

แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพัน
ต่อองค์กรของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร

Incentives as Mediator Linking Change Leaders to Organizational Engagement
of a Frozen Seafood Company in Samut Sakhon Province

¹มานะ รุ่งรัมย์ และ ²สุมาลี รามานุส

¹Mana Rungratsamee and ²Sumalee Ramanust

^{1,2}บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

^{1,2}Graduate School, Southeast Asia University

¹Corresponding Author. Email: S6241510023@sau.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อพนักงานของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร (2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือพนักงานของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 258 ตัวอย่าง โดยใช้แนวคิดของ Cattell & Horn (1978) หลังจากนั้นจึงสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ(Stratified Random Sampling) และวิธีสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ได้แก่ปัจจัยด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร ได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค 0.975, 0.993 และ 0.940 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม PLS Graph 3.0

ผลการศึกษา พบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเท่ากับ ($\bar{X}=3.97, S.D.= .821$) ความผูกพันต่อองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเท่ากับ ($\bar{X}=3.97, S.D.= .820$) และ แรงจูงใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเท่ากับ ($\bar{X}=3.95, S.D.=.756$) โดยส่วนผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : ผู้นำการเปลี่ยนแปลง; แรงจูงใจในการทำงาน; ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

Objective of this research was to (1) study the factors of change leaders, motivation and organizational engagement that influence employees of a frozen seafood company in Samut Sakhon Province and (2) study motivation as the mediator that connects the change leaders to corporate ties of a frozen

seafood company in Samut Sakhon Province. The sample used was an employee of a frozen seafood company in Samut Sakhon Province with 258 samples using the concept of Cattell & Horn (1978). Then, the Stratified Random Sampling and Simple Random Sampling methods are applied. This study is a quantitative research. The questionnaire tools consist of change leadership, motivation and organizational engagement factors. The research instruments were validated for quality for content validity by experts and the alpha coefficients of Cronbach each side were 0.975, 0.993 and 0.940, respectively. The research statistics consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation values as well as the structural equation model analysis (SEM) by using PLS Graph 3.0 program.

As results, it was found that the change leaders has the highest mean of 3.97 and the standard deviation of .821, followed by the commitment to the organization with the mean of 3.97 and the standard deviation of .820, and the incentives with the mean of 3.95 and the standard deviation of .756, respectively. The results of the analysis of the mediator showed that motivation influenced the linkage of change leaders to organizational engagement of a frozen seafood company in Samut Sakhon Province, significantly.

Keywords: Change Leaders; Motivation for Work; Corporate Commitment

บทนำ

ในปัจจุบันการแพร่ระบาดครั้งใหญ่ของไวรัสโคโรนาหรือโควิด2019 (Coronavirus 2019 หรือ COVID-19) ที่มีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูปของไทย เกิดการลือคาวาน์ของประเทศคู่ค้าหลายประเทศในโลก จึงส่งผลกระทบต่อตัวเลขการส่งออกอย่างมาก อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปี 2562-2564 มีแนวโน้มขยายตัวเพียง 1-2% ต่อปี เนื่องจากการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป (สัดส่วน 89% ของปริมาณการผลิต) เผชิญการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น ประกอบกับประเทศคู่ค้าหลักมีแนวโน้มที่จะผลิตเองและนำเข้าสินค้าจากประเทศในภูมิภาคเดียวกัน (Intra-region Trade) มากขึ้น ส่วนตลาดในประเทศ (สัดส่วน 11%) ยังคงได้แรงหนุนจากการบริโภคที่มีแนวโน้มขยายตัวตามชุมชนเมือง การเติบโตของร้านอาหารโดยเฉพาะประเภทธุรกิจฟาสต์ฟู้ด รวมถึงการเปลี่ยนแปลง Life Style ผู้บริโภคที่หันมาเน้นความสะดวกรวดเร็วในการประกอบอาหาร นอกเหนือจากความพร้อมด้านวัตถุดิบ วัสดุ ล้มลือชา (2564) เอเชียยังมีความได้เปรียบด้านแรงงาน ทั้งจำนวน ทักษะฝีมือในการตัดแต่งหรือแปรรูปสัตว์น้ำ และอัตราค่าจ้างที่อยู่ในระดับต่ำกว่าภูมิภาคอื่นๆ ปัจจัยข้างต้นหนุนให้เอเชียเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลแปรรูปอันดับ 1 ของโลก โดยมีมูลค่าส่งออกเกือบ 40% ของตลาดส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทั่วโลกที่มีประมาณ 1.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561 ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแช่เยือกแช่แข็งกระป๋อง ปูรสุกหรือปูรส หากพิจารณาศักยภาพการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปเป็นรายประเทศพบว่าจีนเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลก มีส่วนแบ่งตลาด 13.7% ตามด้วย นอร์เวย์ (7.6%) เวียดนาม (5.7%) อินเดีย (4.9%) และไทย (4.0%) ส่วนประเทศผู้นำเข้าอาหารทะเลแปรรูปกระจุกตัวในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

