

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทรู มูฟ จำกัด ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมแนวความคิดจากเอกสาร งานวิจัย รวมทั้งรวบรวมแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาแสดงไว้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

2.1.1.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร ได้ถูกอธิบายในหลายความหมาย รวมถึงคำจำกัดความและการวิจัย ซึ่งดูเหมือนว่านักวิชาการหลายท่านมีการให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นการให้คำมั่นสัญญาต่อองค์กรและการแสดงพฤติกรรมของคนในองค์กร (Robinson et al., 2004) และบ่อยครั้งที่ความผูกพันต่อองค์กรถูกให้คำจำกัดความเป็นเหมือนกับการผูกมัดทางอารมณ์และสติปัญญาที่มีต่อองค์กร (Baumruk, 2004; Richman, 2006; Shaw, 2005) หรือความพยายามที่แตกต่างกันของพนักงานที่มีต่องานที่ทำ (Frank et al., 2004)

William A. Kahn (1990) ให้คำจำกัดความของความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรว่าเป็นการควบคุมตนเองของสมาชิกในองค์กรให้ปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของตน พนักงานจะต้องแสดงออกทางร่างกาย ความคิดและอารมณ์ในขณะที่ปฏิบัติงาน ส่วนพนักงานที่ไม่มีความผูกพันต่อองค์กรนั้นมักไม่แสดงออกทั้งทางร่างกาย ความคิดหรืออารมณ์ระหว่างปฏิบัติงาน ดังนั้นความผูกพันคือการแสดงออกทางจิตวิทยาเมื่ออยู่ในตำแหน่งและกำลังแสดงบทบาทในองค์กร

Nancy P. Rothbard (2001) ให้คำจำกัดความถึงความหมายของความผูกพันว่า เป็นการแสดงออกทางจิตวิทยาโดยเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ ความตั้งใจ (Attention) หมายถึง การใช้ความคิดและเวลาส่วนใหญ่ในการปฏิบัติงาน และการซึมซับ (Absorption) หมายถึง การทุ่มเทเวลาและมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานตามหน้าที่

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

1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร เป็นลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อด้านทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร มีความผูกพันอย่างแท้จริงต่อค่านิยมและเป้าหมายขององค์กร พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กรซึ่งเป็นเป้าหมายของตนด้วย

มีความเชื่อว่าองค์การนี้ เป็นองค์การที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วย ทัศนคติที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ

2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์การ เป็นลักษณะที่บุคลากรเต็มใจที่จะเสียสละอุทิศตน พยายามทำงานเต็มความสามารถ เพื่อให้้องค์การประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมาย เกิดผลประโยชน์ต่อองค์การ และมีความห่วงใยต่อความเป็นไปขององค์การ

3) ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ เป็นลักษณะที่บุคลากรแสดงความต้องการ และตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์การนี้ตลอดไป มีความจงรักภักดีต่อองค์การ มีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์การ และพร้อมที่จะบอกกับคนอื่นว่า ตนเป็นสมาชิกขององค์การ รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ สนับสนุนและสร้างสรรค์องค์การให้ดียิ่งขึ้น

Burke Inc. (2003) บริษัท ที่ปรึกษาทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ กล่าวว่า พนักงานที่มีความผูกพันจะต้องการทำงานอยู่กับองค์การนั้น ๆ และเสียสละเพื่อองค์การ สร้างผลผลิตและให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงช่วยเหลือองค์การให้ประสบความสำเร็จ โดยความผูกพันของพนักงานนี้จะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer loyalty) และก่อให้เกิดผลประโยชน์ (Profitability) ต่อองค์การ

Richard M. Steers (1977) กล่าวว่า ความผูกพันขององค์การ หมายถึง ความรู้สึกของสมาชิกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ มีความเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อดำเนินภารกิจขององค์การ โดยผู้ปฏิบัติงานที่มีความผูกพันต่อองค์การสูงจะแสดงออกโดย

- 1) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ
- 2) มีความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์การ
- 3) มีความเชื่ออย่างแรงกล้าและยอมรับในค่านิยมและเป้าหมายขององค์การ

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

Lawrence G. Hrebiniak and Joseph A. Alutto (1972) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การ เป็นปรากฏการณ์ที่เป็นผลมาจากความสัมพันธ์ หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์การในรูปแบบของการลงทุนทางกายและสติปัญญาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่เต็มใจที่จะละ

ที่องค์กรเพื่อเพิ่มรายได้ สถานภาพ ความเป็นอิสระทางวิชาชีพ หรือเพื่อให้มีเพื่อร่วมงานมากกว่าที่เป็นอยู่ก็ตาม

