

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความผูกพันพนักงานกลุ่มแผนงานจังหวัดลำพูน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสาร รายงานวิจัย รวมทั้งรวบรวมแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาแสดงไว้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

2.1.1.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย คำจำกัดความของความผูกพันต่อองค์กรว่าเหมือนเป็นการให้คำมั่นสัญญาต่อองค์กรหรือเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของคนในองค์กร (Robinson et al., 2004) ซึ่งบ่อยครั้งที่ถูกให้คำจำกัดความว่าเป็นเหมือนกับการผูกมัดทางจิตใจและสติปัญญาที่มีต่อองค์กร (Baumruk, 2004; Richman, 2006; Shaw, 2005) หรือการคำนึงถึงจำนวนของงานและความพยายามต่องานที่แตกต่างกันของพนักงาน (Frank et al., 2004)

William A. Kahn (1990) ได้ให้คำจำกัดความของความผูกพันของพนักงานว่าเป็นความพยายามของสมาชิกในองค์กรที่มีต่องานและองค์การการแสดงออกทางจิตวิทยาเมื่ออยู่ในตำแหน่งและกำลังแสดงบทบาทในองค์กรอยู่ ซึ่งความผูกพันจะแสดงออกมาทางด้านพฤติกรรม การนึกคิด และทางความรู้สึก และยิ่งกล่าวอีกว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นเรื่องเกี่ยวกับประสบการณ์ในการทำงานนั้นๆ ที่จะหล่อหลอมจิตใจของคนที่แสดงออกมาระหว่างที่ทำงาน โดยความผูกพันของพนักงานนั้นเป็นโครงสร้างที่มีหลายมิติซึ่งอาจจะเป็นมิติด้านความรู้สึกผูกพันของพนักงาน มิติด้านการเรียนรู้ การคิดหรือความผูกพันที่แสดงออกมาในมิติทางด้านกายภาพ ซึ่งพนักงานสามารถที่จะเกิดความผูกพันในมิติใดก็ได้ โดย Kahn (1990) ได้กล่าวว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นความพยายามของสมาชิกในองค์กรที่มีต่องานและองค์การ ซึ่งความผูกพัน พนักงานจะแสดงออกมาทางด้านพฤติกรรม การนึกคิดและทางความรู้สึก

Nancy P. Rothbard (2001) ให้คำความหมายของความผูกพันว่าเป็นการนำเสนอทางจิตวิทยาที่เป็นการแสดงออกโดยเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ ความตั้งใจทำงาน (Attention) ที่มีความสามารถในการใช้ความคิด และใช้เวลาส่วนใหญ่ในการปฏิบัติงาน และการให้เวลากับงาน (Absorption) คือการทุ่มเทเวลาทั้งหมดในการทำงานและมีความมุ่งมั่นในบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างแรงกล้า

Wilmar B. Schaufeli (2002 :74) ให้ความหมาย ความผูกพันเป็นเหมือนความคิดในเชิงบวก ความมุ่งมั่น ภาวะของจิตใจที่สัมพันธ์กับงานซึ่งถูกกำหนดลักษณะ 3 ประการ โดยความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่แสดงออกถึงความเปี่ยมไปด้วยพลัง เต็มใจที่จะทุ่มเทแรงใจ พลังงานในการทำงาน และมีความสามารถในการปรับสภาวะจิตใจในขณะที่ปฏิบัติงาน แม้ในขณะที่เกิดปัญหา
- 2) การอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน (Dedication) เป็นการอุทิศทุ่มเทในการทำงาน โดยรับรู้ความสำคัญของงาน เป็นการทำงานหนักเป็นระยะเวลานาน มีความกระตือรือร้นในการหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาองค์กร มีความภาคภูมิใจและมีความรู้สึกท้าทาย
- 3) การให้เวลากับงาน (Absorption) หมายถึงบุคลิกลักษณะของคนที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความตั้งใจมุ่งมั่น มีสมาธิจดจ่อในการทำงานและมีความสุขในการทำงาน ไม่ได้คำนึงถึงระยะในการทำงานว่าเวลาจะผ่านไปนานขนาดไหน

Richard M. Steers and Lyman W. Porter (1991) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความหมายใน 3 ลักษณะ คือ

- 1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร เป็นลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อด้านทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร มีความผูกพันอย่างแท้จริงต่อค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กรซึ่งเป็นเป้าหมายของตนด้วย มีความเชื่อว่าองค์กรนี้ เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วย ภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
- 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร เป็นลักษณะที่บุคลากรเต็มใจที่จะเสียสละอุทิศตน พยายามทำงานเต็มความสามารถ เพื่อให้้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมาย เกิดผลประโยชน์ต่อองค์กร และมีความหวังใจต่อความเป็นไปขององค์กร
- 3) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เป็นลักษณะที่บุคลากรแสดงความต้องการ และตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ตลอดไป มีความจงรักภักดีต่อองค์กร มีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์กร และพร้อมที่จะบอกกับคน

อื่นว่า ตนเป็นสมาชิกขององค์กร รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สนับสนุนและสร้างสรรค์องค์การให้ดียิ่งขึ้น

Burke Inc. (2003) บริษัท ที่ปรึกษาทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ กล่าวว่า พนักงานที่มีความผูกพันจะต้องการทำงานอยู่กับองค์กรนั้น ๆ และเสียสละเพื่อองค์กร สร้างผลผลิตและให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงช่วยเหลือองค์กรให้ประสบความสำเร็จโดยความผูกพันของพนักงานนี้จะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer loyalty) และก่อให้เกิดผลประโยชน์ (Profitability) ต่อองค์กร

Richard M. Steers (1977) กล่าวว่า ความผูกพันขององค์กร หมายถึง ความรู้สึกของสมาชิกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อบำเหน็จภารกิจขององค์กร โดยผู้ปฏิบัติงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะแสดงออกโดย

- 1) มีความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร
- 2) มีความเต็มใจที่จะทุ่มเทพลังงานเพื่อปฏิบัติงานให้แก่องค์กร
- 3) มีความเชื่ออย่างแรงกล้าและยอมรับในค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร

Edward L.Gubman (1998 อ้างถึงใน สมชื่น นาคพลัง, 2547:7) ให้ความหมายว่าความผูกพันของพนักงานคือ การทุ่มเทพลังกายพลังใจอย่างเต็มที่ ให้กับงานที่ตนได้รับมอบหมาย ซึ่งพลังกาย พลังใจ จะแสดงออกมาในหลายรูปแบบ เช่น การทำงานสร้างสรรค์และมีคุณค่า เกินความคาดหมายของลูกค้าและองค์กร

Robert H.Miles (2001) ให้ความหมายของความผูกพันของพนักงานว่าเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่อง และยังเป็นเรื่องของความรู้สึกโดยรวมของพนักงานที่เกิดขึ้นเมื่อได้มีส่วนร่วมในงานอีกด้วย

2.1.1.2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

1) ลักษณะของงาน (Job Characteristics) William A. Kahn (1992) Richard J.