เนื่องจากอาหารทะเลเป็นเนื้อสัตว์ที่มีราคาสูงเมื่อเทียบกับเนื้อสัตว์ประเภทอื่น โดยประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ มีสัดส่วนการนำเข้า 16.3% ตามด้วย ญี่ปุ่น (10.5%) จีน (6.0%) สเปน (5.7%) และฝรั่งเศส (4.8%) Chaiwat Sowcharoensuk (2019)

บริษัทอาหารแช่แข็งและแปรรูปอาหารทะเลมีบทบาทและหน้าที่ในการผลิตและส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งให้กับประเทศต่างๆ และในประเทศ สำหรับการเป็นผู้นำองค์กรที่ดำเนินไม่ใช่เรื่องง่ายแต่จำเป็นต้องฝึกฝนและพัฒนาตนเองแบบการบริหารงานที่ดีตลอดเวลาอย่างที่ดีอยู่ตลอดเวลา มีความคิดริเริ่ม รู้จักการเข้าสังคม และนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้ในองค์กร ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างเหมาะสม ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องสามารถโน้มน้าวจิตใจของพนักงานให้เต็มใจ พร้อมทั้งสร้างความสามัคคี ความร่วมมือ ร่วมใจในหมู่คณะ ให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นต้องใช้กลยุทธ์หรือการวางแผนเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ สำหรับการเป็นผู้นำจะต้องสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานในองค์กร เช่น การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นหรือฝ่าฟันอุปสรรคในการทำงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงานโดยมีเป้าหมายร่วมกันเพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จ ความผูกพันของพนักงาน (Organizational Commitment) เป็นทัศนคติของพนักงานที่แสดงออกถึงความคิด ความรู้สึกการรับรู้และการเรียนรู้ของพนักงานที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์และความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีพฤติกรรมการตระหนักถึงความสำคัญและมีแรงบันดาลใจต่อบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานในเชิงพัฒนาและจะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งช่วยทำให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจและความร่วมมือซึ่งกันและกันเพื่อการสร้างสรรค์ ปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน โดยส่งผลต่อผลิตภาพและคุณภาพขององค์กร บุคลากรทุกส่วนในองค์กรมีบทบาทหน้าที่ในการสร้างพัฒนาและรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีซึ่งกันและกันเพื่อสร้างสรรค์ความผูกพันของพนักงานให้มีต่อองค์กร พนักงานทุกคนที่มีความพึงพอใจในการทำงานและความสุข

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา “แรงจูงใจในฐานะตัวแปรต้นที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร” โดยผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานซึ่งเชื่อมโยงกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างนโยบายกระตุ้นให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร โดยทำการศึกษาปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้พนักงานทุ่มเทความรู้ความสามารถที่มีอยู่เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งผลการวิจัยองค์กรสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงผู้นำและพนักงานในองค์กรให้มีความคิดริเริ่มในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ภายในองค์กรเพื่อบรรลุตามเป้าหมายขององค์กรและเพื่อรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

