

วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่าง
ประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์



เสนอต่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธันวาคม 2558

วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่าง
ประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์



เสนอต่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ธันวาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่าง
ประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์



เสนอต่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธันวาคม 2558

ธัญญวาริน จันทรา. (2558). *วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน*

กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์.

สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกิตตา.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำนวน 265 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง พนักงานส่วนใหญ่มีอายุ 29-36 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี และตำแหน่งงานระดับพนักงาน มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้วัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ORGANIZATION CULTURE RELATED TO EMPLOYEES' COMMITMENT ON
INTERNATIONAL TRADING BUSINESS GROUP RICE AND FOOD TYPE IN CHAROEN
POKPHAND GROUP



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

December 2015

Thanvarin Chandra. (2015). *Organization Culture Related To Employees' Commitment On International Trading Business Group Rice And Food Type In Charoen Pokphand Group*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc. Prof. Supada Sirikudta.

The purpose of this research is to study organization culture related To employees' commitment on International Trading Business Group Rice and Food Type In Charoen Pokphand Group. The samples are 265 employees of International Trading Business Group Rice And Food Type In Charoen Pokphand Group. The results of this study reveal that

The majority of respondents are female. Most employees are ranging between 29 to 36 years obtained Bachelor's Degree, The period of performance is lower than or equal to 9 years and work at employee level. The overall opinions of the respondents to organizational culture are in good level.

Employee's with different age , duration of work and position have different to employees' commitment on International Trading Business Group Rice And Food Type In Charoen Pokphand Group at statistical significance of 0.01 level. In addition In overall, organizational culture is related to employees' commitment on International Trading Business Group Rice And Food Type In Charoen Pokphand Group at high level and in the same direction at statistical significance at the 0.01 level.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัยนับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์ จึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ และอาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ ตรวจแบบสอบถาม และให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ คุณย่า และญาติพี่น้องทุกท่านที่เลี้ยงดู อบรมสั่งสอน คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทจนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบริษัท ซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ พนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ทุกท่าน ที่เสียสละเวลา ให้ความร่วมมือและความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามงานวิจัยครั้งนี้

ธัญญ์วาริน จันทรา

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	10
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร.....	12
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร.....	17
ประวัติความเป็นมาของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์.....	22
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	30
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	85
สังเขปการวิจัย.....	85
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
อภิปรายผลการวิจัย.....	94
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	99
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	101
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก.....	106
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	117

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์.....	32
2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	49
3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ที่จัดกลุ่มใหม่.....	52
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของ พนักงาน.....	54
5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน.....	59
6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามเพศ.....	63
7 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามอายุ.....	64
8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามอายุ โดยใช้ One Way ANOVA.....	65
9 แสดงผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนกตามอายุ โดยใช้ วิธี LSD.....	66
10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามระดับการศึกษา.....	68
11 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน.....	70
12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยใช้ One Way ANOVA.....	71
13 แสดงผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนกตามระยะเวลา ในการปฏิบัติงาน โดยใช้ วิธี LSD.....	72
14 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนก ตามตำแหน่งงาน.....	74

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งงานโดยใช้ One Way ANOVA.....	75
16 แสดงผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งงาน โดยใช้ วิธี LSD.....	76
17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน.....	79
18 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน.....	84



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	8
2 ภาพประวัติความเป็นมาของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์.....	23
3 ภาพตัวอย่างสินค้าของธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าว ในเครือเจริญ โภคภัณฑ์.....	24
4 ภาพตัวอย่างสินค้าของธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทอาหาร ในเครือเจริญ โภคภัณฑ์.....	25



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บุคลากร ถือเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากต่อองค์กรที่จะสามารถทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ บุคลากรที่มีคุณภาพนอกจากจะมีความสามารถในการปฏิบัติงานแล้ว ยังมีความทุ่มเทและตั้งใจในการผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งหากองค์กรขาดแคลนหรือสูญเสียบุคลากรที่มีคุณภาพเหล่านี้แล้วก็จะเกิดปัญหาในการทำงานและไม่สามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งไว้ ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีการสร้างบุคลากรให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร โดยการสร้างความรู้สึที่ดีแก่พนักงานเพื่อให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมกับองค์กร ตลอดจนให้พนักงานแสดงออกทางความสามารถในการทำงานและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระเพื่อให้บุคลากรรู้สึกว่าองค์กรเล็งเห็นถึงความสามารถของตน และมีความตั้งใจจริงที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้

เนื่องด้วยในองค์กรประกอบด้วยบุคลากรจำนวนมาก ซึ่งมีพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม และสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และประสิทธิผลของ บริษัท จึงต้องมีวัฒนธรรมขององค์กรเกิดขึ้น เพื่อกำหนดบรรทัดฐานของการอยู่ร่วมกัน และรักษามาตรฐานขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรมีหน้าที่ควบคุมดูแลบริษัท สร้างระบบที่ต้องนำมาใช้ตัดสินบุคคลที่จะจ้าง ความเหมาะสมของงานและบุคลากร ซึ่งความสำเร็จของบริษัทขึ้นอยู่กับความสามารถในการเข้าใจวัฒนธรรมองค์กร และพร้อมเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และการแข่งขันทางธุรกิจ

นอกจากองค์กรจะต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานขององค์กรแล้ว องค์กรยังต้องพยายามรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพเอาไว้ด้วย ซึ่งการที่จะทำให้บุคลากรมีความมุ่งมั่น ตั้งใจและทุ่มเทความสามารถให้กับการทำงานอย่างเต็มที่นั้น องค์กรต้องทำให้บุคลากรรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและสร้างให้บุคลากรมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติของบุคคลซึ่งเชื่อมโยงระหว่างเอกลักษณ์ของตนกับองค์กร บุคคลซึ่งมีความผูกพันต่อองค์กรจะมีการประเมินผลองค์กรในทางบวก และตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรที่ตน เป็นสมาชิกตลอดไป บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะมีผลการปฏิบัติงานที่ดีกว่าบุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ ซึ่งผลการปฏิบัติงานนั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรด้วย

ความผูกพันต่อองค์กรจึงมีความสำคัญต่อการอยู่รอดขององค์กร และเป็นตัวชี้วัดที่ดีถึงการมี ประสิทธิภาพขององค์กร และยังสามารรถชี้วัดถึงแนวโน้มของความตั้งใจที่จะอยู่หรือลาออกจากองค์กร ของบุคลากรได้ ถ้าบุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กรก็จะมี ความตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่ หุ่มเทเวลา ให้อย่างเต็มที่ มีการขาดงานน้อยลง ความตั้งใจที่จะลาออกและพฤติกรรม การลาออกจากองค์กร น้อยลง มีผลการปฏิบัติงานที่ดี และมีความจงรักภักดีต่อองค์กร องค์กรนั้นก็จะมีแต่ความเจริญรุ่งเรือง เติบโตขึ้นเรื่อยๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ในทางตรงกันข้ามหากบุคลากรขาดความ ผูกพันต่อองค์กร จะทำให้บุคลากรมีความตั้งใจที่จะลาออก หรืออาจเฝื่อนใจที่จะทำงานกับองค์กรต่อไป อย่างไม่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งองค์กรยังต้องประสบปัญหาการลาออกจากงานของบุคลากรในอัตราที่ สูง ส่งผลให้การทำงานขาดความต่อเนื่อง สูญเสียทรัพยากรทั้งเวลา เงินทอง และกำลังแรงงานในการ ฝึกอบรมบุคลากรผู้เข้ามาใหม่ นอกจากนี้การลาออกจากงานของบุคลากรยังส่งผลกระทบต่อขวัญ กำลังใจ ทศนคติของบุคลากรที่ยังคงทำงานอยู่ในองค์กรนั้น และถ้าอัตราการลาออกจากงานสูงอาจ ทำให้ภาพพจน์ขององค์กรเสียและองค์กรเกิดความไม่มั่นคงตามมา

ดังนั้น การทำให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะหาก บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรนั้นย่อมแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการบริหารด้านทรัพยากรบุคคล ขององค์กร การศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารต้องให้ ความสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ และนโยบายด้านทรัพยากรบุคคล ให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรและเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่มี ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรม องค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารใน เครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาเป็นประโยชน์ในการ กำหนดทิศทางของผู้บริหารใช้เป็นข้อมูลในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความเข้มแข็งและมั่นคงแก่ บุคลากรในองค์กรเพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรและสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ ตามเป้าหมายขององค์กรต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรโดยจำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรม และการยอมรับความเสี่ยง กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ทราบถึงการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กร และใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาองค์กรโดยการเสริมสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานต่อองค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำนวน 606 คน (สำนักทรัพยากรบุคคล 2557)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรจึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณจากสูตรของทาโร ยามานะ (Yamane.1970 580-581) ผู้วิจัยได้กำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 5% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 241 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 10% ของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 24 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 265 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วนของจำนวนสมาชิก ในแต่ละชั้นภูมิ จำแนกตามตำแหน่งงาน และเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งออกเป็น

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 หญิง

1.1.1.2 ชาย

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 21-28 ปี

1.1.2.2 29-36 ปี

1.1.2.3 37-44 ปี

1.1.2.4 45-52 ปี

1.1.2.5 53 ปีขึ้นไป

- 1.1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 1.1.3.2 ปริญญาตรี
 - 1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.1.4 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
 - 1.1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี
 - 1.1.4.2 10 – 18 ปี
 - 1.1.4.3 19 – 27 ปี
 - 1.1.4.4 28 ปีขึ้นไป
- 1.1.5 ตำแหน่งงาน
 - 1.1.5.1 ระดับพนักงาน
 - 1.1.5.2 ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า
 - 1.1.5.3 ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า
 - 1.1.5.4 ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า
 - 1.1.5.5 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ขึ้นไป
- 1.2 วัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย
 - 1.2.1 วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด
 - 1.2.2 วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน
 - 1.2.3 วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร
 - 1.2.4 วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม
 - 1.2.5 วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ
 - 1.2.6 วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง
 - 1.2.7 วัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในกรณีศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. **พนักงาน** หมายถึง ผู้บริหารและพนักงาน ของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

2. **องค์กร** หมายถึง กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

3. **วัฒนธรรมองค์กร** (Organization Culture) หมายถึง ค่านิยม (Value) บรรทัดฐาน (Norm) ความเชื่อ (Belief) ประเพณี (Tradition) กรอบแนวคิด ธรรมเนียมปฏิบัติ หรือแม้แต่ภาษาที่ใช้ในองค์กรนั้น ซึ่งพนักงานในองค์กรยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประจำวันภายในองค์กร ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมที่สำคัญคือจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการปฏิบัติ ในทุกระดับชั้นขององค์กร

4. **ด้านนวัตกรรมและความกล้าเสี่ยง** (Innovation and Risk Taking) คือ การที่พนักงานได้รับการสนับสนุนให้เป็นคนที่ยึดสิ่งใหม่ ๆ และความกล้าเสี่ยงในการริเริ่มสิ่งใหม่

5. **ด้านการมุ่งรายละเอียดในการปฏิบัติงาน** (Attention to Detail) คือ การที่พนักงานถูกคาดหวังที่จะแสดงความเที่ยงตรงการวิเคราะห์และให้ความใส่ใจในรายละเอียดต่อความรับผิดชอบ

6. **ด้านการมุ่งเน้นผลสำเร็จในการดำเนินงาน** (Outcome Orientation) คือ การที่ผู้บริหารเน้นถึงผลงานหรือผลลัพธ์มากกว่ากระบวนการหรือเทคนิคที่ถูกใช้ในการทำให้ประสบผลลัพธ์ที่ต้องการ

7. **ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร** (People Orientation) คือ การที่ผู้บริหารตัดสินใจพิจารณาผลกระทบของสิ่งที่ต้องการกับบุคลากรภายในองค์กร

8. **ด้านการมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม** (Team Orientation) คือ การที่กิจกรรมเกี่ยวกับงานถูกจัดให้กระทำแบบทีมมากกว่าแบบรายบุคคล

9. **ด้านการมุ่งเน้นเชิงรุก** (Aggressiveness) คือ การที่บุคลากรเป็นผู้ที่ชอบทำงานในลักษณะเชิงรุกและแข่งขันมากกว่าเป็นคนเรียบง่ายไม่มีพิธีรีตอง

10. **ด้านการมุ่งเน้นการสร้างความมั่นคง** (Stability) คือ การที่กิจกรรมองค์กรเน้นให้รักษาสภาพเดิม ๆ ซึ่งขัดแย้งต่อการเจริญเติบโตของกิจการ

11.ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการดำรงความเป็นสมาชิกขององค์กร ความเสียสละเพื่อองค์กร และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร



กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการทำวิจัยสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม

ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
5. ตำแหน่งงาน

วัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย

1. วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด
2. วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน
3. วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร
4. วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม
5. วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ
6. วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง
7. วัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง

ความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

สมมติฐานในการวิจัย

1. พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์แตกต่างกัน

2. วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร
3. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
4. ประวัติความเป็นมาของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 41-42) ลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุที่ต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของส่วนตลาดได้ค้นคว้าความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภคการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้น และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษาและอาชีพ (Income , Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวยแต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่เข้าบ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพรวมกัน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541: 38-39) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย

2. เพศ จำนวนสตรี (สมรสหรือโสด) ที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักการตลาดต้องคำนึงว่าปัจจุบันเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้วมาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นบทบาทของสตรีและบุรุษบางส่วนที่ซ้ำกัน

3. วงจรชีวิตครอบครัว ขั้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

4. การศึกษาและรายได้ การศึกษามีอิทธิพลต่อรายได้เป็นอย่างมาก การรู้ว่าจะอะไรเกิดขึ้นกับการศึกษาและรายได้เป็นสิ่งที่สำคัญเพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนมี

2. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

2.1 ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์กรไว้หลายทัศนะซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

วันทนา กอวัฒนสกุล (2539: 17) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กร เป็นเรื่องของความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม และวิถีชีวิตของคนที่อยู่ร่วมกัน และส่งผลออกมาเป็นรูปแบบของพฤติกรรมของคนในองค์กร

สุนทร วงศ์ไวยวรรณ (2540: 11) ได้ให้นิยามวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นสิ่งต่างๆ อันประกอบด้วยสิ่งประติษฐ์ แบบแผนพฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ความเข้าใจ และข้อสมมติพื้นฐานของคนจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ภายในองค์กร

ชนิษฐา ทรงงาม (2549: 8) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์กรว่า หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ ความเข้าใจ พฤติกรรม และปทัสฐานของสมาชิกภายในองค์กรที่ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน

ฮอฟส์เทด (Hofstede. 1997: 180) ได้ให้นิยามวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นแบบแผนความคิด ความรู้สึกของสมาชิกที่ได้รับการกำหนดร่วมกันภายในองค์กรซึ่งมีผลให้สมาชิกขององค์กรนั้นแตกต่างไป จากสมาชิกขององค์กรอื่น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) หมายถึง แบบแผนความคิด ความรู้สึก ที่สมาชิกได้รับการกำหนดร่วมกันภายในองค์กร เพื่อเป็นบรรทัดฐานให้สมาชิกประพฤติและมีการสืบทอดไปสู่สมาชิกใหม่ขององค์การ ซึ่งมีผลให้สมาชิกองค์การหนึ่งมีความแตกต่างไปจากสมาชิกของอีกองค์การหนึ่ง ซึ่งองค์การมีลักษณะเป็นหน่วยงาน สังกัดอยู่ในสภาพแวดล้อม ที่ไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงทางภาวะเศรษฐกิจ เทคโนโลยีและคู่แข่ง ตลอดเวลา องค์การจึงต้องสร้างระเบียบ แบบแผนให้สมาชิกประพฤติปฏิบัติร่วมกันเพื่อเอาชนะความไม่แน่นอนต่างๆ เหล่านี้ และอิทธิพลของวัฒนธรรม มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์การหลาย

ประการด้วยกัน คือ ช่วยให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิกในองค์การ เกิดการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมการปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ลดปัญหาความไม่เข้าใจในการสื่อสาร สมาชิกในองค์การรู้สึกผูกพันต่อองค์การ มีการรับรู้ต่อสถานการณ์ต่างๆ ตรงกัน ตลอดจนช่วยให้เกิดการใช้เหตุผลในการแสดงพฤติกรรม นอกจากนี้วัฒนธรรมยังมีผลต่อความสำเร็จ และประสิทธิภาพขององค์การ

2.2 หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กร ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550: 309-310)

ได้กล่าวว่าความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมองค์กร และเชื่อว่าวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งมีส่วนในการลดอัตราการหมุนเวียนของพนักงานในองค์กร

1. วัฒนธรรมในองค์กรมีบทบาทในการกำหนดขอบเขต (Boundary defining role) ในการแบ่งแยกองค์กรหนึ่งให้แตกต่างจากองค์กรหนึ่ง
2. วัฒนธรรมองค์กรจะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดคุณลักษณะเด่นของสมาชิกในองค์กร
3. วัฒนธรรมองค์กรจะช่วยให้กระบวนการในการถ่ายทอดความผูกพันจากรุ่นสู่รุ่น
4. วัฒนธรรมองค์กรช่วยให้เกิดเสถียรภาพในระบบสังคม ซึ่งวัฒนธรรมจะทำหน้าที่คล้ายตัวเชื่อมให้กับสมาชิกในองค์กรให้มีมาตรฐานในการพูดและปฏิบัติอย่างเดียวกัน
5. วัฒนธรรมองค์กรเปรียบเสมือนกลไกในการสร้างการรับรู้ (Sense-making) และกลไกในการควบคุม (Control mechanism) ที่เป็นแนวทางและสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมของพนักงาน

จากหน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กรที่กล่าวมา เป็นหน้าที่ที่นักบริหารควรให้ความสำคัญเพราะบทบาทของวัฒนธรรมจะมีผลต่อพฤติกรรมของพนักงานที่นับวันจะยิ่งมีความสำคัญในสถานที่ทำงาน ยิ่งในปัจจุบันองค์การมีการขยายในแนวกว้างคือรูปแบบของการควบคุม (Control) มีรูปแบบในแนวลบหรือเป็นโครงสร้างองค์การแบบแบน (Flattened structure) มีการทำงานเป็นทีมและการลดลงของระดับความเป็นทางการ วัฒนธรรมที่เข้มแข็งจะช่วยให้เกิดความมั่นใจว่าทุกจุดมีแนวทางในการดำเนินงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

2.3 ผลกระทบของวัฒนธรรมต่อกลยุทธ์ (สมยศ นาวิการ. 2546: 124)

วัฒนธรรมองค์กรอาจสนับสนุนหรือขัดขวางการดำเนินกลยุทธ์ของบริษัทได้ เพราะว่าวัฒนธรรมจะสะท้อนอดีต การปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรจะต้องเกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม สิ่งที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์จะต้องตามมาด้วยการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน มิฉะนั้นแล้วกลยุทธ์จะล้มเหลว

เอ็ดการ์ เอช. ไชน์ นักวิจัยทางการบริหาร (สมยศ นาวิการ. 2546: 119-135) ได้ชี้ให้เห็นว่า บริษัทที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมอาจจะกำหนดกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมาที่เหมาะสมบนพื้นฐานของการเงิน ผลผลิตกำไรหรือการตลาด แต่กลยุทธ์จะไม่ถูกดำเนินการเพราะว่ากลยุทธ์ต้องการ “สมมุติฐาน ค่านิยม และวิธีการทำงานใหม่” ที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมองค์กรเดิม องค์กรสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และโครงสร้างของพวกเขาได้ แต่จะพบว่าพนักงานหันกลับไปสู่วิธีการดำเนินงานก่อนหน้าของพวกเขาได้ ถ้าพวกเขาไม่ยอมรับเผชิญหน้ากับสมมุติฐานรากฐานทางวัฒนธรรมของพวกเขา

2.4 ส่วนผสมของวัฒนธรรมองค์กร

เทอร์เรนซ์ ดีล และอัลเลน เคเนดี้ (สมยศ นาวิการ. 2546: 119-135; อ้างอิงจาก Terrence Deal ;& Allene Kennedy) ได้กล่าวว่า “การดำรงอยู่อย่างแท้จริง” ขององค์กรจะอยู่ “ภายในหัวใจและจิตใจของพนักงานของพวกเขา” วัฒนธรรมองค์กรจะหมายถึง การผสมผสานของ ค่านิยม เรื่องราว วีรบุรุษ และงานพิธี ที่มีความหมายอย่างมากต่อบุคคลที่ทำงานอยู่ภายในองค์กร

ค่านิยม (Value) หมายถึง สิ่งที่มีความสำคัญที่สุดต่อเรา ค่านิยมจะเป็นมาตรฐานที่มีอิทธิพลเกือบทุกด้านของชีวิตเรา การใช้ดุลยพินิจทางศีลธรรมของเรา การตอบสนองของเราต่อบุคคลอื่น ความผูกพันของเราต่อเป้าหมายขององค์กร ค่านิยมจะถูกพิจารณาว่าเป็นหลักการพื้นฐานทางวัฒนธรรมขององค์กร ค่านิยมที่เข้มแข็งจะทำให้พนักงานรู้ว่าพวกเขาถูกคาดหวังให้ปฏิบัติอย่างไร และการกระทำอะไรจะถูกยอมรับ โดยทั่วไปค่านิยมขององค์กรจะมีคุณลักษณะสามอย่าง 1) ค่านิยมยืนยันท่อบางสิ่งบางอย่างที่สำคัญภายในองค์กร 2) ผู้บริหารจะเปลี่ยนแปลงและสื่อสารค่านิยมไปยังสมาชิกขององค์กรและ 3) สมาชิกทุกคนขององค์กรจะรับรู้และร่วมกันภายในสภาพแวดล้อมขององค์กร ค่านิยมอาจจะถูกพิจารณาว่าเป็นหน้าที่หรือความดีเด่น ค่านิยมที่มุ่งหน้าที่จะชี้ให้เห็นว่า

สมาชิกขององค์กรควรจะดำเนินงานของพวกเขาอย่างไร พวกเขาจะต้องให้บริการระดับไหนหรือคุณภาพของสินค้าที่คาดหวังไว้ ค่านิยมที่มุ่งความดีเด่นจะมุ่งความเชี่ยวชาญของหน่วยธุรกิจ การสรรหาผู้บริหารระดับสูงที่เชี่ยวชาญ และการส่งเสริมบริษัทต่อสาธารณชน ล้วนแต่เป็นการสร้างค่านิยมที่มุ่งความดีเด่น การสร้างค่านิยมร่วมจะเป็นกุญแจที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ค่านิยมจะเป็นแกนของวัฒนธรรมองค์กรทุกองค์กร ในฐานะที่เป็นหัวใจปรัชญาของบริษัทเพื่อการบริหารที่เป็นเลิศ ค่านิยมจะสร้างความรู้สึกร่วมกันของทิศทางร่วมแก่พนักงานทุกคนและให้แนวทางแก่พฤติกรรมประจำวันของพวกเขา โดยข้อเท็จจริงเราเชื่อว่าบริษัทจะบรรลุความสำเร็จอยู่บ่อยครั้งเนื่องจากพนักงานของพวกเขาผูกพันยึดเอาและดำเนินตามค่านิยมขององค์กร

เรื่องราว (Stories) จะเป็นส่วนผสมที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร เรื่องราวหรือเกร็ดเล็กๆน้อยๆ จะมีพลังในการถ่ายทอดวัฒนธรรม เพราะว่าเรื่องราวจะคล้ายกับแผนที่ช่วยให้บุคคลรู้ว่าสิ่งต่างๆ ถูกกระทำอย่างไร เรื่องราวจะเป็นการบรรยายที่ถูกเล่าซ้ำท่ามกลางพนักงานและโดยปกติจะอยู่พื้นฐานของข้อเท็จจริง

วีรบุรุษ (Heroes) จะเป็นแบบจำลองบทบาทของบริษัทภายในการดำเนินงาน การแสดงให้เห็นคุณลักษณะและการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอยู่ พวกเขาจะแสดงให้เห็นคุณลักษณะและการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอยู่ พวกเขาจะแสดงให้เห็นจุดเด่นของค่านิยมที่บริษัทต้องการเสริมแรงด้วย “วีรบุรุษคือนักงูใจที่ยิ่งใหญ่ ผู้วิเศษ บุคคลที่ทุกคนต้องพึ่งพาเมื่อความยุ่งยากได้เกิดขึ้น” เรามักจะพบว่าวีรบุรุษเป็นพระเอกของเรื่องราวที่ถ่ายทอดกันภายในองค์กร เช่น โทมัส วัตสัน ณ ไอบีเอ็ม สตีเวน จ็อบ ณ แอปเปิ้ลคอมพิวเตอร์ วิลเลียม พาโลย์ ณ ซีบีเอส และ ลีโอ เอ คอคคา ณ ไครสเลอร์ ต่างเป็นบุคคลที่โดดเด่น และมีคุณสมบัติของวีรบุรุษของเรื่องราวที่ถูกบอกเล่ากันภายในบริษัทของพวกเขา แม้แต่ภายหลังจากที่พวกเขาได้ล่วงลับไปแล้ว

พิธีและงานพิธี (Rituals and Ceremonies) ส่วนผสมอย่างสุดท้ายของวัฒนธรรมองค์กร คือ พิธีและงานพิธีที่เป็นสัญญาณภายนอกของสิ่งที่องค์กรให้คุณค่า เหมือนกับสัญลักษณ์พิธีจะเป็นแนวทางของพฤติกรรมภายในชีวิตองค์กรประจำวัน พิธีอาจมีทั้งระเบียบวิธีการประเมินผลและการให้รางวัล การประชุมพนักงานประจำ การเลี้ยงอำลา การจัดสรรที่จอดรถยนต์ และการจัดตารางการทำงาน งานพิธีจะคล้ายคลึงกับพิธี แต่จะเป็นการแสดงที่ละเอียดกว่าที่เกิดขึ้นไม่บ่อยครั้ง การฟังคำปราศรัย และการเลี้ยงมอบรางวัล ต่างเป็นตัวอย่างของงานพิธี ด้วยพิธีและงานพิธีผู้มีส่วนร่วม

สามารถปลูกฝังความเข้าใจ และความเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อวัฒนธรรมองค์กรโดยการเฉลิมฉลองด้วยกัน

2.5 การประเมินลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร

روبินส์ และเคลาร์ทเตอร์ (Robbins & Coulter. 2002: 58-59) ได้กล่าวไว้ว่าผลจากการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมองค์กรมีองค์ประกอบที่เน้นสาระสำคัญอยู่ 7 ด้านด้วยกัน ในแต่ละด้านจะบอกลักษณะในด้านนั้นตั้งแต่ระดับต่ำไปสูง การใช้องค์ประกอบที่สำคัญของวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 7 ด้านนี้ในการประเมินองค์กรจะทำให้เห็นภาพของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะแสดงถึงรูปแบบและบุคลิกลักษณะขององค์กรและวิถีที่สมาชิกในองค์กรถือปฏิบัติอยู่ สำหรับองค์กรในสหรัฐอเมริกา โอเรียลลี แชนแมน และแคลดเวล (O'Reilly, Chatman; & Caldwell.1991) ได้พัฒนาเครื่องมือสำหรับบ่งชี้ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรใน 7 ด้าน ซึ่งเรียกโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture Profile) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด หมายถึง ระดับความคาดหวังที่มีต่อพนักงานในด้านการแสดงออกถึงความถูกต้อง แม่นยำ การวิเคราะห์ ตลอดจนการเอาใจใส่ในรายละเอียดของงาน
2. วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน หมายถึง ระดับของการที่องค์กรให้ความสำคัญต่อผลการทำงานมากกว่าทำอะไรให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน
3. วัฒนธรรมที่เน้นบุคคลากร หมายถึง ระดับของการนำเอาผลกระทบต่อนักงานภายในองค์กรมาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจในระดับการบริหาร
4. วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม หมายถึง ระดับของการบริหารจัดการในลักษณะของการทำงานเป็นทีมมากกว่าการให้ความสำคัญด้านบุคคล
5. วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ หมายถึง การที่องค์กรมีการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางธุรกิจที่มุ่งไปสู่การเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจอย่างเอาจริงเอาจัง ตลอดจนสร้างให้มีสภาพการแข่งขันในการปฏิบัติงานในองค์กรมากกว่าการทำงานแบบประสานความร่วมมือ
6. วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง หมายถึง ระดับของการตัดสินใจและวิถีปฏิบัติขององค์กรที่ให้สำคัญต่อการรักษาสถานภาพขององค์กร

7. วัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง หมายถึง ระดับของการที่พนักงานได้รับการกระตุ้นและสนับสนุนให้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และการยอมรับความเสี่ยง

3. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

3.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

เมื่อพิจารณาถึงทฤษฎีพื้นฐานที่ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรพบว่ามีหลายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและสามารถสรุปได้ดังนี้

อเลนและเมเยอร์ (Allen and Meyer. 1990: 710 – 720) กล่าวว่า พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีลักษณะเป็นบุคคลที่อยู่กับองค์กรไม่ว่าจะเป็นอย่างไร มาทำงานสม่ำเสมอทุ่มเทในการทำงาน ปกป้องทรัพย์สินของบริษัท และมีเป้าหมายร่วมกับองค์กร

อเลนและเมเยอร์ มีแนวคิดที่ว่า ความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย 3 องค์ประกอบดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความรู้สึก (Affective commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกภายในส่วนบุคคล เป็นความรู้สึกผูกพันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เต็มใจที่จะทุ่มเทและอุทิศตนให้กับองค์กร

2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuance commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการคิดคำนวณของบุคคลที่อยู่บนพื้นฐานของการลงทุนที่บุคคลให้กับองค์กร และผลตอบแทนที่บุคคลได้รับจากองค์กร โดยจะแสดงออกในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่องในการทำงานว่าจะทำงานอยู่กับองค์กรนั้นต่อไปหรือจะโยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน

3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative commitment) หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองแทนสิ่งที่บุคคลได้รับจากองค์กร แสดงออกในรูปของความจงรักภักดีของบุคคลต่อองค์กร

สตีเยร์ (Steers. 1977: 46-75) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของสมาชิกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความเต็มใจ เสียสละประโยชน์ส่วนตัวเพื่อองค์กร และปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นตลอดไป นอกจากนี้ความผูกพันองค์กรยังเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิผลขององค์กรในลักษณะหนึ่ง

เชลดอน (Sheldon. 1971: 143) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กรเป็นการประเมินองค์กรในทางบวก ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันระหว่างบุคคลนั้นกับองค์กรและเป็นการความตั้งใจที่จะทำงานให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

พอตเตอร์และคณะ (Porter; et al. 1974: 603-609) ได้นิยามความผูกพันในองค์กรว่าเป็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับองค์กรซึ่งบ่งชี้ออกมาในรูปแบบดังนี้

1. สมาชิกมีทัศนคติที่กลมกลืนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และค่านิยมขององค์กร
2. สมาชิกเต็มใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนั้นต่อไป
3. สมาชิกมีความปรารถนาที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนั้นต่อไป

เมาเดย์และคณะ (Mowday; et al. 1982:27) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรว่า ความผูกพันต่อองค์กรหมายถึง ความสัมพันธ์ที่ดีของบุคคลที่มีต่อองค์กรอย่างเหนียวแน่น โดยความรู้สึกที่ดีเป็นเจตคติที่แสดงออกมาใน 3 ลักษณะ คือ การยอมรับในเป้าหมาย ความเต็มใจในการพยายามปฏิบัติงานให้แก่องค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กร

พรพรรณ ศรีใจวงศ์ (2541: 21) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรไว้ว่าเป็นความรู้สึกดีที่บุคคลมีต่อองค์กร โดยการแสดงออกหลายวิธี เช่น มองเห็นว่าเป้าหมายขององค์กรก็เปรียบเสมือนเป้าหมายของตนเอง การทำงานอย่างเต็มศักยภาพของตนเองเพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร ไม่ละทิ้งหรือลาออกจากองค์กร แม้ว่าจะมีหน่วยงานอื่นเสนอผลตอบแทนที่มากกว่าของตนเองก็ตาม

สรายุทธ์ ปฏิมากร (2541: 62) กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อองค์กรซึ่งแสดงออกในความเชื่อและยอมรับอย่างจริงจังในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีความเต็มใจที่จะใช้ความพยายามในฐานะที่เป็นตัวแทนขององค์กรและมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กร

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรหมายถึง ทัศนคติหรือความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อองค์กรที่มีความพึงพอใจในการทำงานในองค์กร โดยแสดงออกในด้านความเชื่อมั่น การยอมรับเป้าหมายขององค์กร ค่านิยมขององค์กร มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร และมีความยินดีที่จะใช้ความรู้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่อย่างเต็มที่ และเต็มใจที่จะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กรตลอดไป

3.2 แนวคิดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร เพราะความผูกพันต่อองค์กรจะทำให้บุคคลมีความเชื่อมั่นในจุดมุ่งหมายขององค์กร มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรสูง และมีอัตราการขาดงานและลาออกจากงานค่อนข้างต่ำ อาจกล่าวได้ว่า ความผูกพันมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร ดังนั้นแต่ละองค์กรจึงต้องพยายามรักษานักงานของตนไว้

อลเลนและเมเยอร์ (Allen; & Meyer) ได้สรุปแนวความคิดในเรื่องของความผูกพันต่อองค์กรว่าสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท (อนันต์ชัย คงจันทร์. 2539: 35-36) คือ

1. แนวความคิดทางด้านทัศนคติ/องค์กร เป็นแนวความคิดที่ได้รับความสนใจในการศึกษาในเรื่องนี้มากกว่าแนวความคิดแบบอื่นๆ กลุ่มผู้สนับสนุนแนวความคิดนี้มองความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ผู้นำในการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรในแนวความคิดนี้คือ ศาสตราจารย์ไลย์แมน ดับเบิลยู พอตเตอร์ และคณะ (Lyman, W.Porter) แห่งมหาวิทยาลัย California, Irvine) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรคือ

- 1.1 ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
- 1.2 ความเต็มอกเต็มใจที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ที่จะทำงานเพื่อองค์กร
- 1.3 ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสมาชิกภาพขององค์กรไว้

2. แนวความคิดทางด้านพฤติกรรม แนวความคิดที่มองความผูกพันต่อองค์กรในรูปของความสม่ำเสมอของพฤติกรรม กล่าวคือ เมื่อคนมีความผูกพันต่อองค์กรจะมีการแสดงออกในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่อง หรือความคงเส้นคงวาในการทำงานความต่อเนื่องในการทำงานโดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน การที่คนผูกพันต่อองค์กรและพยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพไว้โดยจะไม่โยกย้ายไปไหนก็เนื่องจากได้เปรียบเทียบผลได้และผลเสียที่จะเกิดขึ้นหากละทิ้งสภาพของสมาชิกหรือลาออกจากองค์กรไปอย่างถาวรแล้ว ซึ่งผลเสียนี้จะพิจารณาในลักษณะของต้นทุนที่จะเกิดขึ้นหรือผลประโยชน์ที่จะสูญเสียไป

ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและอาจจัดได้ว่าเป็นพื้นฐานของแนวความคิดนี้คือ ทฤษฎีที่เรียกว่า Side-bet theory ซึ่งโฮวาร์ด เอส แบ็คเกอร์ (Howard, S.Becker) ได้สรุปขึ้น สาระสำคัญของ

ทฤษฎีนี้คือ การพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นผลมาจากการที่คนเปรียบเทียบกับน้ำหนักว่า ถ้าหากเขาลาออกจากองค์กรไปเขาจะสูญเสียอะไรบ้าง การที่คนๆหนึ่งเข้าไปเป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานหนึ่งอยู่ช่วงระยะหนึ่ง เขาก็ได้ลงทุนเวลา กำลังกาย กำลังปัญญา กำลังใจลงไปในช่วงเวลานั้นให้กับองค์กร และยอมเสียโอกาสบางอย่างไป เช่น โอกาสจะไปทำงานหรือเป็นสมาชิกขององค์กรอื่น เป็นต้น บุคคลผู้นั้นย่อมหวังประโยชน์ที่จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากองค์กรในระยะยาว อาทิ เช่น บำเหน็จบำนาญซึ่งนอกเหนือไปจากค่าตอบแทนรายเดือนแต่ถ้าเขาลาออกไปก่อนที่จะครบกำหนดที่จะได้รับพิจารณา บำเหน็จ บำนาญ หรือผลตอบแทนอื่นซึ่งต้องมีกำหนดเวลาก็เท่ากับเขาลงทุนแรง

การลงสติปัญญาลงไปโดยได้ผลประโยชน์ไม่คุ้มค่า เพราะฉะนั้นการที่คนๆหนึ่งเข้าทำงานหรือเป็นสมาชิกขององค์กรยิ่งนานเท่าไรก็เหมือนกับเขาลงทุนอยู่ในกิจการหรือองค์กรนั้นมากขึ้นเท่านั้น ความผูกพันก็จะทวีตามระยะเวลาและยากต่อการที่จะละทิ้งจากองค์กรไป เพราะนั่นหมายถึงประโยชน์ที่จะเสียไปมากขึ้น

3. แนวความคิดทางด้านการเกี่ยวกับความถูกต้องหรือบรรทัดฐานทางสังคม แนวความคิดนี้มองความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นความจงรักภักดีและตั้งใจที่จะอุทิศตนให้กับองค์กร ซึ่งเป็นผลมาจากบรรทัดฐานขององค์กรและสังคม บุคคลรู้สึกว่าเขาเข้าเป็นสมาชิกขององค์กรก็ต้องมีความผูกพันต่อองค์กรเพราะนั่นคือความถูกต้องและความเหมาะสมที่จะทำความผูกพันต่อองค์กรนั้นเป็นหน้าที่หรือพันธะผูกพันที่สมาชิกจะต้องมีการปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร

बारอน (Baron. 1986 อ้างถึงใน กฤตวรรณ นวกุล, 2547 : 22) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วตามสภาพการทำงาน แต่ความผูกพันต่อองค์กรเป็นทัศนคติที่มีความมั่นคงมากกว่า ดังนั้นความผูกพันต่อองค์กรจึงมีความแตกต่างกับความพึงพอใจในงาน แต่ 4 ปัจจัยที่คล้ายคลึงกันของความผูกพันของพนักงานกับความพึงพอใจในการทำงานมีดังนี้

1. เกิดจากลักษณะงาน เช่น ความเป็นอิสระส่วนตัวอย่างมากในงานและความหลากหลายในงาน สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง แต่ในทางกลับกันความกดดันและความคลุมเครือในบทบาทที่เกี่ยวกับงานของตนเอง จะทำให้รู้สึกผูกพันต่อองค์กรในระดับต่ำ

2. เกิดจากโอกาสในการหางานใหม่ การได้รับโอกาสในการหางานใหม่ และมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นจะทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับต่ำ

3. เกิดจากลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่มีอายุมาก มีอายุงานนาน และอยู่ในตำแหน่งงานสูงๆ จะมีความพึงพอใจในผลการปฏิบัติงานของตนเอง ส่งผลให้มีแนวโน้มที่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง

4. เกิดจากสภาพการทำงาน การที่บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง บุคคลเหล่านั้นจะต้องมีความพึงพอใจในผู้บังคับบัญชาของตนเองพึงพอใจในความยุติธรรมของการประเมินผลการปฏิบัติงานและรู้สึกว่าการเอาใจใส่สวัสดิการของพนักงาน

อนันต์ชัย คงจันทร์ (2529: 34-41) ได้กล่าวถึงสาเหตุ 3 ประการที่แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรได้รับความสนใจมากขึ้นดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรอาจใช้เป็นเครื่องมือพยากรณ์พฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราการเปลี่ยนงาน สมาชิกที่มีความผูกพันต่อองค์กรมีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนานกว่าและเต็มใจที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

2. ความผูกพันต่อองค์กรพัฒนาขึ้นมาจากการศึกษาเรื่องความจงรักภักดี (Loyalty) ของสมาชิกที่มีต่อองค์กรซึ่งนักวิชาการทั้งทางด้านพฤติกรรมศาสตร์และทางด้านบริหาร ตลอดจนผู้บริหารในองค์กรได้ให้ความสนใจมานานเพราะต่างเห็นพ้องต้องกันว่าความจงรักภักดีของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้นเป็นคุณสมบัติที่ผู้บริหารต่างก็ปรารถนาให้เกิดขึ้นในองค์กร

3. การทำความเข้าใจในเรื่องความผูกพันต่อองค์กรช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจธรรมชาติของบุคคลทั่วไปมากขึ้นและเข้าใจถึงกระบวนการหรือขั้นตอนที่บุคคลสร้างความผูกพันหรือเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมย่อยๆ ซึ่งความเข้าใจในกระบวนการนี้จะช่วยให้เข้าใจในพฤติกรรมของบุคคลมากขึ้น