Hackman and Greg R. Oldham (1980) Richard M. Steers (1977) Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael Leiter (2001) และ Douglas R. May, Gilson, R.Laurent. and Lynn M. Harter (2004) ได้ระบุว่าลักษณะของงานมีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

Richard J. Hackman and Greg R. Oldham (1980) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของงาน ซึ่งประกอบด้วยความหลากหลายทักษะ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของงาน ความสำคัญของงาน ความมีอิสระในการตัดสินใจในงาน และผลสะท้อนกลับ มีพื้นฐานทางสภาวะทางจิตวิทยา

ที่มีผลกระทบต่อความผูกพันต่องานและความพอใจในการทำงาน ที่ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 5 ลักษณะ ได้แก่

- 1) ความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย (Skill Variety) เป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สามารถจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลง และจะทำให้การทำงานนั้น ๆ มีคุณค่าและประสบผลสำเร็จ
- 2) การระบุลักษณะงาน (Task Identity) ต้องมีความเป็นเอกภาพและมีระดับความยากง่าย ซึ่งจะส่งผลให้งานนั้นเสร็จสมบูรณ์ อาจจะทำคนเดียวหรือร่วมมือกันทำก็ได้
- 3) นัยสำคัญของงาน (Task Significance) มีอิทธิพลต่อผู้ปฏิบัติงานหรือผู้บริโภค
- 4) อิสรภาพในการปกครองตนเอง (Autonomy) การให้อิสระแก่พนักงานในการกำหนดรายการหรือตารางการทำงาน และการจัดการนั้น ๆ
- 5) ผลย้อนกลับ (Feedback) เป็นการให้พนักงานได้รับทราบเกี่ยวกับประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงานของตัวเอง

William A. Kahn (1990, 1992) กล่าวว่า ความรู้สึกได้รับผลตอบแทนจากการแสดงบทบาทของตนเองนั้นเต็มไปด้วยความหมายทางจิตวิทยานั้นมาจาก ลักษณะของงานที่มีความท้าทาย (Challenging Work) ความหลากหลาย (Variety) การที่สามารถใช้ทักษะความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย (Allow the use of different skills) ความรอบคอบส่วนบุคคล (Personal Discretion) และโอกาสในการสร้างผลงานที่มีความสำคัญ (Opportunity to make important contribution) หากพนักงานได้มีโอกาสทำงานที่มีลักษณะดังกล่าวในระดับสูงจะส่งผลให้พนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานอย่างแรงกล้า หรือมีความผูกพันผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น

Richard M. Steers (1997) พบว่า ลักษณะงานที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อระดับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ลักษณะงานที่ดีจะทำให้บุคลากรรู้สึกมีแรงจูงใจอยากทำงานเพื่อเพิ่มค่าให้กับตนเอง ซึ่งลักษณะงานที่มีผลต่อความผูกพัน ได้แก่ งานที่มีความชัดเจน งานที่มีความหลากหลาย งานที่มีความท้าทาย งานที่มีการให้ข้อมูลป้อนกลับ งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น งานที่มีความอิสระ

Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael Leiter (2001) กล่าวว่า ลักษณะของงานในด้านภาระงาน (Workload) และ สภาพการควบคุมการทำงาน (Control Condition) นั้นมีความสำคัญต่อความผูกพันของพนักงาน นอกจากนี้ ลักษณะของงาน โดยเฉพาะในด้านผลย้อนกลับ (Feedback) และด้านอิสรภาพในการปกครองตนเอง (Autonomy) นั้นมีผลอย่างต่อเนื่องในการมีพลังในการทำงาน

Douglas R. May, Gilson, R. Laurent. and Lynn M. Harter (2004) พบว่าการเพิ่มคุณค่าในงาน (Job Enrichment) นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเต็มใจด้วยความหมาย ซึ่งเป็นตัวกลางความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มคุณค่าในงาน (Job Enrichment) และความผูกพันของพนักงาน

2) การให้รางวัลและการยอมรับ (Reward and Recognition) (William A. Kahn, 1990), Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael Leiter (2001) ได้ระบุว่า การให้รางวัลและการยอมรับ มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

William A. Kahn (1990) กล่าวว่า ผู้คนจะผันแปรความผูกพันของพวกเขาตามการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับจากการแสดงบทบาทในการทำงานของพวกเขา นอกจากนี้ ความรู้สึกได้รับผลตอบแทนอาจได้มาจากทั้งรางวัลทางภายนอก และการได้รับการยอมรับจากการทำงานที่มีความสำคัญต่อองค์กร ดังนั้นอาจคาดได้ว่าพนักงานจะมีความผูกพันต่องานมากขึ้น หากพวกเขาได้รับรางวัลและการยอมรับที่ดีขึ้นจากการแสดงบทบาทของพวกเขา ความแตกต่างของความผูกพันแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับฟังก์ชันของการรับรู้ ผลประโยชน์หรือผลตอบแทนจากบทบาทของแต่ละบุคคล

Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael Leiter (2001) ได้กล่าวว่า การขาดแคลนการให้รางวัลและการยอมรับสามารถนำไปสู่การขาดกำลังใจและพลังในการทำงาน ฉะนั้นการยอมรับและการให้รางวัลที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กร

3) การได้รับการสนับสนุนจากองค์กรและหัวหน้างาน (Perceived Organizational and Supervisor Support) Rhoades and Eisenberger (2002), Schaufeli and Bakker (2004) ได้ระบุว่า การได้รับการสนับสนุนจากองค์กรและหัวหน้างาน มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

William A. Kahn, (1992) ความรู้สึกปลอดภัยจะเกิดจากการดูแลใส่ใจ, ห่วงใย และการสนับสนุนทั้งจากองค์กรและหัวหน้า ความเชื่อทั่วไปที่คิดว่าค่านิยมขององค์กรคือ ความช่วยเหลือและห่วงใยเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน โดยเฉพาะการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรจะสร้างความรู้สึกให้พนักงานรับทราบเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่ดีขององค์กรและเพื่อที่จะช่วยให้องค์กรไปถึงยังวัตถุประสงค์ขององค์กร

