

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับที่ 6 ของไทยในปี 2549 โดยมีสัดส่วนร้อยละ 2.81 ของมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น หรือมูลค่า 3,644.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2550: ออนไลน์) และในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี 2550 ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น การประกาศตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ของสำนักผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) ต่อสินค้าเครื่องประดับอัญมณีที่ทำจากทองของผู้ส่งออกไทย โดยจะต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตรา 5.5% (สหรัฐตัดสิทธิจีเอสพีไทย 3 รายการ..., 2550: ออนไลน์) ปัจจัยเรื่องค่าเงินบาทแข็งตัวเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2550 เป็น 36.23 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ กลับแข็งค่าขึ้นเป็น 33.38 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในวันที่ 13 กรกฎาคม 2550 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2550: ออนไลน์) หรือแข็งค่าขึ้น 7.87 %

ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของผู้ส่งออกอัญมณีไทย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาวิธีที่ผู้ประกอบการในธุรกิจจะต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตด้วยการเน้นการบริหารทรัพยากรการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยการผลิตที่สามารถควบคุมได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเนื่องจากธรรมชาติของสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีเป็นสินค้าที่แสดงถึงความสวยงามจากทองคำและ/หรือโลหะมีค่าอื่นๆ ประดับด้วยอัญมณีชนิดต่างๆ การผลิตสินค้าสำเร็จรูปจึงไม่สามารถผลิตจากเครื่องจักรอย่างสมบูรณ์ได้ จำเป็นต้องอาศัยฝีมือแรงงานในการผลิตสินค้า เพื่อให้เกิดความสวยงามอ่อนช้อยของชิ้นงาน ทำให้ปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่สุดคือแรงงาน ดังนั้นการที่จะสร้างให้พนักงานฝ่ายผลิตซึ่งเป็นผู้ใช้แรงงานในการผลิตสินค้าเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร และมีจุดมุ่งหมายร่วมกันกับเป้าหมายขององค์กรจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง โดยการที่จะสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับพนักงานนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรให้เกิดขึ้น เพราะความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร หมายถึง การที่พนักงานมีความเอาใจใส่ และกระตือรือร้นกับงานที่ตนเองได้รับมอบหมายโดยมุ่งหวังให้ได้รับผลตอบแทนจากการปฏิบัติงานจากองค์กรนั้นๆ เพิ่มมากขึ้น (Wikipedia, 2007: Online) โดยเป็นอารมณ์ร่วมที่พนักงานรู้สึกต่อองค์กรที่ตนเองทำงานอยู่ และมีอิทธิพลต่อความทุ่มเทในงานที่เขาได้รับมอบหมาย (Soldati,

2007: Online) ทั้งนี้การที่องค์กรจะทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรได้นั้น ผู้บริหารจะต้องมองทรัพยากรมนุษย์ให้แตกต่างจากทรัพยากรในด้านอื่นๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์คือความได้เปรียบทางการแข่งขัน(Competitive Advantage)ในอนาคต ตามคำอธิบายของ Rutledge Tim (2005: 3)

บริษัท ซี.อาร์.พี.จีเวลรี่(เชียงใหม่) จำกัด เป็นผู้ผลิตและส่งออกอัญมณีรายใหญ่ของไทย ตั้งอยู่เลขที่ 99-99/1 หมู่ 12 ตำบลป่าแดด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล (BOI) โดยมีขั้นตอนการผลิตหลัก 5 ขั้นตอน คือ งานหล่อ งานแต่ง งานขัด งานฝัง และงานชุบ โดยทุกๆ ขั้นตอนจะใช้ฝีมือแรงงานจากช่างฝีมือเฉพาะด้าน เช่น ช่างหล่อ ช่างแต่ง ช่างขัด เป็นต้น จากพนักงานทั้งสิ้น 166 คน แบ่งเป็นพนักงานในฝ่ายผลิต (ระดับปฏิบัติการ) 115 คน หัวหน้าแผนก (ฝ่ายผลิต) 22 คน พนักงานฝ่ายสำนักงาน 10 คน หัวหน้าแผนก (ฝ่ายสำนักงาน) 14 คน และผู้จัดการฝ่าย 5 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่าพนักงานร้อยละ 69.3 เป็นพนักงานในฝ่ายผลิต ที่ต้องใช้ทักษะความสามารถเฉพาะในการทำงาน โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาและรักษาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนและผลักดันให้องค์กรสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริษัทฯ เพื่อตอบคำถามที่ว่าในปัจจุบันพนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรมากน้อยเพียงใด และมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรในด้านใดบ้าง เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนในการพัฒนาบุคลากรของบริษัทและเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเอง เพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีไทยเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้กับต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ซี.อาร์.พี.จีเวลรี่ (เชียงใหม่) จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรบริษัทซี.อาร์.พี.จีเวลรี่ (เชียงใหม่) จำกัด
2. สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทฯ เพื่อให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. เป็นแนวทางของผู้บริหารที่ประกอบธุรกิจอัญมณี ในการพิจารณาข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปประยุกต์ใช้เพื่อบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจของตนให้ดียิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความเชื่อมั่น ความเต็มใจ และความปรารถนาของพนักงานในการยอมรับ ทูมเทให้กับการทำงานและองค์กร โดยวัดการรับรู้ของพนักงานผ่านความคิดเห็นในปัจจัย 4 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านองค์กร 2. ด้านงาน 3. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และ 4. ด้านภาวะผู้นำ

พนักงาน หมายถึง พนักงานทั้งหมดที่ปฏิบัติงานที่บริษัท ซี.อาร์.พี. จิลเวลรี่ (เชียงใหม่) จำกัด ประกอบด้วย พนักงานทุกระดับหน้าที่ จำนวนทั้งสิ้น 166 คน แบ่งเป็น พนักงานในฝ่ายผลิต (ระดับปฏิบัติการ) 115 คน หัวหน้าแผนก (ฝ่ายผลิต) 22 คน พนักงานฝ่ายสำนักงาน 10 คน หัวหน้าแผนก (ฝ่ายสำนักงาน) 14 คน และผู้จัดการฝ่าย 5 คน ณ วันที่ 20 มีนาคม 2551

องค์กร หมายถึง บริษัท ซี.อาร์.พี.จิลเวลรี่(เชียงใหม่) จำกัด