4. ประวัติความเป็นมาของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ (ธุรกิจข้าวและอาหาร) เครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ ข้าวและอาหารซึ่งนับเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญในการดำรงอยู่ของมนุษยชาติตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบัน และหากพูดถึงข้าวในสังคมไทยแล้ว ถือได้ว่าข้าวเป็นอาหารหลักและผูกพันกับชาวไทยมาช้านานทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งนอกเหนือจากความผูกพันดังกล่าวแล้ว ข้าวยังเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างการเจริญเติบโตทั้งต่อบุคคลและเศรษฐกิจของประเทศไทยอีกด้วย หรือเรียกได้ว่า “ข้าวคือชีวิต” ตามหลักปรัชญาของธุรกิจ จากมุมมองและวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจของผู้บริหาร ที่ไม่ได้มองเพียงเฉพาะความต้องการในตลาดประเทศไทยเท่านั้น แต่เพื่อให้สามารถรองรับกับความต้องการของตลาดโลกในอนาคต การดำเนินการของธุรกิจข้าวจึงไม่ได้จำกัดแต่เพียงข้าวสารบรรจุถุงภายใต้ตราสินค้าว่า “ตราฉัตร” ภายในประเทศ แต่ยังสามารถขยายฐานลูกค้าในการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ กว่า 120 ประเทศทั่วโลก ภายใต้ตราสินค้าว่า “Royal Umbrella” และเพื่อให้เกิดความครอบคลุม ความต่อเนื่อง และการต่อยอดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นกลุ่มธุรกิจฯ จึงได้ขยายขอบเขตทางการค้าไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจข้าว

ก่อตั้งขึ้นในปี 2522 โดยได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในการดำเนินกิจกรรมครอบคลุมการผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย การนำเข้าและส่งออกสินค้านานาชนิด โดยปัจจุบันจะมีโรงงานปรับปรุงคุณภาพข้าว 2 แห่ง คือ โรงงานข้าวนครหลวง และโรงงานข้าววังแดง สำหรับโรงงานข้าวนครหลวงนับได้ว่าเป็นโรงงานข้าวที่มีกำลังการผลิตสูงสุดและเทคโนโลยีที่ทันสมัยติดอันดับ 1 ของโลก นอกจากนี้ในส่วนของการผลิตจะมีโรงสีข้าวอีก 3 แห่ง ได้แก่ โรงสีข้าวบุรีรัมย์, โรงสีข้าวสุพรรณบุรี และโรงสีข้าวกำแพงเพชร ซึ่งคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุง “ตราฉัตร” หรือ “Royal Umbrella” ได้รับการยกย่องว่าเป็นข้าวที่ดีที่สุดในโลก จากการเข้าร่วมประกวดในงาน World Rice Conference ประจำปี 2009



โรงพยาบาลชลบุรี



โรงพยาบาลวิทย์



โรงพยาบาลสุรินทร์



โรงพยาบาลสุรนารี



โรงพยาบาลพัตนา

ในการจัดจำหน่ายภายในประเทศ เราได้จัดจำหน่ายผ่านร้านสาขาข้าวตราฉัตรทั้ง 19 สาขา, ร้าน RU Shop, ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางร้านอาหาร โรงแรม ภัตตาคาร (RU Professional) ในนาม บริษัทซี.พี.ฟู้ดส์ จำกัด และข้อมูลจากการสำรวจยอดขายจัดจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงในประเทศไทย “ตราฉัตร” นับได้ว่าเป็นสินค้าที่มียอดขายอันดับที่ 1 สำหรับการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ จะเป็นการจัดจำหน่ายภายใต้บริษัทซี.พี.อินเตอร์เทรด จำกัด โดยจะมีการจัดจำหน่ายแบ่งออกตามกลุ่มประเทศดังนี้ ประเทศในเขตแอฟริกาใต้และอาเซียน เขตแอฟริกา ตะวันตกและตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงกลางและยุโรปตะวันออก อเมริกาและแคนาดา เอเชียแปซิฟิกและหมู่เกาะ จีนและอินโดนีเซีย และเวียดนาม



ธุรกิจอาหาร บริการรวบรวมสินค้า

บริษัทจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดซื้อ (Buying Agent) เพื่อสรรหาสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าในต่างประเทศที่เป็นผู้นำเข้า (Importer), ผู้ขายส่ง (Wholesaler), ผู้กระจายสินค้า (Distributor) เพื่อกระจายหรือส่งต่อไปให้กับกลุ่มลูกค้าประเภทภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น สินค้าที่ส่งออกจะมีมากมายหลากหลาย มีทั้งประเภทอุปโภคและบริโภค ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ที่เป็นตราสินค้าของบริษัท (Royal Umbrella) หรืออาจเป็นผลิตภัณฑ์ตราสินค้าอื่นๆ โดยควบคุมดูแลตรวจสอบคุณภาพให้ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมไปถึง

ถึงการช่วยอำนวยความสะดวกด้านการดำเนินพิธีการส่งออกให้เป็นไปตามระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ หรือแบบ One Stop Shopping



ธุรกิจสินค้าเกษตร

บริษัทจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดซื้อสินค้าของลูกค้าในต่างประเทศ โดยจะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจสั่งซื้อ ดูแลตรวจเช็คคุณภาพสินค้าให้ตรงกับที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกด้านการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าปลายทางภายในระยะเวลาที่กำหนด สำหรับสินค้าหลักของธุรกิจจะเป็นผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง อาทิ แป้งมันสำปะหลัง, มันอัดเม็ด, มันเส้น เป็นต้น ซึ่งใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมสารให้ความหวาน อุตสาหกรรมกระดาษและกล่อง อุตสาหกรรมสิ่งทอ

คุณประสิทธิ์ ดำรงชิตานนท์ รองประธานกรรมการ กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และรองประธานกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร (ข้าวโพด) ได้ให้ความสำคัญในการนำวิสัยทัศน์ของท่านประธานไปสู่การปฏิบัติดังนี้

เรื่องที่ 1 การสร้างผู้นำ ในการดำเนินธุรกิจใดก็ตาม ทั้งภาคการผลิต การบริการ หรือกลุ่มสินค้าใดๆ รวมทั้งกลุ่มการค้าและกลุ่มพืช คนเป็นสิ่งแรกที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนธุรกิจ ความสามารถในหลายๆด้านของกลุ่มคนรวมกันเป็นขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร จึงสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาคนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการต่อยอดและขยายธุรกิจให้

ยั่งยืนต่อไป คนรุ่นหนึ่งก็สร้างโอกาสให้คนรุ่นต่อไปให้ผลักดันองค์กรให้ก้าวหน้าไปอย่างต่อเนื่อง คนจึงสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจของเรา ที่ต้องพร้อม ต้นตัว กระตือรือร้น ใฝ่เรียนรู้ มุ่งมั่นและมีความรับผิดชอบ ในการผลักดันธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เรื่องที่ 2 CP Excellence เป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้ทุกองค์กรอยู่ได้อย่างยั่งยืน เข้มแข็ง การปรับปรุงพัฒนาด้วยระบบคุณภาพที่เป็นสากลอย่างต่อเนื่องในทุกส่วนขององค์กร หล่อหลอมให้เป็นวัฒนธรรมของการถ่ายทอดแบ่งปันสืบทอดองค์ความรู้และความเป็นเลิศในมิติต่างๆ

เรื่องที่ 3 นวัตกรรม ท่านประธานได้เปรยให้เราฟังบ่อยครั้งว่า ท่านพึงพอใจในความสำเร็จทุกๆ เรื่อง เพียง 1 วัน เปรียบเสมือนการสื่อสารและบอกให้เราตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงที่จะมีขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งดีขึ้น เร็วขึ้นและประสิทธิภาพสูงขึ้น ถ้าเราหยุดนิ่งเพราะความพึงพอใจ เราจะเป็นผู้ถูกทอดทิ้งและสู้คู่แข่งไม่ได้ เราต้องไม่ประมาทว่ามีสิ่งที่ดีอยู่แล้ว การหยุดนิ่งของธุรกิจคือการสร้างสิ่งใหม่ที่ดีกว่า

เรื่องที่ 4 IT ประกอบด้วย Hardware และ Software ซึ่งเป็นสิ่งถูกพัฒนาต่อเนื่องมาโดยตลอดเวลาโดยการนำข้อมูลต่างๆ อย่างมากมายที่เป็นประโยชน์ มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในทุกด้าน ทั้งชีวิตประจำวัน ภาคการผลิต และบริการ รวมทั้งเพื่อการบริหารและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร จึงสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องติดตามคัดเลือกและพัฒนาระบบ IT ที่สอดคล้องเหมาะสม เพื่อสร้างขีดความสามารถในทุกด้าน IT เป็นเครื่องมือที่ทำให้ธุรกิจต่อยอดได้อย่างไร้ขีดจำกัดทั้งในเชิงปริมาณ ขอบเขตและประสิทธิภาพ รวมทั้งมีความแม่นยำและต้นทุนที่แน่นอน เช่น ธุรกิจฟาร์มขนาดใหญ่ (Mega Farm) การเปลี่ยนจากระบบการเพาะปลูกแบบดั้งเดิมซึ่งใช้แรงงาน มาเป็น การใช้เครื่องจักรในภาคการเกษตรทดแทนแรงงานคน และใช้ IT มาเสริม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ทำให้ก้าวข้ามข้อจำกัดด้านกายภาพและความชำนาญของคน ทำให้การเพาะปลูกพืชมีความแม่นยำ มีประสิทธิภาพสูง แต่ต้นทุนต่ำลง

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การันต์ กันธิยะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของบริษัทและความผูกพันของพนักงาน บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน และภาพลักษณ์ของบริษัททางด้านธุรกิจของบริษัท ด้านกิจกรรมการกุศลของบริษัท และด้านพนักงานของบริษัทมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานต่อบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง และภาพลักษณ์ด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานต่อบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับต่ำ ส่วนประเด็นปัญหาของบริษัทมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานต่อบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

ศศิธร ทิพโชติ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง จริยธรรมในองค์กร และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าพนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร และด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กรแตกต่างกัน จริยธรรมในองค์กร ด้านพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชา และด้านนโยบายของบริษัท มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทางบวก และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ทั้ง 3 ลักษณะ คือ ลักษณะสร้างสรรค์ ลักษณะตั้งรับ-เฉื่อยชา และลักษณะตั้งรับ-ก้าวร้าว มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ทั้ง 3 ด้าน

รวีวรรณ ลิ้มสวัสดิ์กุล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล พบว่าพยาบาลวิชาชีพที่มีอายุ สถานภาพสมรส และระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน โดยความคิดเห็นของพยาบาลวิชาชีพต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน เน้นบุคลากร เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมและเน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับความผูกพันต่อองค์กร และความคิดเห็นของพยาบาลวิชาชีพต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด เน้นการแข่งขันและเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ และเน้นความมั่นคง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความผูกพันต่อองค์กร

จุฑพร จุ้ยใจงาม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ กรณีศึกษาบริษัทบริหารคลังสินค้าข้ามชาติแห่งหนึ่ง พบว่า พนักงานของบริษัทที่มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การลักษณะสร้างสรรค์ตั้งรับ-เฉื่อยชา และตั้งรับ-ก้าวร้าว อยู่ในระดับดี และพนักงานมีความผูกพันต่อองค์การด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายค่านิยมขององค์การ ด้านความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อองค์การและด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์การ อยู่ในระดับสูง

ชัยวัฒน์ ลิ้มพุกทรัพย์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัทซอฟต์แวร์แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล สาขาประเทศไทย พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงาน ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อบริษัทซอฟต์แวร์แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล สาขาประเทศไทย ปัจจัยจุใจในการทำงาน ลักษณะของงาน ความก้าวหน้าในงาน และการได้รับการยอมรับนับถือ มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันโดยรวมของพนักงานในองค์กร และปัจจัยคำจูนในการทำงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และรูปแบบการบริหารงาน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันโดยรวมของพนักงานในองค์กร

สุชีรา เฉลิมพุดพิงศ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสังกัดสายงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยรวมของธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่แตกต่างกัน พนักงานสังกัดสายงานปรับโครงสร้างหนี้และบริหารทรัพย์สินมีความพึงพอใจมากกว่าพนักงานสังกัดสายงานทรัพยากรบุคคลและบรรษัทภิบาล สังกัดสายงานบริหารความเสี่ยง สังกัดสายงานปฏิบัติการ และสังกัดสายงานธุรกิจภาครัฐ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ ทั้งในด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านความกล้าตัดสินใจ อยู่ในระดับสูง

สรุป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2538: 41-42) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ในการตั้งแบบสอบถามส่วนที่ 1 เนื่องจากมีลักษณะทั่วไปตรงกับกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรผู้วิจัยใช้แนวคิดของ 롭บินส์ และเคลาร์ทเตอร์ (Robbins & Coulter. 2002: 58-59) เป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ซึ่งได้กล่าวไว้ว่าผลจากการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมองค์กรมีองค์ประกอบที่เน้นสาระสำคัญอยู่ 7 ด้านด้วยกัน ในแต่ละด้านจะบอกลักษณะในด้านนั้นตั้งแต่ระดับต่ำไปสูง การใช้องค์ประกอบที่สำคัญของวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 7 ด้านนี้ในการประเมินองค์กรจะทำให้เห็นภาพของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะแสดงถึงรูปแบบและบุคลิกลักษณะขององค์กรและวิถีที่สมาชิกในองค์กรถือปฏิบัติอยู่ ซึ่งลักษณะโครงสร้างของวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 7 ด้านนี้ ได้มีการใช้จัดการสำหรับบ่งบอกลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรในอุตสาหกรรมต่างๆ ตลอดจนองค์กรระหว่างประเทศในประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างกว้างขวาง ภายหลังโครงสร้างของวัฒนธรรมองค์กรได้มีการปรับปรุงสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินวัฒนธรรมองค์กรตามลักษณะดังกล่าวทั้ง 7 ด้าน โดยวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 7 ด้านมีลักษณะตรงกับวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยใหทราบถึงทัศนคติต่างๆที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรนำโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ผู้วิจัยสรุปได้ว่าใช้แนวคิด อเลนและเมเยอร์ (Allen; & Meyer) เป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ซึ่งเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยทำให้ทราบถึงความผูกพันในการทำงานของพนักงานที่มีต่อบริษัท ในแนวความคิดทางด้านทัศนคติ แนวความคิดทางด้านพฤติกรรม และแนวความคิดที่เกี่ยวกับความถูกต้องหรือบรรทัดฐานทางสังคม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำนวน 606 คน (สำนักทรัพยากรบุคคล 2557)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรจึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน (Yamane.1970 580-581) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยต้องการให้เกิดความผิดพลาดจากความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนี้

$$n = \frac{n}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (แทนค่าดังแสดงในสูตร)

$$n = \frac{606}{1+606(0.05)^2}$$

$$= 241 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 241 คน เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 10% เท่ากับ 24 คน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 265 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประชากรออกตามตำแหน่งงาน คือ ระดับพนักงาน ระดับผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า ระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า ระดับผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า และระดับผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการขึ้นไป เพื่อให้ประชากรที่มีตำแหน่งเดียวกันอยู่ในชั้นภูมิเดียวกัน โดยกำหนดสัดส่วนตามประชากรทั้งหมดในแต่ละชั้นภูมิ

สูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{จำนวนพนักงานที่สุ่มมา} = \frac{\text{จำนวนพนักงานที่ต้องการสุ่มทั้งหมด } X \text{ พนักงานทั้งหมดในกลุ่มที่สนใจ}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ตำแหน่งงาน	ประชากร (คน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
ระดับพนักงาน	365	160
ระดับผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า	132	58
ระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า	54	24
ระดับผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า	28	12
ระดับผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการขึ้นไป	27	11
รวมจำนวนพนักงาน	606	265

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามตามจำนวนสัดส่วนที่คำนวณได้ในขั้นตอนที่ 1

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response questions) แบบมี 2 คำตอบ (Dichotomous choice questions) และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice questions) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ ใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended response questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่ เพศหญิงและเพศชาย

ข้อที่ 2 อายุ ใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended response questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ข้อมูลจากฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลของบริษัท ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2558 ระบุว่า อายุต่ำสุดของพนักงานคือ 21 ปี และอายุสูงสุดของพนักงานคือ 64 ปี โดยกำหนดช่วงอายุในการคำนวณโดยมีเกณฑ์ในการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{64 - 21}{5} \\ &= 8\end{aligned}$$

โดยในงานวิจัยครั้งนี้จะปรับให้อายุมีช่วงห่างกันในแต่ละอันตรภาคชั้นอยู่ช่วงละ 8 ปี เพื่อความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

1. 21-28 ปี
2. 29-36 ปี
3. 37-44 ปี
4. 45-52 ปี
5. 53 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended response questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended response questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยกำหนดช่วงระยะเวลาในการปฏิบัติงานตามรายงานข้อมูลจากฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลของบริษัท ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2558 โดยการกำหนดช่วงระยะเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงาน คำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{39 - 0.5}{4} \\
 &= 9
 \end{aligned}$$

โดยในงานวิจัยครั้งนี้จะปรับให้ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงานมีช่วงห่างกันในแต่ละอันตรภาคชั้นอยู่ช่วงละ 9 ปี เพื่อความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงช่วงระยะเวลาในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี
2. 10-18 ปี
3. 19-27 ปี
4. 28 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 5 ตำแหน่งงาน ใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended response questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ดังนี้

1. ระดับพนักงาน
2. ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า
3. ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า
4. ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า
5. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และ วัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ซึ่งมีทั้งหมด 21 ข้อ ลักษณะคำถามจะเป็นแบบ

Likert Scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง	เท่ากับ 5	คะแนน
มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในระดับเห็นด้วย	เท่ากับ 4	คะแนน
มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในระดับไม่แน่ใจ	เท่ากับ 3	คะแนน
มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในระดับไม่เห็นด้วย	เท่ากับ 2	คะแนน
มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เท่ากับ 1	คะแนน

การแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งจากค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมองค์กรโดยใช้สูตร

$$\text{ค่าเริ่มต้นของเกณฑ์แต่ละช่วง} = \frac{\text{ขอบบนของอันตรภาคชั้น} + \text{ขอบล่างของอันตรภาคชั้น}}{2}$$

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	ระดับความเห็นด้วย
4.21 – 5.00	มีวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	มีวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับดี
2.61 – 3.40	มีวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับไม่ดี
1.00 – 1.80	มีวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้สึก จำนวน 4 ข้อ ด้านความต่อเนื่อง จำนวน 4 ข้อ และด้านบรรทัดฐานทางสังคม จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งหมด 12 ข้อ

แต่ละข้อคำถามมีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับเห็นด้วย ระดับไม่แน่ใจ ระดับไม่เห็นด้วย ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เกณฑ์การให้คะแนน ลักษณะของแบบสอบถามที่วัดระดับความผูกพันใช้แบบทดสอบ แบบประเมินค่า (Likert Scale) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง	เท่ากับ	5	คะแนน
ระดับเห็นด้วย	เท่ากับ	4	คะแนน
ระดับไม่แน่ใจ	เท่ากับ	3	คะแนน
ระดับไม่เห็นด้วย	เท่ากับ	2	คะแนน
ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งจากค่าเฉลี่ยปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ค่าเริ่มต้นของเกณฑ์แต่ละช่วง} = \frac{\text{ขอบบนของอันตรภาคชั้น} + \text{ขอบล่างของอันตรภาคชั้น}}{2}$$

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	ระดับความผูกพัน
4.21 – 5.00	มีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	มีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 วัฒนธรรมองค์กร

ส่วนที่ 3 ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์สารนิพนธ์ตรวจสอบ เสนอแนะ และแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ความถูกต้อง และขอคำแนะนำเพิ่มเติม หลังจากนั้นนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์อีกครั้งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งค่าแอลฟา (Alpha) ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นมาก จากการทดสอบแบบสอบถามพบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง 40 ชุด ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังนี้ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งชุดเท่ากับ 0.954 ซึ่งแบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.739
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.706
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.854
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.843
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขัน	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.762
และการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ	
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.726
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.851
และการยอมรับความเสี่ยง	

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่

ด้านทัศนคติ	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.832
ด้านพฤติกรรม	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.701
ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.803

จากการศึกษาของ Sekaran,Uma ปี ค.ศ.1992 กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าอย่างน้อย 0.60 ขึ้นไป จึงจะสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (ระพีพรรณ ถาวรวันชัย. 2546 : 55)

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงาน
2. นำแบบสอบถามจำนวน 265 ชุด พร้อมทั้งหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ไปมอบให้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกไว้ โดยผ่านทางรองกรรมการผู้จัดการอาวุโส และเก็บรวบรวมส่งคืนผู้วิจัย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมา ผู้วิจัยได้จัดทำและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบจำนวนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทุกฉบับและลงรหัส (Coding)
2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)
3. นำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานของพนักงาน จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 มาคิดเป็นร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency)

4. นำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มาคิดเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน ได้แก่ เพศ และตำแหน่งงาน โดยการทดสอบค่าที (t-test) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

6. ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรม และการยอมรับความเสี่ยง ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 การหาร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 101)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ของคะแนน
	n	แทน	ขนาดของประชากร

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2541: 56)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของประชากร

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2541: 87)

$$S = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา.2546)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \text{variance}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \text{variance}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1. ค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กรณีทราบความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน เพศ โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545: 135)

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($s_1^2 = s_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{s_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ $n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ i ; i = 1,2
	S_p	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2

กลุ่ม

$$S_p = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}}$$

n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i ; i = 1,2

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($s_1^2 \neq s_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ = df

$$df = \frac{(S_1^2/n_1 + S_2^2/n_2)^2}{\frac{(S_1^2/n_1)^2}{n_1 - 1} + \frac{(S_2^2/n_2)^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; i = 1,2
	S_i^2	แทน	ค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; i = 1,2
	n_i	แทน	ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i ; i = 1,2

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วาณิชยปัญญา.2546: 144)เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน มีสูตรดังนี้

ตารางแสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	k-1	SS_b	$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
ภายในกลุ่ม	n-k	SS_w	$MS_b = \frac{SS_w}{n-k}$	
รวม	n-1	SS_t		

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่ $df_b = k - 1$
 $df = n - k$
 เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
 MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 $MS_b = SS_b / (k - 1)$
 $MS_w = SS_w / (n - k)$
 SS_b แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม
 SS_w แทน ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม
 k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
dfb	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
dfw	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี (least Significant Difference) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 161) หรือ Dunnett T3 (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 332-333)

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 332-333) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel.1982: 153-155) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
	q_D	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
	$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment Correlation) ค่า Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆโดยใช้สถิติทดสอบค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541: 314) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยมีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	n	แทน	จำนวนคนหรือประชากร

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย

3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์.2544: 316)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ความหมาย

0.81 – 1.00 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

0.61 – 0.80 มีความสัมพันธ์ระดับสูง

0.41 – 0.60 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

0.21 – 0.40 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

0.01 – 0.20 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

0.00 ไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ซึ่งกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน โดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
หญิง	182	68.70
ชาย	83	31.30
รวม	265	100.00
2.อายุ		
21 - 28 ปี	64	24.10
29 – 36 ปี	116	43.80
37 – 44 ปี	49	18.50
45 – 52 ปี	26	9.80
53 ปีขึ้นไป	10	3.80
รวม	265	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	5.70
ปริญญาตรี	166	62.60
สูงกว่าปริญญาตรี	84	31.70
รวม	265	100.00
4.ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี	156	58.90
10 – 18 ปี	70	26.40
19 – 27 ปี	26	9.80
28 ปีขึ้นไป	13	4.90
รวม	265	100.00
5.ตำแหน่งงาน		
ระดับพนักงาน	97	36.60
ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า	70	26.40
ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า	51	19.30
ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า	31	11.70
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการขึ้นไป	16	6.00
รวม	265	100.00

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 265 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 68.70 และเพศชาย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 29 – 36 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมาคือ อายุ 21 – 28 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 อายุ 37 – 44 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อายุ 45 – 52 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อายุ 53 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 62.60 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 รองลงมาคือ 10 – 18 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 19 – 27 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และ 28 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ

ตำแหน่งงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งงานระดับพนักงาน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคือ ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

เนื่องจากตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน มีความถี่ในบางกลุ่มน้อยเกินไป จึงต้องปรับกลุ่มใหม่ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 2

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่จัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.อายุ		
21 - 28 ปี	64	24.20
29 - 36 ปี	116	43.80
37 - 44 ปี	49	18.40
45 ปีขึ้นไป	36	13.60
รวม	265	100.00
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี	181	68.30
สูงกว่าปริญญาตรี	84	31.70
รวม	265	100.00
4.ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี	156	58.90
10 - 18 ปี	70	26.40
19 ปีขึ้นไป	39	14.70
รวม	265	100.00
5.ตำแหน่งงาน		
ระดับพนักงาน	97	36.60
ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า	70	26.40
ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า	51	19.30
ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่าขึ้นไป	47	17.70
รวม	265	100.00

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่ปรับกลุ่มใหม่ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษาระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน ได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 29 – 36 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมาคือ อายุ 21 – 28 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 อายุ 37 – 44 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี/ปริญญาตรี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 รองลงมาคือ 10 – 18 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 และ 19 ปีขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ตามลำดับ

ตำแหน่งงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งงานระดับพนักงาน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคือ ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า ขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงาน เป็นทีม วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงาน
กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด			
1.องค์กรของท่านใส่ใจในรายละเอียดและความถูกต้อง ของงาน	4.27	0.658	ดีมาก
2.องค์กรของท่านเน้นใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้า เสมอ	4.33	0.617	ดีมาก
3.องค์กรของท่านเน้นขั้นตอนและกระบวนการผลิต สินค้า เพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้าได้ตรงตามความ ต้องการและรวดเร็วมากที่สุด	4.30	0.615	ดีมาก
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด	4.3006	0.50313	ดีมาก
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน			
4.ท่านเป็นคนที่ปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตาม วัตถุประสงค์ขององค์กรเสมอ	4.05	0.513	ดี
5.ท่านได้รับรางวัล เช่น การปรับเงินเดือนตามปริมาณ และคุณภาพของงานที่ท่านได้ปฏิบัติจริง	3.73	0.812	ดี
6.องค์กรของท่านมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ พนักงานสามารถแสดงผลงานได้อย่างเต็มที่	3.92	0.775	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน	3.9006	0.51307	ดี
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร			
7.องค์กรของท่านมีการคัดเลือก จัดสรร พนักงานให้ ตรงกับสายงานที่ปฏิบัติมากที่สุด	3.72	0.816	ดี
8.ท่านได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง จนสามารถ นำมาใช้ปฏิบัติงานในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ	3.81	0.752	ดี

ตาราง 4 (ต่อ)

วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
9.องค์กรของท่านมีการนำความแตกต่างของตัวบุคคลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด	3.57	0.824	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร	3.6969	0.66913	ดี
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม			
10.องค์กรของท่านจัดให้มีกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดการทำงานเป็นทีมอย่างสม่ำเสมอ	3.73	0.893	ดี
11.ทีมงานของท่านมีเป้าหมายชัดเจน และผู้ร่วมทีมมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย	3.97	0.776	ดี
12.ทุกคนในทีมงานของท่าน เข้าใจหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองอย่างชัดเจน	3.98	0.743	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม	3.8931	0.67224	ดี
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ			
13.ท่านมีความเข้าใจในทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรอย่างชัดเจน	3.86	0.719	ดี
14.องค์กรของท่านมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเพื่อมุ่งเน้นยอดขายและผลกำไรเป็นสำคัญ	3.94	0.783	ดี
15.องค์กรของท่านมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นผู้นำทางการตลาด	3.86	0.816	ดี
16.องค์กรของท่านมีการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมมุ่งเน้นเอาชนะคู่แข่ง	3.59	0.812	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ	3.8113	0.54683	ดี

