถ ตรงข้ามกัน หากไม่มีแรงจูงใจจะทำให้แสดงพฤติกรรม ในเชิงลบ เช่น มีพฤติกรรมที่เฉื่อยชา ขาดความตั้งใจหรือเอาใจใส่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของงาน ในที่สุด (ประเสริฐ อุไร, 2559: 1) นอกจากแรงจูงใจในการทำงานแล้ววัฒนธรรมองค์กรยังส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรทั้งนี้วัฒนธรรมองค์กรมีหลายรูปแบบ เช่น ลักษณะของการบริหารงานแบบครอบครัว หรือวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น คือผู้ใต้บังคับบัญชาไม่สามารถตัดสินใจได้ ซึ่งส่งผลให้ปริมาณ และคุณภาพของงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยบริษัทกรณีศึกษาเป็นผู้ผลิตและส่งออกหนังหุ้มเบาะรถยนต์และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งใช้แรงงานฝ่ายผลิตจำนวนมาก เป็นหนึ่งในบริษัทที่ประสบปัญหาการเปลี่ยนแปลงข้างต้น บริษัทจึงลดจำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตทำให้รายได้ของพนักงานลดลงถึงร้อยละ 40 ส่งผลให้พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงานและมีความจงรักภักดีต่อองค์กรลดลง ดังเห็นได้จากอัตราการลาออกของพนักงานที่เพิ่มขึ้น (สามัคคี จารุธัญญารักษ์, 2562)

จากความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ABC โดย

ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานบุคคลเพื่อสร้างแรงจูงใจและวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสม ทำให้พนักงานเกิดความรักและพร้อมที่จะทำงานกับองค์กร จนนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อองค์กรต่อองค์กร

วัตถุประสงค์การวิจัย

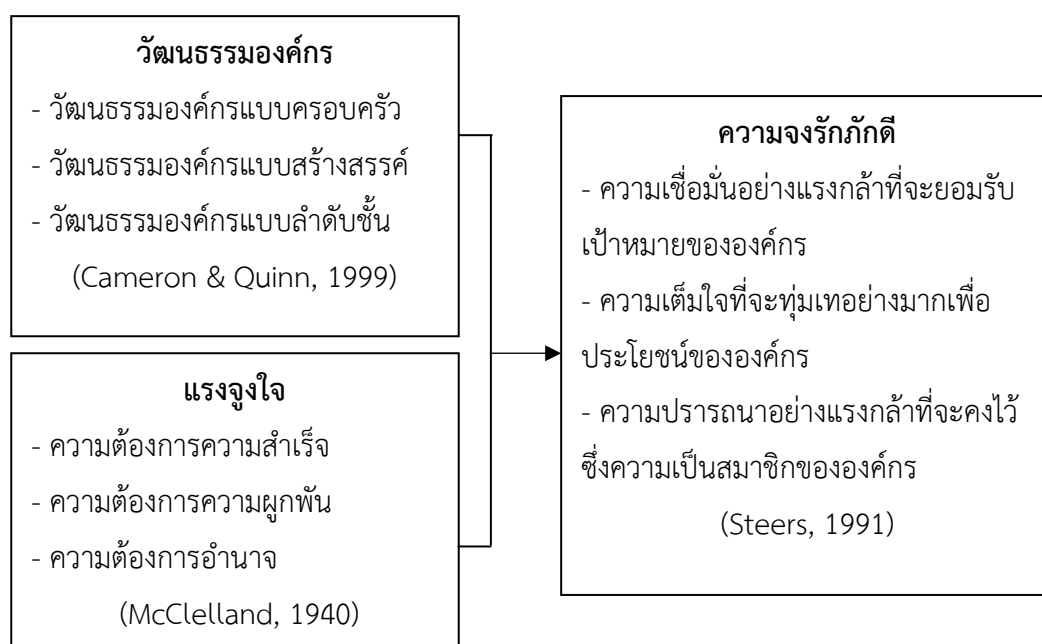
เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท ABC

สมมติฐานการวิจัย (ควรมี)

วัฒนธรรมองค์กร และแรงจูงใจส่งผลทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ABC

กรอบแนวความคิด

การวิจัยเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร :
กรณีศึกษาบริษัท ABC มีกรอบแนวความคิดในการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC ที่มีอายุงาน 1 ปีขึ้นไป จำนวน 617 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC ที่มีอายุงาน 1 ปีขึ้นไป จำนวน 237 คน โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากค่าเฉลี่ยของประชากรด้วยสูตรของคณิต ไช่มุกด์ (2546: 185-187) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมเพิ่มร้อยละ 10 เพื่อความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน รวมเป็น 261 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีลักษณะข้อความแบบมาตรวัดส่วนลิเคิร์ท (Likert Scale) ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีการกำหนดคะแนนของการตอบแบบสอบถาม 5 4 3 2 1 (บุญใจ ศรีสถิตยรรณกุล, 2553: 281-283)