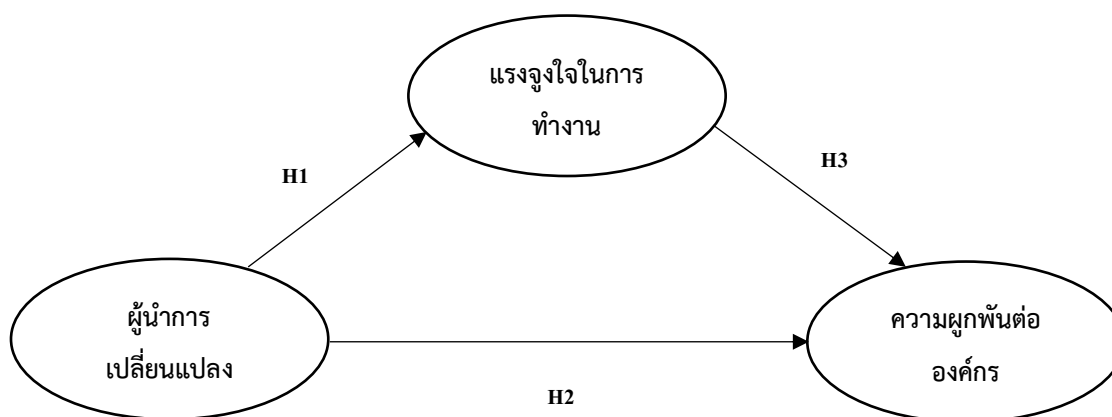
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจ ความผูกพันต่อองค์กร มีผลต่อพนักงานในบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ
- สมมติฐานที่ 2 ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
- สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร
- สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยที่มีขอบเขตและรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ จำนวน 1005 คน ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 19 มกราคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2-4 จะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าระดับดังนี้

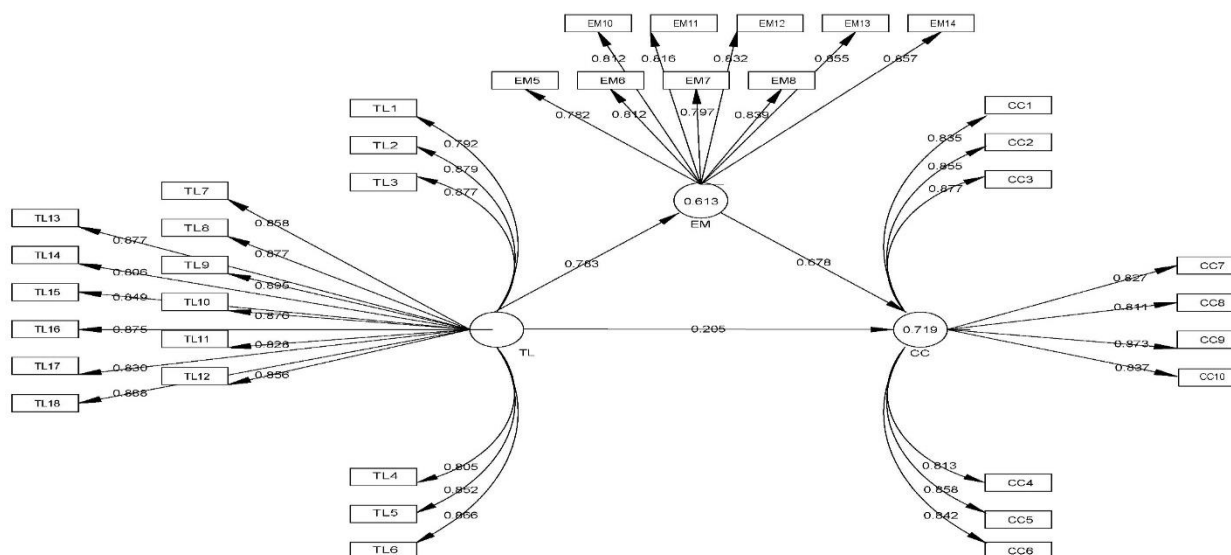
การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำมาลงข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและตัวแบบโครงสร้าง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติที่ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม PLS Graph 3.0

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.7) มีอายุ 25-35 (ร้อยละ 62.0) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 77.1) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 78.7) มีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี (ร้อยละ 57.0) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท (ร้อยละ 29.5)

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเท่ากับ ($\bar{X}=3.97, S.D.=.821$) ความผูกพันต่อองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเท่ากับ ($\bar{X}=3.97, S.D.=.820$) และ แรงจูงใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเท่ากับ ($\bar{X}=3.95, S.D.=.756$) ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอยอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เส้นทางความสัมพันธ์ของสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร

ตัวแปร (LV)	ค่าความ ผันแปร	อิทธิพล (EFFECT)	TL	EM
CC	0.719	DE	0.205**	0.678***
		IE	0.531	0.000
		TE	0.736	0.678
EM	0.613	DE	0.783***	0.000
		IE	0.000	0.000
		TE	0.783	0.000

หมายเหตุ: DE; Direct Effect, IE; Indirect Effect, TE; Total Effect, N/A; Not Applicable

* หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.10$ หรือ ค่า $t \geq 1.65$

** หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.05$ หรือ ค่า $t \geq 1.96$

*** หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.01$ หรือ ค่า $t \geq 2.58$

ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรง (DE=0.783) ต่อแรงจูงใจในการทำงาน ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรง (DE=0.205)ต่อความผูกพันต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรง (DE=0.678)

ต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อม ($IE=0.531$)ต่อความผูกพันต่อองค์กรส่วน ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรของ บริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการ เปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรของบริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทางมีความแตกต่างกันได้ดังตาราง 2

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่าผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจและผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนแรงจูงใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันต่อองค์กร

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลคั่นกลางซึ่งเป็นตัวแปรที่เข้ามาเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยที่มีตัวแปรคั่นกลางที่จะนำมาอธิบายอิทธิพลทางอ้อม ซึ่งผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมจะปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Coef.)	ค่า t-test	ผลลัพธ์
H1	ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ	0.783***	21.388	สนับสนุน
H2	ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	0.205***	3.480	สนับสนุน
H3	แรงจูงใจส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร	0.678***	11.875	สนับสนุน
หมายเหตุ:	* หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.10$ หรือ ค่า $t \geq 1.65$			
	** หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.05$ หรือ ค่า $t \geq 1.96$			
	*** หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.01$ หรือ ค่า $t \geq 2.58$			

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบอหิทธิพลคั่นกลาง

สมมติฐานการวิจัย (Hypothesis)	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
H4 แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กร (TL → EM → CC)	.5793	.0616	.4567	.7016

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับความผูกพันต่อองค์กรโดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) และขอบเขตบน (Boot ULCL) ที่ช่วงของความเชื่อมั่นไม่คลุม 0 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่างเท่ากับ 0.4567 และขอบเขตบนเท่ากับ 0.7016

อภิปรายผลการวิจัย

การการวิจัยอหิทธิพลของแรงจูงใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ความผูกพันต่อองค์กร บริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร โดยจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่าง ๆ ได้เป็น 3 ปัจจัย คือ (1) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (2) แรงจูงใจในการทำงาน (3) ความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยของผู้นำการเปลี่ยนแปลง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง (TL) มีอหิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน (EM) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอหิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจากผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มผลการปฏิบัติงานและมีการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผู้นำที่ดี มีความเป็นกลางตัดสินผลการปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาธินี สมานันตกุล (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารของหัวหน้าที่ส่งผลต่อความเหนียวแน่นภายในกลุ่มของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจ ประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารของหัวหน้าและความเหนียวแน่นภายในกลุ่มอยู่ในระดับสูง 2) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจ และประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารของหัวหน้าสามารถรวมกันพยากรณ์ความเหนียวแน่นภายในกลุ่มและนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ กัญจน์ณัฐ คงวิโรจน์ (2558) แบบของผู้นำ พฤติกรรมของผู้นำ และแรงจูงใจของพนักงาน ปฏิบัติการ มีอหิทธิพลต่อประสิทธิผลในการทำงานของธนาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบของผู้นำพฤติกรรมของผู้นำ และแรงจูงใจ