Wilmar B. Schaufeli (2002) กล่าวว่า ความผูกพันเป็นภาวะของจิตใจที่สัมพันธ์กับงาน โดยมีเป้าหมายที่จะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ความเป็นสมาชิกขององค์กร ความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความรู้ ความสามารถ ความพยายามที่มีอยู่เพื่อปฏิบัติงานในองค์กร ความผูกพันไม่ใช่สภาวะเพียงชั่วคราว หรือเฉพาะการณ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึง กระบวนการคิดที่มีประสิทธิภาพ คลอบคลุม และมีความต่อเนื่อง ซึ่งไม่เจาะจงเพียงแค่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง เหตุการณ์ บุคคล หรือพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรถูกกำหนดลักษณะโดย

1) ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) หมายถึง บุคลิกลักษณะของผู้ที่มีความมุ่งมั่น มีความพยายาม ทุ่มเทในการทำงาน มีสภาพจิตใจที่ยืดหยุ่นเหมาะสมและพร้อมต่อการปฏิบัติงาน

2) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) หมายถึง การอุทิศตนและทุ่มเทในการทำงาน โดยคิดว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของงาน โดยรับรู้ถึงการทำงานในลักษณะ การทำงานอย่างหนัก (Work Hard) การทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาานาน (Work Long) และการค้นหาความรู้ใหม่ๆ (Work Smart) เพื่อนำมาพัฒนาตนเองและหน่วยงาน

3) ด้านการให้เวลากับงาน (Absorption) บุคลิกลักษณะของผู้ที่ให้เวลากับงาน มีใจจดจ่อและคิดว่าการทำงานคือความสุข

2.1.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร

1) ลักษณะของงาน (Job Characteristics)

Richard J. Hackman and Greg R Oldham (1980) กล่าวว่า ลักษณะของงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมีลักษณะหลัก 5 ลักษณะ ได้แก่

1. งานที่มีลักษณะท้าทาย (Skill Variety) เป็นส่วนประกอบหนึ่งที่จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลง และจะทำให้การทำงานนั้น ๆ มีคุณค่าและประสบความสำเร็จ
2. งานที่มีการระบุลักษณะ (Task Identity) ต้องมีความเป็นเอกภาพและมีระดับความยากง่าย ซึ่งจะส่งผลให้งานนั้นเสร็จสมบูรณ์ อาจจะทำคนเดียวหรือร่วมมือกันทำก็ได้
3. งานที่มีนัยสำคัญ (Task Significance) มีอิทธิพลต่อผู้ปฏิบัติงานหรือผู้บริโภค

4. งานที่มีความอิสระ (Autonomy) พนักงานมีอิสระในการกำหนดรายการหรือตารางการทำงาน และการจัดการนั้น ๆ
5. งานที่มีการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อให้พนักงานได้รับทราบเกี่ยวกับประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงานของตนเอง ซึ่งหากข้อมูลที่ป้อนกลับมีผลชัดเจน ก็จะส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น

William A. Kahn (1990, 1992) กล่าวว่า ความรู้สึกทางจิตใจที่เกิดจากงานเป็นผลจากลักษณะของงานที่มีความท้าทาย (Challenging Work) ความหลากหลายของงาน (Variety) การใช้ทักษะความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย (Allow the use of different skills) ความรอบคอบส่วนบุคคล (Personal Discretion) และโอกาสในการทำงานที่มีความสำคัญ (Opportunity to make important contribution) ซึ่งหากพนักงานได้ปฏิบัติงานที่มีลักษณะดังกล่าว จะส่งผลให้พนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานอย่างแรงกล้า และก่อให้เกิดความผูกพันผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น

Douglas R. May, Laurenet R. Gilson and Lynn M. Harter (2004) กล่าวว่า การเพิ่มคุณค่าในงาน (Job Enrichment) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเพิ่มความหมายในการทำงาน และการเพิ่มความหมายในการทำงานนั้นเป็นตัวกลางระหว่างความสัมพันธ์ของการเพิ่มคุณค่าในงานและความผูกพันของพนักงาน

Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael P. Leiter (2001) กล่าวว่า ภาระงานของพนักงาน (Workload) และ สภาวะการควบคุม (Control Condition) นั้นมีความสำคัญต่อความผูกพันของพนักงาน ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ลักษณะของงาน โดยเฉพาะด้านผลย้อนกลับ (Feedback) และด้านอิสรภาพในการปกครองตนเอง (Autonomy) นั้น มีความสำคัญต่อการทำงานของพนักงาน

2) การให้รางวัลและการยอมรับ (Reward and recognition)

William A. Kahn (1990) กล่าวว่า คนที่มีความรู้สึกที่แปรผันในความผูกพันก็เหมือนกับการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับจากงาน โดย Kahn (1990) กล่าวอีกว่า การให้รางวัลและการยอมรับจะแปรผันโดยตรงกับความผูกพันต่องานและความผูกพันต่อองค์กร