Linda Rhoades and Robert Eisenberger (2002) กล่าวว่า การได้รับการสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) จะก่อให้เกิดหน้าที่ในส่วนของพนักงานให้มีความใส่ใจต่อความเป็นอยู่ขององค์กร และช่วยองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ พนักงานที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรสูงจะมีความผูกพันต่องานและต่อองค์กร และเมื่อพนักงานมีความเชื่อว่า

องค์การใส่ใจในความอยู่ดีมีสุขของพนักงาน พนักงานก็จะมีการตอบสนองโดยการพยายามที่จะเติมเต็มในหน้าที่ที่มีต่อองค์การ โดยมีความผูกพันต่อองค์การมากยิ่งขึ้น การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisor Support) ก็สามารเป็นตัวทำนายที่สำคัญของความผูกพันของพนักงาน หากขาดการการสนับสนุนจากหัวหน้างาน พบว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ก่อให้เกิดการขาดกำลังใจและพลังงานในการทำงาน

4) ความเสมอภาคและกระบวนการยุติธรรมในการทำงาน (Distribution and Procedure Justice) Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael Leiter (2001) กล่าวว่า ความเข้าใจในความยุติธรรมนั้นส่งผลให้เกิดความผูกพันของพนักงาน เมื่อพนักงานได้รับความยุติธรรมจากองค์การ ก็จะรู้สึกว่าคุณเองควรให้ความยุติธรรมในการแสดงบทบาทการทำงานของตนเองให้แก่องค์การและผูกพันตนเองต่อองค์การมากขึ้น ในทางกลับกัน การไม่ได้รับความยุติธรรมจะทำให้พนักงานถอนตัวและไม่ผูกพันกับบทบาทการทำงานของตนเอง ซึ่งหากขาดความเสมอภาคและความยุติธรรมจะทำให้พนักงานหมดพลังในการทำงาน และในขณะที่เกิดความเข้าใจในความเสมอภาคในเชิงบวกก็สามารถพัฒนาความผูกพันของพนักงานได้

William A. Kahn, (1990) เป็นความพึงพอใจในงาน ความผูกมัดกับองค์กร พฤติกรรมของพนักงานในองค์กร การถอนตัว และการแสดงบทบาท การขาดความยุติธรรมสามารถทำให้พนักงานโกรธ ในขณะที่การได้รับความยุติธรรมในเชิงบวกสามารถปรับปรุงความผูกพันได้ และขึ้นอยู่กับว่าคุณจ้างรับรู้อย่างไรต่อการดูแลที่องค์กรมีให้ หากพวกเขาารู้สึกว่าไม่ได้รับความยุติธรรม ก็จะทำให้ผลการทำงาน, ความพึงพอใจที่มีต่องาน และความผูกพันที่มีต่อองค์กรลดน้อยลง ก่อให้เกิดเป็นความเครียด ความคับข้องใจ และหางานใหม่ในที่สุด

5) ความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self Efficacy) พบว่าความเชื่อมั่นในตนเองมีอิทธิพลต่อรูปแบบความคิดของแต่ละคนการตอบสนองทางอารมณ์ โดยหากคนมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนสูงแล้วจะส่งผลให้คนสามารถทำงานที่ยากและสามารถทำให้ประสบความสำเร็จในงาน เมื่อผลลัพธ์นั้นเล็กน้อย บุคคลก็จะไม่สนใจที่จะประเมินความสามารถของตนเอง และจะผูกพันตนเองกับงานที่ใช้ความสามารถที่เหนือขึ้นไป (Pajares, 2006)

6) การบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า (Customer Orientation) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการที่เน้นให้ความสำคัญลูกค้าและความผูกพันของพนักงาน เมื่อพนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจในการบริการของพนักงานแล้ว ยังส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจในองค์กรด้วย การที่ได้ทำงานกับองค์กรที่มีความเข้มแข็งในการบริการที่เน้นลูกค้า ส่งผลพนักงานมีความภาคภูมิใจในบริการของตนเอง จึงทำให้พนักงานรู้สึกดีต่อองค์การและก่อให้เกิดเป็นความผูกพันในที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานที่ให้

ความสำคัญในการบริการที่เน้นลูกค้ามากจะมีความผูกพันมากกว่าพนักงานที่ให้ความสำคัญกับการบริการที่เน้นลูกค้าน้อยกว่า (Donavann, 2001)

7) **วัฒนธรรมการให้บริการ (Service Climate)** วัฒนธรรมการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเกี่ยวข้องผูกพันกับงาน องค์กรควรใส่ใจในการพัฒนาการรับรู้ในวัฒนธรรมการให้บริการของพนักงานเพราะการรับรู้ในวัฒนธรรมการให้บริการจะช่วยกำหนดทัศนคติของพนักงาน ซึ่งหากพนักงานมีทัศนคติที่ดีในงานทำงานแล้ว จะส่งผลต่อความผูกพันในงาน (Dimitriades, 2007)

8) **ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพัน** ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อายุการทำงาน ระดับตำแหน่ง และระดับรายได้ (Steers, 1997)

8.1) อายุ บุคคลที่มีอายุมากจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย เพราะอายุเป็นสิ่งที่แสดงถึงวุฒิภาวะของบุคคล บุคคลที่มีอายุมากขึ้นก็จะพบว่า สมาชิกองค์กรจะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง นอกจากนี้ยังพบว่า บุคคลที่มีอายุมากจะอยู่ในองค์กรด้วยเหตุผลหลายอย่าง เช่น ความหวังที่จะได้รับเงินตอบแทนพิเศษ จำพวกเงินบำเหน็จ บำนาญ ถ้าทำงานจนเกษียณอายุราชการ และการได้รับตำแหน่งที่ดีขึ้น

8.2) เพศ สถานภาพสมรส บุคคลที่มีภาระครอบครัวแล้ว จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าคนโสด ทั้งนี้เพราะภาระที่รับผิดชอบทำให้ต้องการความมั่นคงในการทำงานมากกว่า และยังสามารถปรับตัวให้เข้ากับงานได้ดีกว่า จึงไม่ค่อยเปลี่ยนงาน ยิ่งพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงบุตร ก็ยิ่งพบว่ามีความผูกพันสูง