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1) นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) พบว่า ค่าดัชนีความ สอดคล้องของข้อคำถาม (Index of item Objective Congruence: IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อถามสามารถนำไปใช้ได้ (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551)

2) ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำไป ทดลองใช้ (Try Out) โดยนำไปทดสอบกับพนักงานของบริษัททริมอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ที่มีอายุงาน 1 ปีขึ้นไป ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าทุกด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.805-0.968 โดยสูงกว่า 0.70 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (บุญใจ ศรีสถิตยรรณกุล, 2553: 232)

ขั้นตอนการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานฝ่ายผลิต บริษัท ABC ที่มีอายุการทำงาน 1 ปีขึ้นไป จำนวน 261 คน
2. เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือ รายงานทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติ บทความทางวิชาการ อินเทอร์เน็ตและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์แนวโน้มองค์การ แรงจูงใจ และความจงรักภักดีต่อองค์กร ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในเบื้องต้น จากนั้นทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 78.50 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 83 คน มีสถานภาพสมรส จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 89.70 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในบริษัท ABC เป็นเวลา 1-2 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นพบว่า วัฒนธรรมองค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.775) แรงจูงใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.742) และความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.766)

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจ และความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ABC เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในเบื้องต้น ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร : กรณีศึกษาบริษัท ABC

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	Y	VIF
X ₁	1							3.233
X ₂	.751**	1						3.566
X ₃	.784**	.824**	1					4.413
X ₄	.621**	.546**	.641**	1				2.381
X ₅	.654**	.538**	.661**	.719**	1			2.788
X ₆	.599**	.564**	.581**	.584**	.645**	1		2.003
Y	.671**	.616**	.700**	.615**	.722**	.657**	1	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ วัฒนธรรมองค์กร ทั้ง 3 แบบ และแรงจูงใจ ทั้ง 3 แบบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความจงรักภักดีต่อองค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.615–0.722 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.003–4.413 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้น จึงอนุมานได้ว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง จึงไม่มีปัญหาความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้น (Multicollinearity) (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2553: 325-326)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าสู่สมการพยากรณ์ด้วยวิธี Enter แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	ความจงรักภักดีต่อองค์กร				
	B	S.D.	β	t	P-value
ค่าคงที่ (Constant)	4.186	2.249		1.861	0.064
วัฒนธรรมองค์กร					
วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว (X_1)	0.214	0.136	0.106	1.575	0.117
วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (X_2)	0.126	0.248	0.036	0.508	0.612
วัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น (X_3)	0.545	0.182	0.235	2.995	0.003**
แรงจูงใจ					
ด้านความต้องการความสำเร็จ (X_4)	0.064	0.190	0.020	0.339	0.735
ด้านความต้องการความผูกพัน (X_5)	0.995	0.191	0.325	5.205	0.000**
ด้านความต้องการอำนาจ (X_6)	0.763	0.187	0.216	4.079	0.000**
$R^2 = 0.645$ $AdjR^2 = 0.637$					

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P < 0.01$)

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า วัฒนธรรมองค์กร แบบลำดับชั้น (X_3) ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_3 = 0.235$, $P < 0.01$) โดยที่ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว (X_1) ($\beta_1 = 0.106$, $P > 0.01$) และวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (X_2) ($\beta_2 = 0.036$, $P > 0.01$) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ABC

สำหรับแรงจูงใจด้านความต้องการความผูกพัน (X_5) ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรมากที่สุด ($\beta_5 = 0.325$, $P < 0.01$) ด้านความต้องการอำนาจ (X_6) ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อ

องค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta_6 = 0.216, P < 0.01$) ในขณะที่ด้านความต้องการความสำเร็จ (X_4) ($\beta_4 = 0.020, P > 0.01$) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของ โดยตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีต่อองค์กร ($\hat{Y}$) ได้ร้อยละ 63.70 ($\text{Adj}R^2 = 0.637$) ซึ่งสามารถเขียนสมการส่งผลได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.214(X_1) + 0.126(X_2) + 0.545(X_3) ** + 0.064(X_4) + 0.995(X_5) ** + 0.763(X_6) **$$

จากสมการสามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับขั้น(X_3) และแรงจูงใจด้านความต้องการความผูกพัน (X_5) และด้านความต้องการอำนาจ (X_6) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร (Y): กรณีศึกษาบริษัท ABC

วัฒนธรรมองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว (X_1) วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ (X_3) และแรงจูงใจด้านความต้องการความสำเร็จ (X_4) ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร (Y): กรณีศึกษาบริษัท ABC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ว่าวัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับขั้น ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร สำหรับแรงจูงใจ จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการความผูกพัน และด้านความต้องการอำนาจ ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ด้านความต้องการความสำเร็จ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจสามารถร่วมกันกำหนดทำนายความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC ได้เท่ากับร้อยละ 63.70 ($\text{Adj}R^2 = 0.637$) โดยผู้วิจัยสามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากบริษัท ABC มีนโยบายลดจำนวนพนักงานและให้พนักงานออกจากงานในช่วงเวลาที่บริษัทไม่มีคำสั่งผลิตจากลูกค้าและเมื่อมีคำสั่งผลิตจากลูกค้าเพิ่มจึงรับสมัครพนักงานอีกครั้ง จึงทำให้วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัวไม่เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับนันทรัฐภาค มิ่งสัมพรพงศ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทยในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัวไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร เนื่องจากองค์กรมีการตั้งเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจนจึงทำให้พนักงานเกิดแข่งขันเพื่อที่จะทำยอดขายให้ถึงเป้าหมายที่บริษัทกำหนดเท่านั้น ทำให้วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัวไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากบริษัท ABC มุ่งเน้นไปที่ผลกำไรขององค์กร ส่งผลให้พนักงานมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่มั่นคงในการทำงาน จึงทำให้ไม่เกิดแนวความคิดในการพัฒนาสิ่งใหม่ สอดคล้องกับบัญชาชัย ประสานสินธุ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท เอฟ ดี เอส คอลเลคชั่น แอนด์ ลอร์เฟิร์ม จำกัด พบว่า วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะ คู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้นส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอฟ ดี เอส คอลเลคชั่น แอนด์ ลอร์เฟิร์ม จำกัด ส่วนวัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าบริษัท ABC ควรให้ความสำคัญส่งเสริมระบบการประเมินผลงาน ผลการปฏิบัติงาน และการเลื่อนตำแหน่งของพนักงานประจำปี เนื่องจากพนักงานมีความต้องการที่จะมีตำแหน่งงานที่สูงขึ้นจากเดิม ซึ่งสอดคล้องกับบัญชาชัย ประสานสินธุ์ (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท เอฟ ดี เอส คอลเลคชั่น แอนด์ ลอร์เฟิร์ม จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้นมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC เนื่องจากพนักงานบริษัท ABC ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน อายุงาน 1-2 ปี ทำงานที่บริษัท ABC มาเป็นเวลาไม่นานมากนัก จึงทำให้พนักงานไม่ต้องการความสำเร็จ สอดคล้องกับชัชพร มานะกิจ (2558) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อัตราเงินเดือน มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของ พนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค่าจ้าง มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคและบริโภคใน รูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต ส่วนแรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จ ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร

แรงจูงใจ ด้านความต้องการความผูกพัน ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกันจนเกิดความผูกพันกันในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับบัญชาชัย ประสานสินธุ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท เอฟ ดี เอส คอลเลคชั่น แอนด์ ลอร์เฟิร์ม จำกัด พบว่า แรงจูงใจ ด้านความต้องการความ

ผูกพัน และด้านความต้องการความเจริญเติบโตในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แรงจูงใจ ด้านความต้องการอำนาจ ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า บริษัท ABC มีการสนับสนุนการทำงานของพนักงานตามโครงสร้างของบริษัท ทำงานตามสายบังคับบัญชา มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ตามหลักเกณฑ์ เนื่องจากพนักงานมีความต้องการที่จะมีตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ นัทรฐภาค มิ่งสัมพรพงศ์ (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทยในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า องค์กรที่มุ่งเน้น ด้านความต้องการอำนาจการจะนำไปสู่การแข่งขันในการทำงานทำให้ ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยวัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ABC ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารบริษัท ABC ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 แรงจูงใจด้านความต้องการความผูกพันส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่า หัวหน้างานควรให้ความสำคัญกับพนักงานและมีการกล่าวชมเชยพนักงานในที่ประชุมเพื่อให้พนักงานนั้นเกิดการยอมรับจากบุคคลอื่น ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น โดยการจัดกิจกรรมให้พนักงานได้ทำร่วมกัน นอกเหนือจากกิจการงาน เช่น จัดกิจกรรม Walk rally กิจกรรม Big Cleaning Day กิจกรรมทำบุญโรงงาน เพื่อสร้างความผูกพันจนนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อองค์กร