ตาราง 4 (ต่อ)

วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง			
17.องค์กรของท่านมีการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงาน	3.65	0.946	ดี
18.ผลประโยชน์ขององค์กรมีผลต่อความมั่นคง	4.16	0.672	ดี
19.องค์กรของท่านมีสวัสดิการ เงินเดือน โบนัส ที่เพียงพอและเหมาะสม	3.66	0.944	ดี
20.องค์กรของท่านมีการจ้างงานแบบระยะยาวจนเกษียณอายุงาน	4.02	0.756	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง	3.8726	0.60348	ดี
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง			
21.องค์กรของท่านมีการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.01	0.691	ดี
22.องค์กรของท่านมีการจัดการบริหารความเสี่ยงในการลงทุนได้เป็นอย่างดี	3.69	0.794	ดี
23.องค์กรของท่านมีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตและการทำงาน	4.12	0.732	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง	3.9396	0.60348	ดี
รวมวัฒนธรรมองค์กร	3.9164	0.44803	ดี

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับดีมาก ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด ($\bar{X} = 4.30$) และมีความคิดเห็นระดับดี ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.93$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน ($\bar{X} = 3.90$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม ($\bar{X} = 3.89$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง ($\bar{X} = 3.87$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.81$) และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมาก ได้แก่ องค์กรของท่านเน้นใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้าเสมอ ($\bar{X} = 4.33$) องค์กรของท่านเน้นขั้นตอนและกระบวนการผลิตสินค้า เพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้าได้ตรงตามความต้องการและรวดเร็วมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) และองค์กรของท่านใส่ใจในรายละเอียดและความถูกต้องของงาน ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ท่านเป็นคนปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรเสมอ ($\bar{X} = 4.05$) องค์กรของท่านมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานสามารถแสดงผลงานได้อย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 3.92$) และท่านได้รับรางวัล เช่น การปรับเงินเดือนตามปริมาณและคุณภาพของงานที่ท่านได้ปฏิบัติจริง ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ท่านได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง จนสามารถนำมาใช้ปฏิบัติงานในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.81$) องค์กรของท่านมีการคัดเลือก จัดสรร พนักงานให้ตรงกับสายงานที่ปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 3.72$) และองค์กรของท่านมีการนำความแตกต่างของตัวบุคคลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ทุกคนในทีมงานของท่าน เข้าใจหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.98$) ทีมงานของท่านมีเป้าหมายชัดเจน และผู้ร่วมทีมมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.97$) และองค์กรของท่านจัดให้มีกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดการทำงานเป็นทีมอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ องค์กรของท่านมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเพื่อมุ่งเน้นยอดขายและผลกำไรเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 3.94$) ท่านมีความเข้าใจในทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.86$) องค์กรของท่านมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นผู้นำทางการตลาด ($\bar{X} = 3.86$) และองค์กรของท่านมีการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมมุ่งเน้นเอาชนะคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ผลประกอบการขององค์กรมีผลต่อความมั่นคง ($\bar{X} = 4.16$) องค์กรของท่านมีการจ้างงานแบบระยะยาวจนเกษียณอายุงาน ($\bar{X} = 4.02$) องค์กรของท่านมีสวัสดิการ เงินเดือน โบนัส ที่เพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X} = 3.66$) และองค์กรของท่านมีการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงาน ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยงโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ องค์กรของท่านมีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตและการทำงาน ($\bar{X} = 4.12$) องค์กรของท่านมีการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.01$) และองค์กรของท่านมีการจัดการบริหารความเสี่ยงในการลงทุนได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

การวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ได้ดังนี้

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความผูกพัน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านทัศนคติ			
1. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	4.19	0.670	มาก
2. ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะกล่าวถึงองค์กรของท่านให้กับบุคคลภายนอก	4.17	0.696	มาก
3. ท่านมีความรู้สึกยินดีและเต็มใจที่จะปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร	4.22	0.595	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกไม่พอใจเมื่อได้ยินใครกล่าวถึงองค์กรของท่านในทางลบ	4.08	0.789	มาก
รวมด้านทัศนคติ	4.166	0.55925	มาก
ด้านพฤติกรรม			
5. ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาทำงานในองค์กรของท่าน	3.93	0.859	มาก
6. ท่านมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร	3.98	0.633	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความผูกพัน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
7.ท่านนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาใช้ในการปรับปรุงการทำงาน	4.11	0.495	มาก
8.ท่านมีความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กรไปจนถึงเกษียณอายุงาน	3.63	0.996	มาก
รวมด้านพฤติกรรม	3.9151	0.58740	มาก
ด้านบรรทัดฐานทางสังคม			
9.องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นและมีความเข้าอกเข้าใจในความรู้สึกรักของพนักงาน	3.64	0.963	มาก
10.องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว	3.81	0.885	มาก
11.องค์กรของท่านมีการช่วยเหลือพนักงาน เช่น การให้ทุนการศึกษาบุตร	4.22	0.682	มากที่สุด
12.องค์กรของท่านมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอยู่เสมอ	4.28	0.632	มากที่สุด
รวมด้านบรรทัดฐานทางสังคม	3.9868	0.63202	มาก
รวมความผูกพันต่อองค์กร	4.0226	0.53812	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ด้านทัศนคติ ($\bar{X} = 4.16$) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ($\bar{X} = 3.98$) และด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านทัศนคติ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านมีความรู้สึกยินดีและเต็มใจที่จะปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร ($\bar{X} = 4.22$) และมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ($\bar{X} = 4.19$) ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะกล่าวถึงองค์กรของท่านให้กับบุคคลภายนอก ($\bar{X} = 4.17$) และท่านรู้สึกไม่พอใจเมื่อได้ยินใครกล่าวถึงองค์กรของท่านในทางลบ ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาใช้ในการปรับปรุงการทำงาน ($\bar{X} = 4.11$) ท่านมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร ($\bar{X} = 3.98$) ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาทำงานในองค์กรของท่าน ($\bar{X} = 3.93$) และท่านมีความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กรไปจนถึงเกษียณอายุงาน ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านบรรทัดฐานทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ องค์กรของท่านมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.28$) องค์กรของท่านมีการช่วยเหลือพนักงาน เช่น การให้ทุนการศึกษาบุตร ($\bar{X} = 4.22$) และมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว ($\bar{X} = 3.81$) และองค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นและมีความเข้าอกเข้าใจในความรู้สึกของพนักงาน ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) ดังนี้

ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรโดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกัน แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันจะใช้ค่า Equal variances not assumed สำหรับทดสอบความแตกต่างของตัวแปร (t-test) และกรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจะใช้ค่า Equal variances assumed สำหรับทดสอบความแตกต่างของตัวแปร (t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	Levene's test				t-test for Equality of Means			
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	t	df	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	หญิง	4.0128	0.49606	5.114*	0.025	-0.404	131.261	0.687
	ชาย	4.0442	0.62325					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 พบว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละเพศแตกต่างกัน จึงใช้ค่าสถิติ t-test กรณี Equal variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความแตกต่างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.687 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ดังนี้

ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรโดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกัน แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบความสัมพันธ์โดยสถิติทดสอบ Brown-Forsythe และกรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบความสัมพันธ์โดยสถิติ F-test ในตาราง ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยสถิติ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยสถิติ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	2.551	3	261	0.056

จากตาราง 7 พบว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มช่วงอายุทั้ง 4 กลุ่มมีความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยสถิติทดสอบ F-test ต่อไป

ตาราง 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ One Way ANOVA

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.796	3	2.599	9.879**	0.000
	ภายในกลุ่ม	68.652	261	0.263		
	รวม	76.447	264			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 8 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ดังนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบ Least Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อายุ	$\bar{X}$	21 - 28 ปี	29 - 36 ปี	37 - 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.8320	3.9626	4.1684	4.3565
21 - 28 ปี	3.8320	-	- 0.13061 (0.103)	- 0.33634** (0.001)	- 0.52445** (0.000)
29 - 36 ปี	3.9626	-	-	- 0.20572* (0.019)	- 0.39384** (0.000)
37 - 44 ปี	4.1684	-	-	-	- 0.18811 (0.096)
45 ปีขึ้นไป	4.3565	-	-	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่จำแนกตามอายุ ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า

พนักงานที่มีอายุ 21 - 28 ปี กับพนักงานที่มีอายุ 37 - 44 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานที่มีอายุ 21 - 28 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีอายุ 37 - 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานที่มีอายุ 21 - 28 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 37 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33634

พนักงานที่มีอายุ 21 – 28 ปี กับพนักงานที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานที่มีอายุ 21 – 28 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานที่มีอายุ 21 – 28 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52445

พนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี กับพนักงานที่มีอายุ 37 – 44 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า พนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีอายุ 37 – 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 37 – 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20572

พนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี กับพนักงานที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไปมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39384

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) ดังนี้

ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรโดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกัน แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันจะใช้ค่า Equal variances not assumed สำหรับทดสอบความแตกต่างของตัวแปร (t-test) และกรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจะใช้ค่า Equal variances assumed สำหรับทดสอบความแตกต่างของตัวแปร (t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	Levene's test					t-test for Equality of Means		
	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	t	df	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ							
	เท่ากับ	3.9986	0.53558	0.659	0.418	-1.067	263	0.287
	ปริญญาตรี							
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.0744	0.54315					

จากตาราง 10 พบว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.418 ซึ่งมากกว่าค่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละระดับการศึกษาแตกต่างกัน จึงใช้ค่าสถิติ t-test กรณี Equal variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความแตกต่างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.287 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ดังนี้

ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรโดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า กลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกัน แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่า กลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบความสัมพันธ์โดยสถิติทดสอบ Brown-Forsythe และกรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบความสัมพันธ์โดย

สถิติ F-test ในตาราง ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงข้อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยสถิติ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยสถิติ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	2.110	2	262	0.123

จากตาราง 11 พบว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.123 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มช่วงระยะเวลาในการปฏิบัติงานทั้ง 3 กลุ่มมีความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยสถิติทดสอบ F-test ต่อไป

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยใช้ One Way ANOVA

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กร โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.895	2	3.448	12.987**	0.000
	ภายในกลุ่ม	69.552	262	0.265		
	รวม	76.447	264			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ดังนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบ Least Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี	10 - 18 ปี	19 ปีขึ้นไป
		3.8878	4.2131	4.2201
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี	3.8878	-	- 0.32527** (0.000)	- 0.33226** (0.000)
10 - 18 ปี	4.2131	-	-	- 0.00699 (0.946)
19 ปีขึ้นไป	4.2201	-	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 ผลเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายค่าจำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า

พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี กับพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 10 -18 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 10 -18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 10 - 18 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32527

พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี กับพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 19 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 19 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 19 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33226

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ดังนี้

ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรโดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกัน แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบความสัมพันธ์โดยสถิติทดสอบ Brown-Forsythe และกรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบความสัมพันธ์โดยสถิติ F-test ในตาราง ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่ถ้าหากค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยสถิติ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรตามมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยสถิติ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตัวแปร	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	0.497	3	261	0.685

จากตาราง 14 พบว่า ผลการทดสอบความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.685 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มช่วงตำแหน่งงานทั้ง 4 กลุ่มมีความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยสถิติทดสอบ F-test ต่อไป

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน โดยใช้ One Way ANOVA

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความผูกพันต่อองค์กร โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.591	3	2.864	11.014**	0.000
	ภายในกลุ่ม	67.857	261	0.260		
	รวม	76.447	264			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ดังนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบ Least Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่าง

ประเทศ ประเภข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งงาน โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

ตำแหน่งงาน	$\bar{X}$	ระดับพนักงาน	ผู้จัดการแผนก หรือเทียบเท่า	ผู้จัดการฝ่าย หรือเทียบเท่า	ผู้จัดการทั่วไป ขึ้นไป
		3.8256	3.9952	4.1879	4.2908
ระดับพนักงาน	3.8256	-	- 0.16964* (0.035)	- 0.36231** (0.000)	- 0.46518** (0.000)
ผู้จัดการแผนก หรือเทียบเท่า	3.9952	-	-	- 0.19267* (0.041)	- 0.29554* (0.002)
ผู้จัดการฝ่าย หรือเทียบเท่า	4.1879	-	-	-	- 0.10287 (0.319)
ผู้จัดการทั่วไป ขึ้นไป	4.2908	-	-	-	-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรายคู่จำแนกตามตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า

พนักงานที่มีตำแหน่งงานระดับพนักงาน กับพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานระดับพนักงาน มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า อย่างมี

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขัน และการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

H_0 : วัฒนธรรมองค์กรไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

H_1 : วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

วัฒนธรรมองค์กร	ความผูกพันต่อองค์กร			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด	0.412**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
2.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน	0.583**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
3.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร	0.617**	0.000	สูง	เดียวกัน
4.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม	0.640**	0.000	สูง	เดียวกัน
5.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ	0.567**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
6.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง	0.756**	0.000	สูง	เดียวกัน
7.วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง	0.688**	0.000	สูง	เดียวกัน
รวม	0.806**	0.000	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า

ความผูกพันต่อวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวม

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.806 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง แยกพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.412 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

เท่ากับ 0.583 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.617 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.640 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.567 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.756 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยงกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.688 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง



ตาราง 18 แสดงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และวัฒนธรรมองค์กร กับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ใน เครือเจริญโภคภัณฑ์

ตัวแปร	ความผูกพันต่อองค์กร
1. ปัจจัยส่วนบุคคล	
เพศ	X
อายุ	✓
ระดับการศึกษา	X
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	✓
ตำแหน่งงาน	✓
2. วัฒนธรรมองค์กร	
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด	✓
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน	✓
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร	✓
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม	✓
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการ	✓
เอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ	
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง	✓
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการ	✓
ยอมรับความเสี่ยง	