Christina Maslach, Wilmar B. Schaufelli and Michael P. Leiter (2001) กล่าวว่า การให้รางวัลและการยอมรับเป็นเครื่องชี้วัดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งหากองค์กรขาดแคลนการให้รางวัลและการยอมรับจะทำให้พนักงานเกิดความท้อถอยต่อการทำงาน แต่หากพนักงานได้รับการยอมรับและการให้รางวัลอย่างเหมาะสมก็จะทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันต่อองค์กร

3) การสนับสนุนจากองค์กรและหัวหน้างาน (Perceived organizational and Supervisor support)

William A. Kahn (1992) กล่าวว่า การปกป้องทางกายภาพ ความรู้สึกปลอดภัยจะเกิดจากการได้รับความห่วงใยและการสนับสนุนทั้งจากองค์กรและหัวหน้า พนักงานที่รับรู้ถึงการสนับสนุนขององค์กรสูงมักจะมีความผูกพันต่องานและองค์กรและช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้บังคับบัญชาระดับล่างเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นกับพนักงาน

Linda Rhoades and Robert Eisenberger (2002) กล่าวว่า เมื่อพนักงานได้รับการสนับสนุนจากองค์กรจะทำให้พนักงานเกิดความใส่ใจต่อความเป็นอยู่ขององค์กร และช่วยองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ พนักงานที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรสูงจะมีความผูกพันต่องานและต่อองค์กร และเมื่อพนักงานมีความเชื่อว่าองค์กรใส่ใจความเป็นอยู่ของพนักงาน พนักงานก็จะตอบสนองโดยการพยายามทำหน้าที่ให้ดีที่สุดและก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ก็เป็นส่วนสำคัญที่สามารถทำนายความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว หากพนักงานขาดการการสนับสนุนจากหัวหน้างาน จะทำให้พนักงานพนักงานทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ

4) การรับรู้ถึงความยุติธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน (Distribution and procedure justice) William A. Kahn (1990) กล่าวว่า สำหรับองค์กรแล้วเป็นเรื่องจำเป็นและสำคัญมากที่จะต้องกำหนดเรื่องการให้รางวัลแก่พนักงาน ในขณะที่ผลที่ออกมาต้องเป็นไปด้วยความยุติธรรม สำหรับความยุติธรรมขององค์กรมีการวิจัยว่าเกี่ยวกับความยุติธรรมถูกรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจในงาน ความผูกมัดกับองค์กร พฤติกรรมของพนักงานในองค์กร การถดถอย ลาออก และการแสดงบทบาท เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความยุติธรรมในองค์กรว่ามีในระดับสูงจะทำให้เกิดความผูกพันที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในทางกลับกันบทบาท เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความยุติธรรมในองค์กรว่ามีในระดับต่ำ จะทำให้พนักงานลาออกหรือรู้สึกไม่ผูกพันกับองค์กร

5) ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน (Personal Characteristic)

จากการศึกษาของ Richard M. Steers and Lyman W. Porter (1991) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์กรได้แก่

1. อายุ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยบุคคลที่มีอายุมากจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย เพราะอายุเป็นสิ่งที่แสดงถึงวุฒิภาวะของบุคคล บุคคลที่มีอายุมากขึ้นจะมีความคิด มีความรอบคอบในการตัดสินใจมากกว่าบุคคลที่อายุน้อย และยิ่งอายุมากขึ้นก็จะพบว่า สมาชิกขององค์กรจะมีความผูกพันต่อองค์กรที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า บุคคลที่มีอายุ

มากขึ้นจะอยู่ในองค์กรด้วยเหตุผลหลายอย่าง เช่น ความหวังที่จะได้รับเงินเดือนตอบแทนพิเศษ เช่น เงินบำเหน็จ บำนาญ ถ้าทำงานจนเกษียณอายุราชการ และการได้รับตำแหน่งหน้าที่ที่ดีขึ้น

2. ระดับการศึกษา มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยพนักงานที่มีการศึกษาสูงจะมีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ เนื่องจากพนักงานที่มีการศึกษาสูงจะมีความคาดหวังต่อสิ่งที่ได้รับสูง เนื่องจากมีข้อมูลต่างๆประกอบการตัดสินใจมากกว่า และเชื่อมั่นในตนเองว่ามีโอกาสเปลี่ยนงานใหม่ได้ง่าย

3. เพศ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยเพศหญิงจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีความผูกพันต่อกลุ่มมากกว่าเพศชาย และพบว่าเพศหญิงมีความตั้งใจที่จะเปลี่ยนงานน้อย เพศหญิงต้องพึ่งพาอุปสรรคในการเข้ามาเป็นสมาชิกองค์กรมากกว่าเพศชาย

4. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยพนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานนานจะผูกพันต่อองค์กรสูง เนื่องจากบุคคลนั้นได้อุทิศกำลังกายกำลังสติปัญญา สะสมประสบการณ์ในการทำงาน

5. ความชำนาญในงานตามระยะเวลาที่นานขึ้น ทำให้เพิ่มความดึงดูดใจให้การปฏิบัติงานและหวังที่จะได้รับผลตอบแทน หรือการเลื่อนตำแหน่งที่พึงพอใจมากขึ้นจึงมีความต้องการลาออกจากงานน้อย

6. ความต้องการประสบความสำเร็จและก้าวหน้า ซึ่งองค์กรที่ทำให้พนักงานเห็นว่าเขาสามารถทำงานไปสู่จุดหมายได้นั้น จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร เพราะการทำงานที่ประสบความสำเร็จนั้น แสดงถึงการมีโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน

7. สถานภาพสมรส มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยพนักงานที่มีภาระครอบครัว จะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าคนโสด เนื่องจากภาระที่รับผิดชอบทำให้ต้องการความมั่นคงในการทำงานมากกว่า รวมถึงจะทำให้มีทัศนคติต่องานในแง่บวก สามารถปรับตัวให้เข้ากับงานได้ดีกว่า จึงทำให้อัตราการเปลี่ยนงานต่ำ และยังมีภาระต้องเลี้ยงดูบุตรเพิ่มขึ้น ก็ยังพบว่าพนักงานจะมีความผูกพันสูงขึ้นตามไปด้วย

6) ประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experience) Richard M. Steers (1997) กล่าวว่า ประสบการณ์ในการทำงานเป็นลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ซึ่งประสบการณ์ในการทำงาน หมายถึง การรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ประสบการณ์ที่เป็นคุณหรือโทษ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความสำคัญตนเองในองค์กร ผลประโยชน์ตอบแทนที่ได้รับ ทัศนคติในกลุ่มบุคคลในองค์กร ความน่าเชื่อถือและพึ่งพาได้ขององค์กร

7) **สิ่งจูงใจ (Motivation)** Lawrence G. Hrebiniak and Joseph A. Alutto (1973) พบว่าองค์กรที่มีระบบสิ่งจูงใจที่ดีมากเท่าใด ผู้ปฏิบัติงาน ยังมีแนวโน้มที่จะผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นเท่านั้น โดยสิ่งจูงใจในองค์กร หมายถึง เงินเดือน สวัสดิการ และผลประโยชน์ตอบแทนในรูปแบบต่างๆ รวมถึงความก้าวหน้าในการทำงานที่องค์กรสามารถสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้ปฏิบัติงาน

8) **ความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self Efficacy)** Albert Bandura (1997) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองจะทำให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนดำเนินงาน เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ค้นหาแรงจูงใจที่ดีเยี่ยม ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสำหรับลูกค้า เมื่อพนักงานเกิดความรู้สึกว่าได้รับความก้าวหน้า ก็จะทำให้เกิดความรักในองค์กร ต้องการปฏิบัติงานกับองค์กรนี้ต่อไป จนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและกลายเป็นความผูกพันต่อองค์กรในที่สุด

9) **การบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation)** Marie William and Juan I. Sanchez (1998) กล่าวว่า เมื่อพนักงานมีการให้บริการลูกค้าด้วยใจ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ พอใจในการบริการของพนักงานแล้วยังอาจทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวของบริษัทด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ตัวพนักงานเองมีความภูมิใจในการให้บริการของตนเอง เกิดความประทับใจทั้งสองฝ่าย ทำให้พนักงานรู้สึกดีต่อบริษัทเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด และยังมีการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญสูง ยิ่งส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูงตามไปด้วย

10) **วัฒนธรรมการให้บริการ (Service Climate)** องค์กรที่ประกอบกิจการด้านบริการจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์บรรยากาศการให้บริการเพื่อการแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงการรักษาลูกค้าไว้ โดยองค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการให้บริการที่มีคุณภาพ และคุณภาพของการบริการจะทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่น และจะส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานภายในองค์กร เมื่อพนักงานมีส่วนทำให้การบริการขององค์กรดีขึ้น ก็ยิ่งทำให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ ซึ่งส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร (เมธิ ปิยะคุณ, 2546 : ออนไลน์)

2.1.2 ความเชื่อมั่นในความสามารถของตน (Self Efficacy Beliefs)

ความเชื่อมั่นในความสามารถของตน หมายถึง การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการที่พนักงานตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Bandura, 1977)