8.3) ระดับการศึกษา คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่าเนื่องจากคนที่มีการศึกษาสูงจะมีความคาดหวังต่อองค์กรสูง และเมื่อองค์กรไม่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของเขาได้ เขาก็จะผูกพันกับองค์กรน้อยลง

8.4) ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานนานจะผูกพันต่อองค์กรสูง เนื่องจากบุคคลนั้น ได้อุทิศกำลังกายกำลังสติปัญญา สะสมประสบการณ์ในการทำงาน

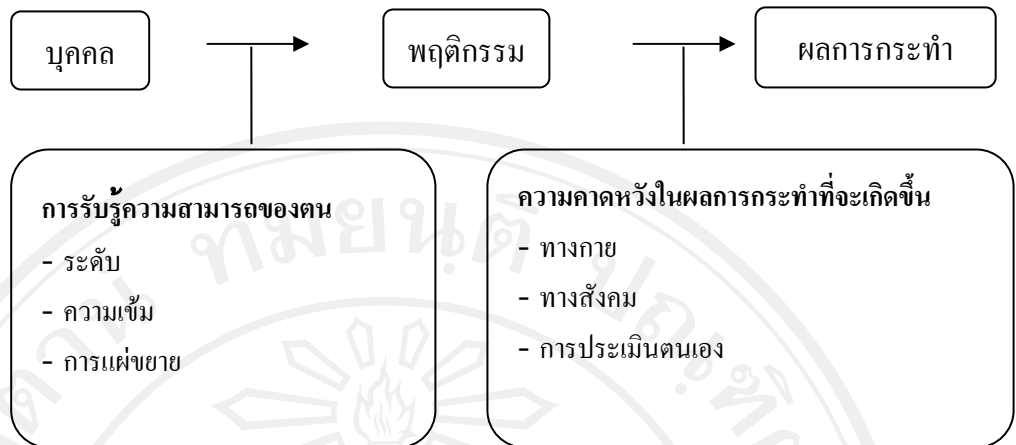
8.5) ระดับตำแหน่ง ยังมีสถานภาพหรือระดับตำแหน่งการทำงานสูง ก็จะยิ่งมีความผูกพันต่องานมากขึ้น มีโอกาสบรรลุสิ่งที่ต้องการได้มากกว่า มีความเป็นอิสระ ความท้าทาย และความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ ความผูกพันต่องานนั้นแตกต่างกันไปตามประเภทของงาน

8.6) ระดับรายได้ องค์การที่มีระบบสิ่งจูงใจที่ดีมากเท่าใด ยังมีแนวโน้มที่จะผูกพันกับองค์การมากขึ้นเท่านั้น โดยสิ่งจูงใจในองค์การ หมายถึง เงินเดือน สวัสดิการ และผลประโยชน์ตอบแทนในรูปแบบต่างๆ (Hrebiniak and Alutto, 1973)

2.1.2 ความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self Efficacy)

Albert Bandura (1977) กล่าวว่า การที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตน ในสิ่งที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรม ให้บรรลุเป้าหมายกำหนดไว้ และเป็นความมีประสิทธิภาพในตนเอง เป็นความเชื่อในเรื่องของความสามารถของบุคคล ในการที่จะทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของตนเองในสภาพการณ์นั้น นั่นคือ ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าตนเองสามารถอย่างไร ก็จะแสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา คนที่มีความเชื่อตนเองว่ามีความสามารถ จะมีความอดทนอดสาหัส ไม่ท้อถอยและจะประสบความสำเร็จ และมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมและความคิดของมนุษย์ที่จะสามารถส่งเสริมความสำเร็จ การรับรู้ความสามารถของตนเอง จะมีองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาความสามารถตนเอง ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเกิดขึ้นจาก จาก 4 ด้าน คือ ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด เป็นผลที่แปลความหมายจากการแสดงออกในอดีตของบุคคล, การได้เห็นประสบการณ์ผู้อื่น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของตัวเองจากประสบการณ์จากตัวแบบซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมของคนอื่น, รวมทั้งการเป็นผลของการจูงใจทางสังคมที่รับมาจากคนอื่น โดยการใช้คำพูดชักจูง, การกระตุ้นอารมณ์

การที่บุคคลจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์ต่างๆ ขึ้นอยู่กับ ปัจจัย 2 ชนิด คือ การรับรู้ความสามารถของตน (Self Efficacy) เป็นความเชื่อของแต่ละคนเกี่ยวกับความสามารถตนเองที่จะกระทำแล้วนำไปสู่ความสำเร็จในสภาพการณ์นั้น ๆ และอีกปัจจัย คือ ความคาดหวังในผลการกระทำที่จะเกิดขึ้น เป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคลในความเป็นไปได้ของผลที่ตามมาจกพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่เกิดขึ้นในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง (Albert Bandura, 1977) โดยจะแสดงให้เห็นได้จากภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงความแตกต่างระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนและความคาดหวังในผลการกระทำที่จะเกิดขึ้น

ที่มา: Albert Bandura. 3-self Self efficacy Self regulation and Self care.

(online) <http://www.bsr.s.wu.ac.h/health/doc/knowledge/drwilliam.pdf> (15 มิถุนายน 2551)

จากภาพแสดงส่วนที่สำคัญว่าการรับรู้ความสามารถของตนจะออกมาในลักษณะที่เป็นระดับ ความเข้มและการแผ่ขยายของความสามารถส่วนความคาดหวังในผลของการกระทำที่เกิดขึ้นจากทางกายภาพ ทางสังคม และจากการประเมินตนเอง

ความคาดหวังในผลกรรรมที่จะเกิดขึ้น

	ต่ำ	สูง	
การรับรู้ความสามารถของตน	สูง	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ	มีแนวโน้มที่จะทำแน่นอน
	ต่ำ	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตน และความคาดหวังในผลการกระทำที่จะเกิดขึ้นต่อการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล

ที่มา: Albert Bandura. 3-self Self efficacy Self regulation and Self care.

(online) <http://www.bsr.s.wu.ac.h/health/doc/knowledge/drwilliam.pdf> (15 มิถุนายน 2551)

ความคาดหวังในผลกรรรมที่จะเกิดขึ้น

	ทางลบ	ทางบวก	
การรับรู้ความสามารถของตน	ทางบวก	ปฏิเสธไม่พอใจ	ต้องการทำกิจกรรม ให้บรรลุผลสำเร็จ มีความมั่นใจ มีความพึงพอใจ
	ทางลบ	ถอนตัวออก ไม่สนใจ	ลดคุณค่าของตนเอง หดกำลังใจ

ที่มา: Albert Bandura. 3-self Self efficacy Self regulation and Self care.