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย
 เครื่องหมาย X หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาเป็นประโยชน์ในการกำหนดทิศทางของผู้บริหารใช้เป็นข้อมูลในการสร้าง วัฒนธรรมองค์กรให้มีความเข้มแข็งและมั่นคงแก่นบุคลากรในองค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพัน ต่อองค์กรและสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรต่อไป

สังเขปการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรโดยจำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่ เน้นการแข่งขันและเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรม และการยอมรับความเสี่ยง กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ทราบถึงการรับรู้ของพนักงานภายในองค์กรที่มีต่อ วัฒนธรรมองค์กร และใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพัฒนาองค์กรโดยการเสริมสร้างและรักษา วัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพใน การทำงาน และความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงาน ต่อองค์กร

สมมติฐานในการวิจัย

1. พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์แตกต่างกัน

2. วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 68.70 เพศชาย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 ส่วนใหญ่มีอายุ 29-36 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 62.60 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 ตำแหน่งงานระดับพนักงาน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมาก ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด ($\bar{X} = 4.30$) มีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.93$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน ($\bar{X} = 3.90$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม ($\bar{X} = 3.89$) วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง ($\bar{X} = 3.87$) วัฒนธรรม

องค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.81$) และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมาก ได้แก่ องค์กรของท่านเน้นใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้าเสมอ ($\bar{X} = 4.33$) องค์กรของท่านเน้นขั้นตอนและกระบวนการผลิตสินค้า เพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้าได้ตรงตามความต้องการและรวดเร็วมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) และองค์กรของท่านใส่ใจในรายละเอียดและความถูกต้องของงาน ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ท่านเป็นคนปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรเสมอ ($\bar{X} = 4.05$) องค์กรของท่านมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานสามารถแสดงผลงานได้อย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 3.92$) และท่านได้รับรางวัล เช่น การปรับเงินเดือนตามปริมาณและคุณภาพของงานที่ท่านได้ปฏิบัติจริง ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ท่านได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง จนสามารถนำมาใช้ปฏิบัติงานในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.81$) องค์กรของท่านมีการคัดเลือก จัดสรร พนักงานให้ตรงกับสายงานที่ปฏิบัติมากที่สุด ($\bar{X} = 3.72$) และองค์กรของท่านมีการนำความแตกต่างของตัวบุคคลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ทุกคนในทีมงานของท่าน เข้าใจหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.98$) ทีมงานของท่านมีเป้าหมายชัดเจน และผู้ร่วมทีมมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย ($\bar{X} = 3.97$) และองค์กรของท่านจัดให้มีกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดการทำงานเป็นทีมอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.73$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ องค์กรของท่านมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเพื่อมุ่งเน้นยอดขายและผลกำไรเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 3.94$) ท่านมีความเข้าใจในทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.86$) องค์กรของท่านมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นผู้นำทางการตลาด ($\bar{X} = 3.86$) และองค์กรของท่านมีการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมมุ่งเน้นเอาชนะคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ ผลประกอบการขององค์กรมีผลต่อความมั่นคง ($\bar{X} = 4.16$) องค์กรของท่านมีการจ้างงานแบบระยะยาวจนเกษียณอายุงาน ($\bar{X} = 4.02$) องค์กรของท่านมีสวัสดิการ เงินเดือน โบนัส ที่เพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X} = 3.66$) และองค์กรของท่านมีการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงาน ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยงโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี ได้แก่ องค์กรของท่านมีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตและการทำงาน ($\bar{X} = 4.12$) องค์กรของท่านมีการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.01$) และองค์กรของท่านมีการจัดการบริหารความเสี่ยงในการลงทุนได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ด้านทัศนคติ ($\bar{X} = 4.16$) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ($\bar{X} = 3.98$) และด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านทัศนคติ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านมีความรู้สึกยินดีและเต็มใจที่จะปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร ($\bar{X} = 4.22$) และมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ($\bar{X} = 4.19$) ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะกล่าวถึงองค์กรของท่านให้กับบุคคลภายนอก ($\bar{X} = 4.17$) และท่านรู้สึกไม่พอใจเมื่อได้ยินใครกล่าวถึงองค์กรของท่านในทางลบ ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาใช้ในการปรับปรุงการทำงาน ($\bar{X} = 4.11$) ท่านมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร ($\bar{X} = 3.98$) ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาทำงานในองค์กรของท่าน ($\bar{X} = 3.93$) และท่านมีความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กรไปจนถึงเกษียณอายุงาน ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านบรรทัดฐานทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ได้แก่ องค์กรของท่านมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.28$) องค์กรของท่านมีการช่วยเหลือพนักงาน เช่น การให้ทุนการศึกษาบุตร ($\bar{X} = 4.22$) และมีความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว ($\bar{X} = 3.81$) และองค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นและมีความเข้าอกเข้าใจในความรู้สึกของพนักงาน ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยแตกต่างกัน 4 คู่ ได้แก่

1. พนักงานที่มีอายุ 21 – 28 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 37 – 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
2. พนักงานที่มีอายุ 21 – 28 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
3. พนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 37 – 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. พนักงานที่มีอายุ 29 – 36 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1.3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่

1. พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 10 – 18 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 19 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1.5 พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยแตกต่างกัน 5 คู่ ได้แก่

1. พนักงานที่มีตำแหน่งงานระดับพนักงาน มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. พนักงานที่มีตำแหน่งงานระดับพนักงาน มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. พนักงานที่มีตำแหน่งงานระดับพนักงาน มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการทั่วไปขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. พนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. พนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า มีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการทั่วไปขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขัน และการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.806 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แยกพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.412 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.583 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.617 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.640 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.567 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.756 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง

วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.688 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงดีขึ้น จะมีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นในระดับสูง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ แตกต่างกัน

1. พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากวัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ในแต่ละด้านไม่มีการแบ่งแยกการปฏิบัติต่อพนักงานระหว่างเพศหญิงและเพศชาย จึงทำให้พนักงานทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชีรา เณลิมพุดพงศ์ (2556) ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

2. พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าพนักงานที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานกลุ่มนี้จะรู้ถึงค่านิยมหลักขององค์กร จึงมีความมุ่งมั่น ตั้งใจ และทุ่มเท ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งจะมีความปรารถนาที่จะดำรงไว้ซึ่งพนักงานขององค์กรตลอดอายุงาน จึงมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวิวรรณ ลิมาสวัสดิ์กุล (2551) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล พบว่า พยาบาลวิชาชีพที่มีอายุต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

3. พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์มีการจัดโครงสร้างองค์กร

ให้เหมาะสมกับระดับการศึกษาของพนักงานในแต่ละตำแหน่งงาน โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานจึงทำให้พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชีรา เฉลิมพุมพงค์ (2556) ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

4. พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 19 ปีขึ้นไป มีความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากการที่พนักงานมีระยะเวลาในการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร และรับรู้ค่านิยมขององค์กรมากขึ้น จึงทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร ทิพโชติ (2556) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมในองค์กร และการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

5. พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้จัดการทั่วไปขึ้นไปมีความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานตำแหน่งนี้มีภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการได้รับมอบหมายงานในการปฏิบัติงานสูงกว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานต่ำกว่า จึงต้องมีความเข้าใจ รับรู้ และปรับตัวให้เข้ากับค่านิยมหลักขององค์กรให้ได้มากที่สุด จึงส่งผลให้พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมพล พันธุ์เกษมสุข (2548) ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กร บุคลิกภาพ และการจูงใจ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท TRUE พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันจะทำให้เกิดความพึงพอใจโดยรวมในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมที่เน้นผลงาน วัฒนธรรมที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมที่เน้นการแข่งขัน และการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ วัฒนธรรมที่เน้นความมั่นคง และวัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์

1. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียดมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากองค์กรให้ความสำคัญในเรื่องรายละเอียดความถูกต้องของงาน เน้นให้พนักงานใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต จนกระทั่งสินค้าถึงมือลูกค้า ซึ่งทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า จนทำให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โอเรียลลี แชนแมน และแคลดเวล (O'Reilly, Chatman; & Caldwell.1991) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมที่เน้นรายละเอียด หมายถึง ระดับความคาดหวังที่มีต่อพนักงานในด้านการแสดงออกถึงความถูกต้อง แม่นยำ การวิเคราะห์ ตลอดจนการเอาใจใส่ในรายละเอียดของงาน

2. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากองค์กรให้ความสำคัญกับผลสำเร็จของงาน โดยมีการประเมินความสามารถและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในทุกๆปี โดยวัดผลการปฏิบัติงานเป็นหลัก เพื่อที่จะประเมินความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน และให้ผลตอบแทนแก่พนักงานประจำปี โดยดูจากความสามารถจากการปฏิบัติงานของปีนั้นๆ เพื่อที่จะกระตุ้น และส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาศักยภาพในการทำงานของตน เพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพินดา คิวานนท์. (2545: 32) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรว่า เปรียบเสมือนเป็นตัวคอยกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งในที่สุดแล้วองค์กรนั้นก็จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

3. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากองค์กรมีการคัดเลือก จัดสรร พนักงาน ให้ตรงกับความสามารถและตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีการส่งเสริมให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมใน ส่วนที่เกี่ยวข้อง มีการนำความแตกต่างของตัวบุคคลมาปรับปรุงใช้กับงานอย่างเหมาะสม เพื่อพัฒนา ศักยภาพของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามเป้าหมายของ องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเทอร์เรนซ์ ดีล และอัลเลน เคเนดี้ (สมยศ นาวิการ. 2546: 119-135; อ้างอิงจาก Terrence Deal ;& Allene Kennedy) ได้กล่าวว่า “การดำรงอยู่อย่างแท้จริง” ขององค์กร จะอยู่ “ภายในหัวใจและจิตใจของพนักงานของพวกเขา” วัฒนธรรมองค์กรจะหมายถึง การผสมผสาน ของค่านิยม เรื่องราว วีรบุรุษ และงานพิธี ที่มีความหมายอย่างมากต่อบุคคลที่ทำงานอยู่ภายในองค์กร

4. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีมมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันใน ระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากองค์กรมีการจัดกิจกรรมที่สนับสนุน ให้เกิดการทำงานเป็นทีมอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการวางแผนและมีเป้าหมายของทีมอย่างชัดเจน และผู้ ร่วมทีมมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย ทุกคนในทีมงานเข้าใจหน้าที่และความ รับผิดชอบของตนเองอย่างชัดเจน จึงนำไปสู่ความสำเร็จของทีมงานและองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ รวิวรรณ ลิมาศวงศ์กุล. (2551). พบว่า หากองค์กรมีการวางแผนการทำงานในลักษณะ เป็นทีม ให้พนักงานร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน ก็จะทำให้งานนั้นประสบผลสำเร็จอย่างมี ประสิทธิภาพ และหากองค์กรมีการแบ่งงานกันทำตามความสามารถของพนักงาน อย่างเหมาะสม ก็ จะส่งผลให้พนักงานมีความภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างประสบความสำเร็จ และเต็มใจที่จะทุ่มเทความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่เพื่อองค์กร และจะส่งผลให้พนักงานมีความ รักใคร่ กลมเกลียว ผูกพันกันมากขึ้น เนื่องจากมีเป้าหมายเดียวกันที่จะทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ

5. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากพนักงานมีความเข้าใจในทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรอย่างชัดเจน ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นผู้นำทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเอ็ดการ์ เอช. ไชน์ นักวิจัยทางการบริหาร (สมยศ นาวิการ. 2546: 119-135) ได้ชี้ให้เห็นว่า บริษัทที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมอาจจะกำหนดกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมาที่เหมาะสมบนพื้นฐานของการเงิน ผลผลิตหรือการตลาด แต่กลยุทธ์จะไม่ถูกดำเนินการเพราะว่ากลยุทธ์ต้องการ “สมมติฐาน ค่านิยม และวิธีการทำงานใหม่” ที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมองค์กรเดิม องค์กรสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และโครงสร้างของพวกเขาได้ แต่จะพบว่าพนักงานหันกลับไปสู่วิธีการดำเนินงานก่อนหน้านี้ของพวกเขาได้ ถ้าพวกเขาไม่ยอมเผชิญหน้ากับสมมติฐานรากฐานทางวัฒนธรรมของพวกเขา

6. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากองค์กรมีการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดความรู้สึกมั่นคงในหน้าที่การงาน มีสวัสดิการ เงินเดือน โบนัสที่เพียงพอและเหมาะสม และมีการจ้างงานแบบระยะยาวจนเกษียณอายุงาน จึงทำให้พนักงานรู้สึกมั่นคงในการทำงานกับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอัลเลนและเมเยอร์ (Allen and Meyer. 1990: 710 – 720) มีแนวคิดที่ว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต่อเนื่อง (Continuance commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการคิดคำนวณของบุคคลที่อยู่บนพื้นฐานของการลงทุนที่บุคคลให้กับองค์กร และผลตอบแทนที่บุคคลได้รับจากองค์กร โดยจะแสดงออกในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่องในการทำงานว่าจะทำงานอยู่กับองค์กรนั้นต่อไปหรือจะโยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน

7. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหารในเครือเจริญโภคภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมี

ความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นผลเนื่องมาจากองค์กรมีการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการจัดการบริหารความเสี่ยงในการลงทุนได้เป็นอย่างดี และมีการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตและการทำงาน ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมยศ นาวิการ. (2546: 124) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กรอาจสนับสนุนหรือขัดขวางการดำเนินกลยุทธ์ของบริษัทได้ เพราะว่าวัฒนธรรมจะสะท้อนอดีต การปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรจะต้องเกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม สิ่งที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์จะต้องตามมาด้วยการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน มิฉะนั้นแล้วกลยุทธ์จะล้มเหลว