Albert Bandura (1997) เชื่อว่าความสามารถของมนุษย์นั้นยึดหยุ่นตามสภาพการณ์ ดังนั้นสิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพของการแสดงออก จึงขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของตนเอง ในสภาพการณ์นั้น ๆ นั่นคือหากพนักงานมีความเชื่อว่าเรามีความสามารถ ก็จะแสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา โดยพนักงานที่เชื่อว่าตนเองมีความสามารถจะมีความอดทน อุตสาหะ ไม่ท้อถอยง่าย และจะทำให้งานนั้นๆ ประสบความสำเร็จในที่สุด ซึ่งความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองจะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนดำเนินงาน เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ค้นหาแรงจูงใจที่ดีเยี่ยม ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสำหรับลูกค้า เมื่อพนักงานเกิดความรู้สึกว่าได้รับความก้าวหน้า ก็จะทำให้เกิดความรักในองค์กร ต้องการปฏิบัติงานกับองค์กรนี้ต่อไป จนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและกลายเป็นความผูกพันต่อองค์กรในที่สุด โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสามารถตนเองนั้นมีอยู่ด้วยกัน 4 ปัจจัย ได้แก่

1) ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Mastery Experiences) ซึ่ง Albert Bandura (1997) เชื่อว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพราะเป็นประสบการณ์โดยตรง ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องฝึกให้พนักงานมีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จได้พร้อม ๆ กับการทำให้พนักงานรับรู้ว่ามีประสิทธิภาพจะกระทำได้ ซึ่งพนักงานที่รับรู้ว่ามีประสิทธิภาพ จะไม่ยอมแพ้อะไรง่าย ๆ แต่จะพยายามทำงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ

2) โดยการใช้ตัวแบบ (Modeling) การที่พนักงานได้สังเกตตัวแบบแสดงพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน และได้รับผลที่พึงพอใจ ก็จะทำให้พนักงานที่สังเกตฝึกความรู้สึกว่าเขาจะสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ถ้าเขาพยายามจริงและไม่ย่อท้อ

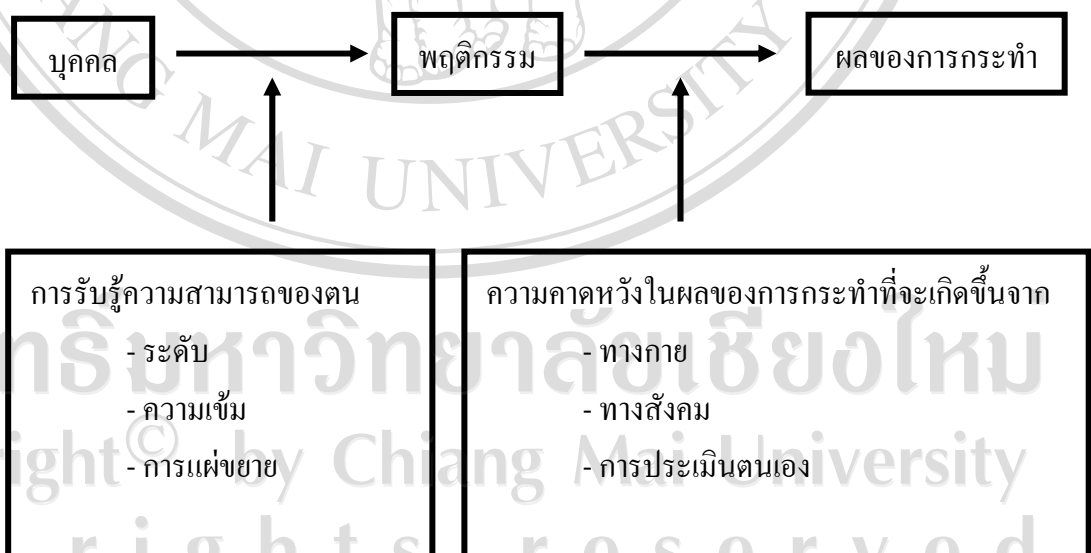
3) การใช้คำพูดชักจูง (Verbal Persuasion) เป็นการบอกว่าพนักงานท่านนั้นมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้และควรจะใช้ร่วมกับการทำให้พนักงานมีประสบการณ์ของความสำเร็จ ซึ่งอาจจะต้องค่อย ๆ สร้างความสามารถให้กับบุคคลอย่างค่อยเป็นค่อยไปและให้เกิดความสำเร็จตามลำดับขั้นตอน พร้อมทั้งการใช้คำพูดชักจูงร่วมกัน

4) การกระตุ้นทางอารมณ์ (Emotional Arousal) การกระตุ้นทางอารมณ์มีผลต่อการรับรู้ความสามารถของพนักงานที่ถูกกระตุ้นอารมณ์ในทางลบ เช่น การถูกตำหนิ ซึ่งจะทำให้เกิดความวิตกกังวลและความเครียด และนำไปสู่การรับรู้ความสามารถลดลง และจะทำให้พนักงานไม่สามารถแสดงออกได้ แต่ถ้าพนักงานสามารถลดหรือระงับการถูกกระตุ้นทางอารมณ์ได้ จะทำให้การรับรู้ความสามารถของตนดีขึ้น อันจะทำให้การแสดงออกถึงความสามารถดีขึ้น