ของพนักงาน ปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการทำงานของธนาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากผลการวิจัยพบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้ทำการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับองค์กรและพนักงาน และสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และผู้นำมีความยุติธรรม ซื่อสัตย์ ในการตัดสินใจผลการปฏิบัติงานทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมา เจริญพรพรหม (2558) ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีอำนาจในการทำนายความผูกพันต่อองค์กรได้มากที่สุดคือ ร้อยละ 22.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นถึงการที่หัวหน้างานมีการสื่อสารกับลูกน้องโดยทำให้ลูกน้อง รับรู้ว่าจะงานที่พวกเขาทำมีความหมาย และสำคัญอย่างไร การที่รับรู้ว่าคุณภาพมีความสามารถที่จะ ทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จมีอำนาจในการตัดสินใจ แก้ปัญหา และเลือกวิธีการทำงานได้ด้วย ตัวเอง ส่งผลถึงความผูกพันในงานที่ตนรับผิดชอบ เกิดความภูมิใจที่ได้รับเลือกเป็นผู้ปฏิบัติงานหลักที่มีคุณค่าและท้าทาย รู้สึกว่าตนมีความผูกพันกับงานที่ทำมาก รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งในการประสบความสำเร็จขององค์กร พร้อมทั้งจะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการปฏิบัติงานต่อไปและเติบโตขึ้นไปองค์การ

ปัจจัยของแรงจูงใจในการทำงาน

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงานคือสิ่งที่พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งต่างๆภายในองค์กร มีความรู้สึกภาคภูมิใจในการทำงาน และเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญพร สุวรรณคาม (2559) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า แรงจูงใจในการทำงานโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยของความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวแปรแฝงอันดับที่ 1 โดยมีค่า R^2 ของปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.719 ซึ่งแสดงว่า การกำหนดค่าตัวแปรแฝงอันดับที่ 1 ของปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร จากผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการกำหนดที่ถูกต้อง พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงอันดับที่ 1 มีค่าระหว่าง 0.811-0.877

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการศึกษาข้อมูลของตัวชี้วัดของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลง เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลง พบว่า การที่ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่างๆเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาองค์กรและพนักงานทำให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

2) จากผลการศึกษาข้อมูลของตัวชี้วัดของแรงจูงใจในการทำงานเมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของแรงจูงใจในการทำงานพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานจะขึ้นอยู่กับสิ่งตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ รวมถึงสิ่งแวดล้อมและผู้นำในองค์กร

3) จากผลการศึกษาข้อมูลของตัวชี้วัดของความผูกพันต่อองค์กร เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรจะขึ้นอยู่กับผู้นำที่มีคุณธรรมและการสร้างแรงจูงใจ ความสำเร็จในงาน ความภาคภูมิใจ ทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาตัวแปรต่างๆที่อาจจะส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรเพื่อที่จะได้เกิดประโยชน์แก่บริษัทอาหารทะเลแช่แข็งแห่งหนึ่งในจังหวัด สมุทรสาคร

2) การวิจัยครั้งต่อไปควรนำไปศึกษาอุตสาหกรรมอื่นๆเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มความผูกพันต่อองค์กรในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญจน์ณัฐ คงวิโรจน์. (2558). *แบบของผู้ผู้นำ พฤติกรรมของผู้ผู้นำ แรงจูงใจของพนักงานปฏิบัติการที่มีประสิทธิผลในการทำงานของธนาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ* มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธัญพร สุวรรณคม. (2559). *ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา* อุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัทมา เจริญพรพรหม. (2558). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันในงาน และความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาพนักงานกลุ่มบริษัทผู้ผลิตสินค้าบริโภคข้ามชาติแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพฯ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปศาสตร์* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วาจิณี สมานันตกุล. (2555). *ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจ ประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารของหัวหน้าที่ส่งผลต่อความเหนียวแน่นภายในกลุ่มของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิศิษฐ์ ลิ้มลือชา. (2564). *ภายใต้สถานการณ์ทั่วโลกยังต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 การฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กลับมาเป็นปกติ แต่ทำอย่างไรจะทำให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยยังคงเติบโต และมียอดคำสั่งซื้อเข้ามาต่อเนื่อง*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2564, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-669444>.
- Cattell, R. B., & Horn, J. L. (1978). A check on the theory of fluid and crystallized intelligence with description of new subtest designs. *Journal of Educational Measurement*, 15(3), 139-164.
- Chaiwat Sowcharoensuk. (2019). *Business Outlook 2019-2021*. Processed Seafood Industry <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Processed-Seafood/IO/io-froccessed-seafood-20-th>.