(online) <http://www.bsr.is.swu.ac.th/health/doc/knowledge/drwilliam.pdf> (15 มิถุนายน 2551)

ผลจากรูปแบบที่ต่างกัน การรับรู้ความสามารถของตนและความคาดหวังในผลกรรมที่จะเกิดขึ้น ที่มีต่อภาวะพฤติกรรมและความรู้สึก (Bandura, 1977)

การวัดการรับรู้ความสามารถของตนเองหรือความเชื่อมั่นในตนเองจะเกิดขึ้นจากความแตกต่างของการรับรู้ความสามารถของตนและการคาดหวังของผลในการกระทำที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะออกมาในลักษณะที่เป็นระดับความเข้ม การแผ่ขยายของความสามารถ (Bandura, 1997) หากการรับรู้ในความสามารถของตนเองมีสูง และความคาดหวังในผลของการกระทำต่ำ จะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำ แต่หากการรับรู้ในความสามารถของตนเองมีสูง และความคาดหวังในผลของการกระทำสูง มีแนวโน้มที่จะทำแน่นอน (Bandura, 1998)

2.1.3 การบริการที่มุ่งให้ความสำคัญของลูกค้า (Customer orientation)

William Marie and Juan I. Sanchez (1998) ให้คำจำกัดความของการบริการและเอาใจใส่ให้ความสำคัญลูกค้า (Customer Orientation) ว่าเป็นการจัดการความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำในที่สุด เพราะพนักงานที่ให้บริการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าจะพยายามที่จะหาความต้องการของลูกค้า ซึ่งลูกค้าเองจะค่อยๆ ถูกโน้มน้าวเพื่อที่จะใช้บริการนั้นๆ ในโอกาสต่อไป

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการและเอาใจใส่ให้ความสำคัญลูกค้าและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร เมื่อพนักงานผู้ที่ให้บริการมีการให้บริการลูกค้าด้วยใจ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ พอใจในการบริการของพนักงานแล้วยังทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวของบริษัทด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ตัวพนักงานมีความภูมิใจในการให้บริการของตนเอง เกิดความประทับใจทั้งสองฝ่าย จึงทำให้พนักงานรู้สึกดีต่อบริษัทเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด และยังมีบริการและให้ความสำคัญกับลูกค้าสูง ยิ่งส่งผลให้ความผูกพันของพนักงานสูงตามไปด้วย

Benjamin Schneider and Daniel Schechter (1991) แนะนำว่า พนักงานบางคน อาจจะให้บริการด้วยความสมัครใจ เต็มใจมากกว่าคนอื่น ยิ่งกว่านั้น Benjamin Schneider and David E. Bowen (1995) ยังยืนยันว่าเมื่อพนักงานเห็นบริษัทพวกเขามีความมั่นคงในเรื่อง การให้บริการที่พึงพอใจ แล้วลูกค้าก็จะยิ่งพอใจในตัวพนักงาน หากพนักงานบริการด้วยความเอาใจใส่ลูกค้า และบริการตามความต้องการของลูกค้าแล้วยังจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้นเท่านั้น การรับรู้ความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงานนั้นจะนำไปสู่ความพึงพอใจในตัวบริษัทและมีความผูกพันกับองค์กรมากยิ่งขึ้น ซึ่งบนพื้นฐานของความคิดนี้ Benjamin Schneider and David E. Bowen (1995 : 118) ได้

เสนอว่า ยิ่งพนักงานบริการด้วยความเอาใจใส่ลูกค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าแล้ว ยิ่งจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น หลักฐานที่จะนำมาประกอบ ความสัมพันธ์เหล่านี้ Jame H. Reynierse and John B. Harker (1992) ใช้ Selling Orientation Customer Orientation Scale (1992) ใช้ Selling Orientation Customer Orientation Scale (SOCO Scale) ในการวัดความสัมพันธ์ทางบวก ระหว่างระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงาน ที่ถูกวัดโดยพนักงาน และความพึงพอใจของลูกค้า ที่ตามมา โดย SOCO Scale จะวัด 4 ด้าน คือ

1. การตามใจลูกค้า (Pamper) ทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษเป็นคนสำคัญกับบริษัท
2. การอ่านใจลูกค้า (Read) โดยการดูลักษณะท่าทางที่แสดงออก การฟังอย่างตั้งใจ
3. การส่งมอบบริการ (Deliver) คือ การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยความอ่อนโยน
4. การสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Personal Relationship) คือ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวพนักงานและลูกค้า ให้สนิทกันมากขึ้น

2.1.4 วัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate)

วัฒนธรรมในการให้บริการ เป็นการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน, ขบวนการทำงาน, พฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งตอบแทน, การสนับสนุน และความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะดูแลเอาใจใส่การให้บริการแก่ลูกค้าและคุณภาพการให้บริการ (Schneider and colleagues, 1998:151) เป็นการประยุกต์ใช้ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับทัศนคติหรือวัฒนธรรมภายในองค์กร โดยเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงไปถึงการแบ่งปันการรับรู้ของพนักงานซึ่งมีความสำคัญต่อองค์กร (Wiley, 1996) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างทัศนคติที่ดีหรือวัฒนธรรมในการให้บริการอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดที่ว่า การบรรยายและอธิบายสิ่งแวดล้อมในการทำงาน สมาชิกขององค์กรมีการรับรู้ในสิ่งเล็กๆ เกี่ยวกับสถานที่ทำงานที่นำมาซึ่งบรรยากาศแห่งการรับรู้ที่ยิ่งใหญ่ที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน การบริการที่เป็นเลิศเป็นสิ่งสำคัญต่อองค์กรและส่งผลดีแก่การสร้างทัศนคติที่ดีหรือวัฒนธรรมในการให้บริการ องค์กรแต่ละแห่งมีทัศนคติในการให้บริการที่มีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ร่วมกันถึงความสำคัญของทัศนคติในการให้บริการของพนักงาน แนวคิดขององค์กรสร้างขึ้นจากแนวคิดที่จะอธิบายและตีความจากสภาพแวดล้อมการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ในกลุ่มย่อย ขนาดเล็ก หรือไปจนถึงกลุ่มขนาดใหญ่ เมื่อการให้บริการที่เป็นเลิศเป็นหัวข้อหลักในองค์กรทัศนคติในการให้บริการในแง่บวกก็จะเกิดขึ้น ธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการนั้น การบริการจะขึ้นอยู่กับประพฤติกรรมปฏิบัติตัวของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความประทับใจ องค์กรและพนักงานจึงต้องมีการปรับปรุงในรูปแบบ ขั้นตอน พัฒนาการ