Albert Bandura (1997) เห็นว่าความสามารถของคนเรานั้นไม่ตายตัว หากแต่ยืดหยุ่นตามสภาพการณ์ ดังนั้นสิ่งที่จะกำหนดประสิทธิภาพของการแสดงออก จึงขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของตนเองในสภาวะการณ์นั้น ๆ นั่นเอง นั่นคือถ้าเรามีความเชื่อว่าเรามีความสามารถ เราก็จะแสดงออกถึงความสามารถนั้นออกมา คนที่เชื่อว่าตนเองมีความสามารถจะมีความอดทน อุตสาหะ ไม่ท้อถอยง่าย จะประสบความสำเร็จในที่สุด(Evans, 1989)ก็มีคำถามว่าการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น เกี่ยวข้องหรือแตกต่างอย่างไรกับความคาดหวัง ผลที่จะเกิดขึ้น (Outcome Expectation) เพื่อให้เข้าใจและชัดเจน ดังนั้น Albert Bandura (1997) จึงเสนอแผนภาพแสดงความแตกต่างระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้น ดังภาพ

การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานได้ในระดับใด ในขณะที่ความคาดหวังเกี่ยวกับผลที่จะเกิดขึ้นนั้น เป็นการตัดสินใจว่าจะเกิดผลใดขึ้นจากการกระทำพฤติกรรมดังกล่าว

การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์กันมาก โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองนี้มีผลต่อการตัดสินใจ ที่จะกระทำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ (Bandura, 1977) ซึ่งจะเห็นได้จากภาพ



ภาพที่ 1 แสดงความแตกต่างระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนและความคาดหวังในผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้น

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

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

จากภาพ พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนจะออกมาในลักษณะที่เป็นระดับความเข้มและการแผ่ขยายของความสามารถ ส่วนความคาดหวังในผลของการกระทำที่เกิดขึ้นจากทางกายภาพ ทางสังคม และจากการประเมินตนเอง

ความคาดหวังในผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้น

การรับรู้ความสามารถ ของตน	ต่ำ	สูง	
	สูง	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ	มีแนวโน้มที่จะทำแน่นอน
	ต่ำ	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะไม่ทำ

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

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

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตน และความคาดหวังในผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้นต่อการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล Albert Bandura (1978)

ความคาดหวังในผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้น

การรับรู้ความสามารถของตน	ทางลบ	ทางบวก	
	ทางบวก	ปฏิเสธไม่พอใจ	ต้องการทำกิจกรรมให้บรรลุผลสำเร็จ มีความมั่นใจ มีความพึงพอใจ
	ทางลบ	ถอนตัวออก ไม่สนใจ	ลดคุณค่าของตนเอง หมกมุ่นกังวลใจ

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

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

ผลจากรูปแบบที่แตกต่างกัน การรับรู้ความสามารถของตนและความคาดหวังในผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้น ที่มีต่อภาวะพฤติกรรมและความรู้สึก (Bandura, 1977)

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

2.1.3 การบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ (Customer Orientation)

Marie William and Juan I. Sanchez (1998) ให้คำจำกัดความของการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญว่าเป็นการจัดการความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำในที่สุด เพราะพนักงานที่เอาใจใส่ดูแลลูกค้าจะพยายามอย่างหนักที่จะหาความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าจะค่อยๆ ถูกโน้มน้าวและจะค้นหาการบริการเดิม ในโอกาสต่อไป ซึ่งพบว่าการรับรู้ การปฏิบัติต่อลูกค้าของพนักงานมีอิทธิพลในทางบวกบนความพึงพอใจของลูกค้าต่อตัวพนักงานนั้นๆ นั่นคือ เมื่อพนักงานให้บริการอย่างเต็มใจเป็นที่พอใจของลูกค้า ลูกค้าก็พอใจในตัวพนักงานนั้นๆนั่นเอง

เมื่อตัวพนักงานเองมีการให้บริการลูกค้าด้วยใจ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ พอใจในการบริการของพนักงานแล้วยังอาจทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวของบริษัทด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ตัวพนักงานเองมีความภูมิใจในการให้บริการของตนเอง เกิดความประทับใจทั้งสองฝ่าย จึงทำให้พนักงานรู้สึกดีต่อบริษัทเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด และยังมีบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญสูง ยิ่งส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูงตามไปด้วย