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ควรจัดให้มีการฝึกอบรมกับพนักงานที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 19 ปีขึ้นไป และตำแหน่งงานผู้จัดการทั่วไปขึ้นไป เพื่อเพิ่มความรู้ ทักษะในการทำงาน และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้มีความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า อายุ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานของพนักงานกลุ่มนี้มีความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด

2. องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะต้องสร้างพนักงานให้มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรในระดับที่สูงมากยิ่งขึ้น ผู้บริหารจะต้องมีนโยบาย และวิธีการต่างๆที่จะสามารถสื่อสารและสร้างให้พนักงานเกิดการยอมรับ ความภาคภูมิใจและรู้สึกในการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรในทุกๆด้าน เนื่องจากข้อมูลด้านวัฒนธรรมองค์กรโดยรวมพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน มีการให้คำแนะนำและเป็นพี่ปรึกษาที่ดี มีมาตรฐานในการทำงานที่ชัดเจน ช่วยกันตรวจสอบ

ความถูกต้องและสมบูรณ์ของงาน เพื่อสามารถส่งมอบสินค้าได้ถูกต้องและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

2.2 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรให้ความสำคัญในการวัดผลความสำเร็จของงานทั้งจากผลลัพธ์ และวิธีการ อย่างเท่าๆกัน และให้ความสำคัญกับการวางแผนการปฏิบัติงานในทุกขั้นตอน เพื่อเป้าหมายที่ชัดเจนและเข้าใจตรงกัน

2.3 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรใส่ใจในผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อพนักงานในการปฏิบัติงาน และรับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกระดับ และนำไปพิจารณาตัดสินใจในการบริหาร เพื่อให้เกิดความยุติธรรมและสามารถมองเห็นแนวทางแก้ไขได้ครอบคลุมมากขึ้นในการตัดสินใจของการบริหารองค์กร

2.4 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรให้ความสำคัญและสนับสนุนทุกคนในทีมงานให้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงาน วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของงานอย่างชัดเจน โดยมีมาตรฐานที่แน่นอนและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร และเมื่อเกิดปัญหาก็ร่วมกันแก้ไขปัญหา พร้อมร่วมกันเสนอแนะ เพื่อเป็นทางเลือกในการแก้ปัญหา และนำไปแก้ไขงานนั้นๆให้บรรลุผลสำเร็จ

2.5 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรชักนำหรือกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน ช่วยกันหาข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันและคู่แข่ง และไม่ควรกำหนดเป้าหมายที่สูงเกินกว่าความเป็นไปได้มากเกินไป เพราะจะทำให้พนักงานเกิดความเครียด ท้อแท้ และหมดหวังได้

2.6 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง ผู้บริหารควรมีการวางแผนการปฏิบัติงาน โดยให้ความสำคัญกับการรักษาเสถียรภาพขององค์กร และสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานในเรื่องของสถานะภาพขององค์กร

2.7 ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรจัดให้มีการฝึกอบรมทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมใหม่ๆ รูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานแบบใหม่ในองค์กร กระตุ้นให้พนักงานยอมรับความเสี่ยงอันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน เช่น การโยกย้ายตำแหน่งงานและความรับผิดชอบ เป็นต้น และจัดให้อบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจและอารมณ์ เพื่อสามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

3. องค์การควรให้ความสำคัญต่อบัจจัยวัฒนธรรมองค์กรด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะ คู่แข่งทางธุรกิจ มากกว่าปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรด้านอื่นๆ กล่าวคือ องค์การควรให้ความสำคัญในรายละเอียดของงาน เน้นความถูกต้องแม่นยำ เน้นสินค้าที่มีคุณภาพภายใต้มาตรฐานที่กำหนด จัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะในการทำงานอยู่เสมอ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ และพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งถ้าปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรเหล่านี้อยู่ในระดับสูง ก็จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงขึ้นไปด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง คือ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง และ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ เฉพาะกลุ่มธุรกิจข้าวและอาหารเท่านั้น หากต้องการทราบถึงผลการวิจัยที่ครอบคลุมทั้งองค์กร ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยพนักงานกลุ่มอื่นๆด้วย เช่น กลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ กลุ่มธุรกิจกรุงเทพมหานครประมง หรือกลุ่มธุรกิจพืชครบวงจร(ข้าวโพด) เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับว่าจะให้ผลที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เนื่องจากมีลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร เช่น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน บรรยากาศในองค์กร ทัศนคติของพนักงาน พฤติกรรมการทำงาน การขาดงานและการลาออกจากการงาน เป็นต้น เพื่อจะได้้นำปัจจัยเหล่านั้นไปปรับปรุงให้สอดคล้องกับการทำงานอันจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ในเครือเจริญโภคภัณฑ์. (2557). ประวัติความเป็นมาบริษัท, จาก <http://cptgcrop.cptg.co.th/intranet/> และ <http://www.foodcpi.com>
- (2557?). การถ่ายทอดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ. เอกสารประกอบการอบรม. กรุงเทพฯ: เครือเจริญโภคภัณฑ์
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สำหรับการบริหารและการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล ฉบับปรับปรุงแก้ไข. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การ์นต์ กันธิยะ. (2544). ภาพลักษณ์ของบริษัทและความผูกพันของพนักงาน บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชนิษฐา ทองงาม. (2549). วัฒนธรรมองค์การด้านการบริหารที่มีผลต่อพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์.บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- จตุพร จุ้ยใจงาม. (2554). การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ กรณีศึกษา บริษัทบริหารคลังสินค้าข้ามชาติแห่งหนึ่ง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตการพิมพ์.
- ชัยวัฒน์ ลิ้มพุกทรัพย์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทซอฟต์แวร์แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล สาขาประเทศไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). หลักการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พรพรรณ ศรีใจวงศ์. (2541). ความผูกพันต่อองค์การของบรรณารักษ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

- รวีวรรณ ลิมาสวัสดิกุล. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การกับความผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล*. สารนิพนธ์.บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- วันทนา กอวัฒนสกุล. (2539). *การสร้างวัฒนธรรมองค์การขึ้นใหม่*. วารสารเพิ่มผลผลิต.
- ศศิธร ทิพโชติ. (2556). *จริยธรรมในองค์กร และการรับรู้วัฒนธรรมองค์การ ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์.บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ธีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- . (2548). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; สมชาย หิรัญกิตติ; และ ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์สตีลเนส เวิร์ด.
- สมยศ นาวิการ. (2546). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991.
- สุชีรา เฉลิมพุดผิงค์. (2556). *วัฒนธรรมองค์การที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่*. สารนิพนธ์.บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- สุพินดา คิวานนท์. (2545). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์*. วิทยานิพนธ์.วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุนทร วงศ์ไวยวรรณ. (2540). *วัฒนธรรมองค์การ:แนวคิด งานวิจัย และประสบการณ์*. กรุงเทพฯ: โฟร์เพช
- อดุลย์ จาตุรงค์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- . (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อนันต์ชัย คงจันทร์. (2529). *ความผูกพันต่อองค์กร*. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. ปีที่ 2529 (ฉบับที่ 9) : 34.
- . (2539). *ความผูกพันต่อองค์กร*. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 9: 34-39.
- Allen, N.J.; & J.P. Mayer. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*. 63: 1-18.
- Baron, R.A. (1986). *Behavior in Organization*. Boston: Allyn and Bacon.

- Greet, Hofstede. (1997). *Culture's Consequences International Difference in Work-Related Values*. Cross Cultural Research & Methodology series Vol.5; Sage Publications Ltd. London England.
- Mowday, R.; Richard M, Steers; & Lyman W. Porter. (1982). *Employee Organizational Linkage: the Psychology of Commitment, Absenteesim and Turnover*. New York: Academic Press.
- Porter; et al. (1974). Organizational Commitment. Job Satifation and Turnover Among Psychiatric Technician, *Journal of Applied Psychology*. 59(5): 603-309.
- Robbins, Stephen P; & Coulter, Mary. (2002). *Management*.USA: Prentice Hall.
- Sheldon, M.E. (1971, June). "Investment and Involment as Machanism Producing Commitment to the Organization. *Administrative Science Quarterly*. (16): 143.
- Steer, R.M. (1977). Antecedemt and Outcomes of Organizational Commitment. *Administrative Science Quartery*. 22: 46-58.



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง

เรื่อง วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประเภทธุรกิจข้าวและอาหาร ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

☐ หญิง

☐ ชาย

2. อายุ

☐ 21-28 ปี

☐ 29-36 ปี

☐ 37-44 ปี

☐ 45-52 ปี

☐ 53 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9 ปี

☐ 10-18 ปี

☐ 19-27 ปี

☐ 28 ปีขึ้นไป

5. ตำแหน่งงาน

☐ ระดับพนักงาน

☐ ผู้จัดการแผนกหรือเทียบเท่า

☐ ผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่า

☐ ผู้จัดการทั่วไปหรือเทียบเท่า

☐ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์กร

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อ	วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นรายละเอียด						
1	องค์กรของท่านใส่ใจในรายละเอียดและความถูกต้องของงาน					
2	องค์กรของท่านเน้นใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้าเสมอ					
3	องค์กรของท่านเน้นขั้นตอนและกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ และรวดเร็วมากที่สุด					
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผลงาน						
4	ท่านเป็นคนที่ปฏิบัติงานได้สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรเสมอ					
5	ท่านได้รับรางวัล เช่น การปรับเงินเดือน ตามปริมาณและคุณภาพของงานที่ท่านปฏิบัติได้จริง					
6	องค์กรของท่านมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานสามารถแสดงผลงานได้อย่างเต็มที่					

ข้อ	วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่เห็น แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบุคลากร						
7	องค์กรของท่านมีการคัดเลือก จัดสรร พนักงานให้ตรงกับสาย งานที่ปฏิบัติมากที่สุด					
8	ท่านได้รับการฝึกอบรมเพื่อ พัฒนาตนเอง จนสามารถ นำมาใช้ปฏิบัติงานในองค์กร อย่างสม่ำเสมอ					
9	องค์กรของท่านมีการนำความ แตกต่างของตัวบุคคล มาใช้ให้ เกิดประโยชน์ต่อองค์กรมาก ที่สุด					
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปฏิบัติงานเป็นทีม						
10	องค์กรของท่านจัดให้มีกิจกรรม ที่สนับสนุนให้เกิดการทำงาน เป็นทีมอย่างสม่ำเสมอ					
11	ทีมงานของท่านมีเป้าหมาย ชัดเจน และผู้ร่วมทีมมีความ ตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุ ตามเป้าหมาย					
12	ทุกคนในทีมงานของท่าน เข้าใจ หน้าที่และความรับผิดชอบของ ตนเองอย่างชัดเจน					

ข้อ	วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการแข่งขันและการเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ						
13	ท่านมีความเข้าใจในทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรอย่างชัดเจน					
14	องค์กรของท่านมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานเพื่อมุ่งเน้นยอดขายและผลกำไรเป็นสำคัญ					
15	องค์กรของท่านมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและเป็นผู้นำทางการตลาด					
16	องค์กรของท่านมีการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมมุ่งเน้นเอาชนะคู่แข่ง					
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง						
17	องค์กรของท่านมีการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดความรู้สึกมั่นคงในหน้าที่การงาน					
18	ผลประโยชน์ขององค์กรมีผลต่อความมั่นคง					
19	องค์กรของท่านมีสวัสดิการ เงินเดือนโบนัส ที่เพียงพอและเหมาะสมสำหรับชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน					
20	องค์กรของท่านมีการจ้างงานแบบระยะยาวจนเกษียณอายุงาน					

ข้อ	วัฒนธรรมองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง						
21	องค์กรของท่านมีการส่งเสริมการ สร้างนวัตกรรมและความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์					
22	องค์กรของท่านมีการจัดการ บริหารความเสี่ยงในการลงทุนได้ เป็นอย่างดี					
23	องค์กรของท่านมีการนำนวัตกรรม ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยใน กระบวนการผลิตและการทำงาน					

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงข้อเดียว และกรุณาตอบคำถามทุกข้อ

ข้อ	ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
ด้านทัศนคติ						
1	ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร					
2	ท่านมีความภาคภูมิใจที่จะกล่าวถึงองค์กรของท่านให้กับบุคคลภายนอก					
3	ท่านมีความรู้สึกยินดีและเต็มใจที่จะปฏิบัติตามนโยบายขององค์กร					
4	ท่านรู้สึกไม่พอใจเมื่อได้ยินใครกล่าวถึง					
ด้านพฤติกรรม						
5	ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาทำงานในองค์กรของท่าน					
6	ท่านมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร					
7	ท่านนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น					
8	ท่านมีความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กรไปจนถึงเกษียณอายุงาน					

ข้อ	ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง (1)
		ด้านบรรทัดฐานทางสังคม				
9	องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่น และมีความเข้าอกเข้าใจใน ความรู้สึกของพนักงาน					
10	องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับ คุณภาพชีวิตของพนักงานและ ครอบครัว					
11	องค์กรของท่านมีการช่วยเหลือ พนักงานเช่น การให้ทุนการศึกษา บุตร					
12	องค์กรของท่านมีการจัดกิจกรรม ช่วยเหลือสังคมอยู่เสมอ					



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ชื่อ ชื่อสกุล

ตำแหน่ง/สังกัด

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร | ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ |
| | อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ |
| 2. อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล | อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ |
| | คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวธัญญ์วาริน จันทรา
 วันเดือนปีเกิด 4 ตุลาคม 2529
 สถานที่เกิด จังหวัดพิษณุโลก
 ที่อยู่ปัจจุบัน 168 BB PLACE ประชาธาราภิรมย์บำเพ็ญ 6 แยก 8
 แขวง/เขต ห้วยขวาง กรุงเทพฯ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 บธ.บ (สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ)
 จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 พ.ศ. 2558 บธ.ม. (การจัดการ)
 จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