ให้บริการใหม่ๆอยู่เสมอ เมื่อพนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนา ปรับปรุง ก็จะส่งผลให้มีความภูมิใจในการมีส่วนร่วม ทำให้รู้สึกเป็นเจ้าขององค์กร และก่อให้เกิดความผูกพันกับองค์กรเช่นกัน (เมธิปิยะกุล, 2546 : ออนไลน์)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมการให้บริการของพนักงานในองค์กรสามารถประเมินได้จากเครื่องมือวัดวัฒนธรรมการให้บริการที่พัฒนาขึ้นโดย Benjamin Schneider and Daniel Schechter (2000) วัดผลโดยใช้ Likert Scale 7 ระดับ (7=เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ประเด็นที่จะวัดประกอบด้วย 5 รายการ ดังนี้

1. ฝ่ายบริหารขององค์กรจะสนับสนุนพนักงานที่มีความคิดแปลกใหม่ในการพัฒนาการบริการแก่ลูกค้า
2. ฝ่ายบริหารขององค์กรตั้งมาตรฐานการให้บริการลูกค้า
3. ฝ่ายบริหารขององค์กรมีการอภิปรายกับพนักงานเป็นประจำถึงเป้าหมายของผลงานด้านการบริการ
4. ฝ่ายบริหารขององค์กรจัดให้พนักงานที่มีงานแตกต่างกันมาทำงานร่วมกันในการบริการลูกค้า
5. พนักงานใหม่จะถูกอบรมโดยฝ่ายบริหารขององค์กรในเรื่องการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

องค์กรที่ประกอบกิจการด้านการบริการจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์ทัศนคติที่ดีหรือวัฒนธรรมในการให้บริการเพื่อแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงเป็นการรักษาลูกค้าไว้ องค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการนำส่งการบริการที่มีคุณภาพ คุณภาพการบริการทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ และจะส่งผลพฤติกรรมการให้บริการของแต่ละบุคคลภายในองค์กร

2.2 ข้อมูลทั่วไปของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกรุงเทพก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2487 และเจริญก้าวหน้าเคียงคู่เศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ปัจจุบันธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีมูลค่าสินทรัพย์รวมกว่า 1,490,000 ล้านบาท อีกทั้งยังเป็นธนาคารชั้นนำของประเทศในตลาดลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมด้วยฐานลูกค้าบุคคลที่กว้างขวางที่สุดในประเทศ โดยมีจำนวนลูกค้าทุกประเภทรวมทั้งสิ้นประมาณ 16 ล้านบัญชี เครือข่ายบริการของธนาคารประกอบด้วยสำนักธุรกิจและสำนักธุรกิจย่อยรวม 250 แห่ง และสาขามากกว่า 750 แห่งทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังมี

เครือข่ายบริการธนาคารอัตโนมัติ อันได้แก่ เครื่องเอทีเอ็มและเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติกว่า 3,600 เครื่อง บริการธนาคารทางโทรศัพท์ และบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้งานและมีสมรรถนะสูง ล้วนพร้อมอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา

ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารไทยที่มีเครือข่ายสาขาต่างประเทศมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นธนาคารไทยที่มีสาขาจำนวนมากที่สุดในประเทศจีน โดยตั้งอยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เซี่ยเหมินและฉัวเถา ปัจจุบันธนาคารกรุงเทพมีเครือข่ายสาขาต่างประเทศอยู่ในเขตเศรษฐกิจสำคัญ 13 แห่งทั่วโลก ซึ่งได้แก่ จีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น ได้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ลาว และพม่า ประกอบด้วยสาขา 19 แห่ง สำนักงานตัวแทน 1 แห่ง และบริษัทที่ธนาคารถือหุ้นทั้งหมดอีก 1 แห่ง

ธนาคารกรุงเทพให้บริการทางการเงินครบวงจร ทั้งยังอำนวยความสะดวกเฉพาะด้านที่หลากหลาย เช่น สินเชื่อร่วมหลายสถาบัน (Syndicated Loans) การจัดจำหน่ายและการรับประกัน การจำหน่ายตราสารหนี้ บริการเพื่อการส่งออกและนำเข้าครบวงจร สินเชื่อโครงการ บริการรับฝากหลักทรัพย์ และบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ เป็นต้น

ปรัชญาหลักในการประกอบกิจการของธนาคารคือการเป็น ‘เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน’ ที่มุ่งสนับสนุนลูกค้าในฐานะพันธมิตรในระยะยาว ธนาคารจึงจัดโครงสร้างองค์กรภายในโดยถือเอาลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ประกอบด้วยหน่วยงานธุรกิจหลัก ได้แก่ สายลูกค้าธุรกิจรายใหญ่ สายลูกค้าธุรกิจรายกลาง สายลูกค้าธุรกิจรายปลีก สายลูกค้าบุคคล สายการเงินชนกิจ และกิจการธนาคารต่างประเทศ หน่วยงานธุรกิจเหล่านี้มีพันธกิจร่วมกันในการมุ่งตอบสนองความต้องการเฉพาะปัจเจกของลูกค้าแต่ละรายให้เกิดความประทับใจ ด้วยการนำเสนอและส่งเสริมบริการคุณภาพชั้นเลิศที่หลากหลาย นอกจากนี้ เครือข่ายบริษัทในกลุ่มของธนาคาร อาทิเช่น บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง และบริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง ยังช่วยสนับสนุนให้ธนาคารสามารถนำเสนอบริการด้านการลงทุนเป็นพิเศษแก่ลูกค้าของธนาคารด้วย

จุดแข็งที่สำคัญของธนาคารกรุงเทพคือการมีฐานลูกค้าที่กว้างขวางที่สุดในประเทศ ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและยาวนานระหว่างธนาคารและลูกค้า ตลอดจนเครือข่ายสาขาที่กว้างขวางครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย ธนาคารยังคงให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างจุดแข็งและศักยภาพในการแข่งขันดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมุ่งพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานและคุณภาพการให้บริการโดยไม่หยุดนิ่ง ธนาคารมีแผนงานระยะยาวสำหรับการขยายธุรกิจในประเทศจีนซึ่งมีศักยภาพการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเปิดสาขาแห่งใหม่ที่เสินเจิ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ในด้านการขยายธุรกิจในประเทศไทย ธนาคาร