Benjamin Schneider and Daniel Schechter (1991) แนะนำว่า พนักงานบางคนอาจจะให้บริการด้วยความสมัครใจและเต็มใจมากกว่าคนอื่น ยิ่งกว่านั้น Benjamin Schneider and David E. Bowen (1995) ยืนยันว่าเมื่อบริษัทมีการให้บริการที่น่าพึงพอใจ แล้วลูกค้าก็จะยิ่งพอใจในตัวพนักงาน ซึ่งบนพื้นฐานของความคิดนี้ Benjamin Schneider and David E. Bowen (1995) ได้เสนอว่า ยิ่งพนักงานบริการด้วยความเอาใจใส่ลูกค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าแล้วยิ่งจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น หลักฐานที่จะนำมาประกอบ ความสัมพันธ์เหล่านี้ Jame H. Reynierse and John B. Harker (1992) ใช้ Selling Orientation Customer Orientation (SOCO) ในการวัดความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานที่ถูกวัดโดยพนักงาน และความพึงพอใจของลูกค้า ที่ตามมา โดย Soco scale จะทำการวัดปัจจัย 4 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) การตามใจลูกค้า (Pamper) คือ ทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษเป็นคนสำคัญกับบริษัท
- 2) การอ่านใจลูกค้า (Read) คือ การดูลักษณะท่าทางที่แสดงออกรวมถึงการฟังความต้องการของลูกค้าอย่างตั้งใจ
- 3) การส่งมอบบริการ (Deliver) คือ การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยความอ่อนโยน
- 4) การสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (Personal Relationship) คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวพนักงานและลูกค้า ให้มีความสนิทกันมากขึ้น

2.1.4 วัฒนธรรมในการให้บริการ (Service Climate)

วัฒนธรรมในการให้บริการ หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน , ขบวนการทำงาน , พฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งตอบแทน, การสนับสนุน และความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะดูแลเอาใจใส่การให้บริการแก่ลูกค้าและคุณภาพการให้บริการ (Schneider and colleagues, 1998:151)

วัฒนธรรมในการให้บริการ คือ การประยุกต์ใช้ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับบรรยากาศภายในองค์กร โดยเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงไปถึงการแบ่งปันการรับรู้ของลูกค้าซึ่งมีความสำคัญต่อองค์กร (Johnson, 1996) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างบรรยากาศภายในองค์กรซึ่งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดที่ว่า การบรรยายและอธิบายสิ่งแวดล้อมในการทำงาน สมาชิกขององค์กรมีการประสาน micro perceptions เกี่ยวกับสถานที่ทำงานที่นำมาซึ่งบรรยากาศแห่งการรับรู้ที่ยิ่งใหญ่ (macro perceptions) ที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน การบริการที่เป็นเลิศเป็นสิ่งสำคัญต่อองค์กรและส่งผลดีแก่การสร้างบรรยากาศการบริการ

วัฒนธรรมการให้บริการสามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือวัดวัฒนธรรมการให้บริการที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ Likert Scale 7 ระดับ (7=เห็นด้วยอย่างยิ่ง; 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ประเด็นที่จะวัดประกอบด้วย 5 รายการดังนี้ (Schneider et al., 2000)

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

องค์กรที่ประกอบกิจการด้านการบริการจำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์บรรยากาศการให้บริการเพื่อแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงการรักษาลูกค้าไว้ โดยองค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการให้บริการที่มีคุณภาพ และคุณภาพของการบริการจะทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่น และจะส่งผลต่อพฤติกรรมบริการของพนักงานภายในองค์กร

2.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ทู มูฟ จำกัด

บริษัท ทู มูฟ จำกัด (True Move) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจให้บริการโทรศัพท์มือถือรายหนึ่งในประเทศไทย เดิมเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท เทเลคอม เอเชีย กับกลุ่มออเรนจ์จากประเทศฝรั่งเศส ในชื่อ ทีเอ ออเรนจ์ ซึ่งในเดือนตุลาคม 2544 บริษัทเทเลคอม เอเชีย ได้เข้าถือหุ้น ในบริษัทกรุงเทพ อินเทอร์เน็ตเทเลเทค จำกัด (มหาชน) หรือ “BITCO” (ซึ่งเป็นบริษัทที่ถือหุ้นในบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด) ในอัตราร้อยละ 41.1 ซึ่งนับเป็นการเริ่มเข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดย ทีเอ ออเรนจ์ได้เปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบในเดือนมีนาคม 2545 แต่ใน พ.ศ. 2547 กลุ่มออเรนจ์ได้ถอนทุนออกไปจากประเทศไทย ทางเทเลคอมเอเชียซึ่งเป็นบริษัทแม่จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็นทู คอร์ปอเรชั่น และเปลี่ยนชื่อ ทีเอ ออเรนจ์ เป็น ทู มูฟ โดยปัจจุบัน บริษัทตั้งอยู่ที่เลขที่ 18 อาคารทูลุ ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ โดยมี คุณ ศุภชัย เจียรนวนนท์ ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่