1.2 แรงจูงใจ ด้านความต้องการอำนาจ ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความต้องการอำนาจในการทำงานรวมถึงการตัดสินใจในการทำงานและเป็นที่ยอมรับจากหัวหน้างาน ดังนั้นบริษัทควรให้ความสำคัญกับการประเมินและการเลื่อนตำแหน่งพนักงานประจำปี เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานใช้ความสามารถที่มีปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มที่และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับเพื่อนร่วมงาน

1.3 แรงจูงใจ ที่ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร คือ แรงจูงใจ ด้านความต้องการความสำเร็จ แสดงให้เห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานใหม่และบางส่วนเป็นพนักงานเก่าที่มีการเข้าทำงานกับบริษัทและทางบริษัทประเมินให้ออกในช่วงที่ไม่มีคำสั่งผลิต ซึ่งพนักงานส่วนนี้ยังขาดความมั่นใจและความมั่นคงในการทำงานกับทางบริษัท ดังนั้นบริษัทควรให้ความสำคัญกับความสำเร็จของพนักงานเพื่อให้เกิดการแข่งขันและพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานใช้ความสามารถที่มีปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มที่

1.4 วัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรให้ความสำคัญกับกฎระเบียบของบริษัท มีการแบ่งสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนรวมทั้งเมื่อพนักงานเกิดปัญหาในการทำงาน หัวหน้างานควรประสานงานและแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นเพื่อสร้างการยอมรับและไว้วางใจจากพนักงาน เช่น กิจกรรมหัวหน้างานพบพนักงาน เพื่อสร้างการยอมรับระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน เป็นต้น

1.5 วัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร คือ ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่มีอายุงาน 1-2 ปีส่วนใหญ่เป็นพนักงานใหม่ แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือพนักงานในการทำงาน เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง เป็นต้น เพื่อให้พนักงานทราบว่าพนักงานมีความสำคัญกับบริษัทและจนนำไปสู่การเกิดวัฒนธรรมแบบครอบครัวภายในองค์กร

1.6 วัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร คือ ด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานใหม่ แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานเพื่อให้ได้พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ และนำความคิดใหม่ๆ มาพัฒนาองค์กร เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์รายบุคคล หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกยิ่งขึ้น

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจเพิ่มตัวแปรอื่น ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร เช่น พฤติกรรมในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน คุณลักษณะงาน ความเครียดในการทำงาน เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กานดา ศรีจันทร์ (2559). วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจที่มีต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร ของ

พนักงาน บริษัท เคอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

คณิต ไช่มุกด์. (2546). สถิติพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร: น้าฝน.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

นันทรัฐภัก มิ่งสัมพรพงศ์. (2558). การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อ ความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทย

ในจังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บัญชาชัย ประสานสินธุ์. (2563). **วัฒนธรรมองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความ
จงรักภักดีต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท เอฟ ดี เอสคอลเลคชั่น แอนด์ ลอร์เฟิร์ม จำกัด.**
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร. (2553). **ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางการปฏิบัติสู่ความสำเร็จ.** (พิมพ์ครั้งที่
2). กรุงเทพมหานคร: ยูแอนด์ไอ อินเตอร์ มีเดีย.

ประเสริฐ อุไร. (2559). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา บริษัท เอจีซี ออโตโม
ทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด.** สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการ
จัดการองค์การ. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกริก

ศิริลักษณ์ เพชรหมู่. (2558). **แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดี ของพนักงาน
บริษัทออร์จินโปรดเพอร์ตี จำกัด (มหาชน).** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สามัคคี จารุธัญญารักษ์. ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายบุคคล บริษัททริมอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. สัมภาษณ์,
25 สิงหาคม 2562.

Cameron, K. S. and Quinn, R. E. (1999). **Diagnosing and Changing Organizational
Culture: Based on the Competing Value Framework.** New York: Addison-
Wesley.

McClelland. (1940). **Motivation: Theory and Research.** New York: Willey.

Steers, R.M. (1991). **Introduction to Organization Behavior.** New York: Harper Collin
Publishers Inc.