มุ่งเน้นการประสานศักยภาพและจุดแข็งระหว่างหน่วยงานธุรกิจของธนาคารกับบริษัทในเครือ เพื่อพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายยิ่งขึ้น รวมทั้งบริการที่สร้างรายได้ค่าธรรมเนียน

2.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

การดำรงความเป็นผู้นำด้านบริการทางการเงินที่มีคุณภาพในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในธนาคารชั้นนำแห่งภูมิภาคเอเชีย เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ธนาคารจึงมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เปี่ยมด้วยคุณภาพระดับโลกแก่ลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความพร้อมด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพ มีเทคโนโลยีและระบบงานที่ทันสมัย

2.2.2 ภารกิจ (Mission)

ด้านการเงิน : ให้ผลประโยชน์การเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มั่นคง

ด้านการตลาดและลูกค้า : เป็นผู้นำธุรกิจ ด้วยคุณภาพบริการที่เป็นเลิศ

ด้านคุณภาพการปฏิบัติงาน : มีกระบวนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และความชัดเจนในวิธีการตรวจสอบคุณภาพ มีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องตั้งแต่ต้นกระบวนการและสามารถนำข้อมูลจากกระบวนการปฏิบัติงานมาใช้ในการตัดสินใจสั่งการ

ด้านศักยภาพขีดความสามารถ: ดำเนินการให้พนักงานมีศักยภาพพร้อมที่จะรองรับแนวทางการขยายธุรกิจของธนาคาร

2.2.3 หลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณและจริยธรรมธุรกิจของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คือ

- (1) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม และความรับผิดชอบ
- (2) เก็บรักษาความลับ และไม่ใช้ข้อมูลภายในหรือข้อมูลอันเป็นความลับเพื่อแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางที่มีชอบ
- (3) ป้องกัน หรือหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่อาจนำมาซึ่งความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- (4) ปฏิบัติตนเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพที่มีความรู้ ความชำนาญ และความระมัดระวังรอบคอบ

2.2.4 นโยบายสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการของธนาคารกรุงเทพ ครอบคลุมหลักสำคัญดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิของผู้ถือหุ้นและสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย
- (2) การเปิดเผยสารสนเทศ
- (3) โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบและความเป็นอิสระ ของคณะกรรมการธนาคาร

(4) การควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง

(5) จรรยาบรรณและจริยธรรมธุรกิจ

2.2.5 ปรัชญาการทำงาน (Value)

ให้บริการทางการเงินที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ตามแนวทางเพื่อนคู่คิดที่เชื่อถือได้ มีตรุษบ้านที่พึงพาได้

- ให้บริการที่ดีและเป็นเลิศในทัศนะของลูกค้า
- ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีคุณภาพ
- ปฏิบัติงานในลักษณะของผู้มีจรรยาบรรณ และเป็นมืออาชีพ
- มุ่งมั่นที่จะร่วมมือกัน ทำงานเป็นทีมด้วยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน
- เชื่อมมั่นในความสามารถของแต่ละบุคคล
- ให้ความสำคัญในการพัฒนาพนักงานให้เจริญก้าวหน้า

ปรัชญาของธนาคารกรุงเทพด้านสายงานบริการลูกค้า คือ พนักงานไม่เป็นเพียง "คนทำงานธนาคาร" แต่คือผู้ร่วมงานและเพื่อนคู่คิดของลูกค้า พนักงานของธนาคารที่ติดต่อและบริการลูกค้าโดยตรง ช่วยให้ธนาคารบรรลุเป้าประสงค์นี้ได้ เพราะแต่ละวันพนักงานเหล่านี้ได้สัมผัสกับชีวิตผู้คนหลากหลายทั่วประเทศ ทั้งที่สาขา สำนักธุรกิจและศูนย์ธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารกรุงเทพ พนักงานธนาคารล้วนช่วยกันสร้างสานความสัมพันธ์กับลูกค้า คอยให้คำแนะนำทางการเงินและส่งเสริมให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดจากโอกาสทางธุรกิจและทรัพยากรทางการเงิน อีกทั้ง การเติบโตและพัฒนาความสามารถในองค์กรเป็นสิ่งที่ธนาคารให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ธนาคารมุ่งมั่นให้พนักงานทุกคนมีโอกาสได้เรียนรู้และก้าวหน้าในอาชีพ

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือได้แบ่งการบริหารงานออกเป็น 6 กลุ่มแผนงาน โดยแบ่งตามเขตพื้นที่ดังนี้

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| - แผนงานจังหวัดเชียงใหม่ | ประกอบไปด้วย 21 สาขา |
| - แผนงานจังหวัดลำพูน | ประกอบไปด้วย 22 สาขา |
| - แผนงานจังหวัดเชียงราย | ประกอบไปด้วย 16 สาขา |
| - แผนงานจังหวัดลำปาง | ประกอบไปด้วย 9 สาขา |
| - แผนงานจังหวัดพะเยา | ประกอบไปด้วย 9 สาขา |
| - แผนงานจังหวัดแพร่-อุตรดิตถ์ | ประกอบไปด้วย 9 สาขา |

ซึ่งแผนงานที่มีความสำคัญคือแผนงานจังหวัดเชียงใหม่-ลำพูนที่ครอบคลุม 2 จังหวัด ประกอบไปด้วย 43 สาขาโดยแผนงานจังหวัดลำพูนประกอบด้วยสาขาขนาดใหญ่ 4 สาขา ได้แก่ สาขาท่าแพ สาขาศรีนครพิงค์ สาขาสันป่าข่อย สาขาลำพูน สาขาถนนช้างคลาน สาขาขนาดกลาง 5

สาขา ได้แก่ สาขาสำนักพิมพ์ สาขาออกแบบ สาขาช่างเทคนิค สาขาช่างก่อสร้าง และสาขาขนาดเล็ก รวมทั้งสาขาย่อย ทั้งหมด 12 สาขา ซึ่งได้แก่ สาขาบ้านธิ ลำพูน สาขาย่อยอุโมงค์ ลำพูน สาขาแม่ใจ เชียงใหม่ สาขาย่อยคาร์ฟูร์ เชียงใหม่ สาขาบักซี่ เชียงใหม่ สาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน สาขาย่อยตลาดมิโชค สาขาอ้อมมหาวิทยาลัยแม่ใจ สาขาอ้อมพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ สาขาย่อยหนองหอย สาขาอ้อมศรีคอนไชย สาขาอ้อมเทสโก้ โลตัส สันทราย สาขาอ้อมบักซี่ ลำพูน (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2551: ออนไลน์)

2.3 ทบทวนวรรณกรรม

Bagja Basikin (2550) ทำการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงาน (Vigor, Dedication and Absorption) ของครูสอนภาษาอังกฤษระดับมัธยมต้นในประเทศอินโดนีเซีย โดยทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรด้านงาน ของครูสอนภาษาอังกฤษระดับมัธยมต้นในประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 152 คน โดยใช้แบบสอบถามของ Utrecht Work Engagement Scale (UWES 9 ; Schauteli et al, 2002) ซึ่งทำการทดสอบค่าความสัมพันธ (Reliability) พบว่ามีค่าสูง งาน ผลการศึกษาพบว่าความผูกพันเป็นตัวที่ชี้วัด บ่งชี้ถึงความสำเร็จ พบว่ามีความผูกพันต่อองค์กรสูง โดยค่าเฉลี่ย รวม 5.04 โดยใช้โลเกิสต์สเกล 7 ชั้น ค่าเฉลี่ยปัจจัยความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน มีค่า 4.99 ปัจจัยด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน มีค่าเฉลี่ย 5.44 และปัจจัยด้านการให้เวลากับงาน มีค่าเฉลี่ย 4.71 และพบว่าปัจจัยในด้านเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ประสบการณ์ในการทำงาน ไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่องานในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

Mustafa Kokuncu , Ronald J.Burke and Lisa Fiksenbaum (2549) ทำการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี โดยทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลและผลที่ตามมาของความผูกพันที่มีต่อองค์กรด้านงาน โดยเก็บตัวอย่างผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารขนาดใหญ่ในตุรกี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บตัวอย่าง 286 คน โดยแบบสอบถามจะถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน, ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการให้เวลากับการทำงาน โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลรวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะในการทำงานปฏิบัติงาน เช่น ประสบการณ์ในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน และความรู้สึก, ความเป็นอยู่ที่ดี โดยการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน, การให้รางวัลและการจดจำ, สามารถพยากรณ์ปัจจัยทั้ง 3 ด้านได้ ปัจจัยด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ในด้านของงาน, ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน เป็นปัจจัยที่พยากรณ์ในด้านความรู้สึกและการเป็นอยู่ที่ดี ผลพบว่า ยังมีปัจจัย

ด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน และด้านการใช้เวลากับการงานสูงจะส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ยิ่งปัจจัยด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานสูงเท่าไร การตั้งใจที่จะลาออกจะน้อยลงเท่านั้น อีกทั้งปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อความผูกพันในทุกๆด้าน ลักษณะการทำงานมีผลต่อความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน และด้านการอุทิศตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของงานประสบการณ์ทำงานมีผลต่อปัจจัยความผูกพันทั้ง 3 ด้าน และประสบการณ์ในการทำงานมีผลต่อปัจจัยการให้เวลากับงาน ซึ่งเป็นส่วนปัจจัยของประสบการณ์ในการทำงานในองค์กร

เบญจมาภรณ์ นวลิมปี (2546) ทำการศึกษาเรื่อง “ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร : กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงคราม และสาขาสมุทรสาคร” ผลการศึกษาพบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดย เมื่อพิจารณาจากลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ส่วนเพศ สถานภาพสมรส และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และเมื่อพิจารณาผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของงาน ผลป้อนกลับของงาน และงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น พบว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร และผลการศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ในงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่างค์กรเป็นที่พึ่งพาได้ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กร และทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร พบว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

รุจี อุษศิลป์ศักดิ์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรและศึกษาอิทธิพลของคุณภาพชีวิตในการทำงานเพื่อใช้ทำนายความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 33-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในธนาคารอยู่ระหว่าง 11-18 ปี และระดับเงินเดือนที่ได้รับส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท จากสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ได้แก่สมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านการศึกษาสูงสุด และด้านสาขาวิชาที่จบ ไม่มีความสัมพันธ์กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านระยะเวลาที่ทำงานในธนาคาร และด้านระดับเงินเดือนที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร สมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงาน

กับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร พบว่า ปัจจัยคุณภาพชีวิตด้านรายได้และผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการพัฒนาศักยภาพ ด้านความก้าวหน้า ด้านสังคมสัมพันธ์ ด้านลักษณะการบริหาร ด้านความภูมิใจในองค์กร และด้านความมั่นคงในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร สมมติฐานที่ 3 การวิเคราะห์ความสามารถในการทำนายความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานของปัจจัยส่วนบุคคลและองค์ประกอบแต่ละด้านของคุณภาพชีวิตในการทำงาน พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพชีวิตในการทำงานสามารถทำนายความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกได้ นอกจากนี้ ยังสามารถทำนายความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรด้านความเต็มใจและทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร และยังสามารถทำนายในเรื่องความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์กร

รัชนิดา ตุคสวัสดิ์ (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโดยภาพรวมผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันขององค์กร คือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ด้านคุณค่าของงาน ด้านสัมพันธภาพ และด้านผลประโยชน์ตอบแทน พนักงานธนาคารทั้งหมดมีความพึงพอใจในงานโดยรวมแล้วพบว่าอยู่ในระดับสูง แต่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง เนื่องจากพนักงานธนาคารรับรู้ได้ถึงเรื่องเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวปฏิบัติและนโยบายของธนาคารของพนักงานน้อย ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนะให้ธนาคารมีการส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของพนักงานให้มากขึ้น และส่งเสริมให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กรในด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง อัตราเงินเดือนของพนักงาน ส่วนเพศ สถานภาพ สมรส และระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

วันดี ทับทิม (2546) ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะผู้นำและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และประสิทธิผลของหน่วยงานในโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม 1” พบว่าภาวะผู้นำของหัวหน้างานตามการรับรู้ของพนักงานอยู่ในระดับสูง, ภาวะผู้นำของหัวหน้างานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิผลของหน่วยงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ, ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลของหน่วยงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