2.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

การเป็นผู้ให้บริการด้านการสื่อสารครบวงจรและมุ่งตอบสนองลูกค้าเป็นหลัก อีกทั้งยังเป็นผู้ให้บริการหนึ่งเดียวของประเทศที่สามารถให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ระบบสื่อสารไร้สาย อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และผลิตภัณฑ์และบริการด้านเนื้อหาต่างๆ อย่างหลากหลาย

2.2.2 พันธกิจ (Mission)

1. ขยายโครงข่ายโทรคมนาคมรวมถึงการพัฒนาระบบการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำการสื่อสารผ่านบริการที่ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารไร้สาย โทรศัพท์พื้นฐาน อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการให้บริการเคเบิล
2. พัฒนาระบบการให้บริการ โซลูชันทางธุรกิจให้ดีขึ้นและครอบคลุมขึ้น ทั้งแก่ลูกค้าประเภทองค์กร และลูกค้าขนาดกลางและขนาดย่อม
3. รักษาฐานลูกค้าโทรศัพท์บ้านพื้นฐาน และรักษาความเป็นผู้นำในตลาดบรอดแบนด์ในกรุงเทพมหานคร
4. ขยายขีดความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงให้แก่ประชาชนและเยาวชนทุกครัวเรือน ผ่านทางบริการต่างๆ ในบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้แก่อินเทอร์เน็ต, อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การสื่อสารแบบไร้สาย และเคเบิลทีวี โดยมีเป้าหมายให้เข้าถึงประชาชนอย่างน้อย 50% ทั่วประเทศภายใน 3 ปี

2.2.3 วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อที่จะเป็นผู้นำการสื่อสารผ่านบริการที่ครบวงจร โดยเน้นที่การตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้การผสมผสานศักยภาพ โครงข่าย เทคโนโลยี สินค้าและบริการต่างๆ ที่มีอยู่ออกมาเป็นรูปแบบบริการ
2. เพื่อนำความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงให้แก่ประชาชนและเยาวชนทุกครัวเรือน

2.2.4 นโยบาย (Policies)

1. ด้านการให้บริการ นำเสนอนวัตกรรมและระบบสื่อสารแบบไร้สาย เพื่อให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันและกัน ตลอดจนเข้าถึงความรู้ ข้อมูล และสาระบันเทิง ทุกที่ ทุกเวลา ตามต้องการ ด้วยบริการที่เหนือกว่าทั้งในด้านพื้นที่เครือข่ายการให้บริการ คุณภาพ และการบริการที่เป็นเลิศ โดยใช้นโยบายการให้บริการแบบ One Stop Service
2. ด้านการตลาด มุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้า และทำตลาดแบบไลฟ์สไตล์ตามนโยบายคอนเวอร์เจนต์ ตอกย้ำบริการที่ให้และเป็นมากกว่าโทรศัพท์มือถือ โดยรวมบริการที่มีความโดดเด่นต่างๆ ในกลุ่มทรูเข้าด้วยกัน ด้วยการคิดค้นรูปแบบแคมเปญการตลาดที่แปลกและแตกต่าง
3. ด้านการเงินและการลงทุน ดำเนินการปรับโครงสร้างหนี้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักลงทุน
4. ด้านบุคลากร ทำการสรรหา พัฒนา และรักษาบุคลากรขององค์กร รวมถึงการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงาน

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริยาภรณ์ อัครดำรงชัย (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของครูโรงเรียนคาทอลิก สังกัดสังฆมณฑลจันทบุรี” โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าโดยสอบถามความคิดเห็นจากครูผู้สอนของโรงเรียนคาทอลิก สังกัดสังฆมณฑลจันทบุรี จำนวน 11 โรงเรียน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะแสดงให้เห็นทราบถึงความผูกพันต่อองค์กร โดยใช้แบบสอบถามและสามารถเก็บแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมด 248 ฉบับ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยทั้งหมด 12 ปัจจัย มีปัจจัยเพียง 2 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ ได้แก่ ประสิทธิภาพในงานและลักษณะงาน ซึ่งเป็นลักษณะงานที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถและทักษะหลายด้านประกอบกันรวมทั้งเมื่องานเกิดปัญหาพนักงานทราบดีว่า

ควรแก้ไขปัญหาวางไร ซึ่งปัจจัยข้างต้นสามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยประสพการณ์ในงาน ($\beta=0.4557$) สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานได้มากกว่าปัจจัยด้านลักษณะงาน ($\beta=0.1963$) และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุป็นนทน์ ชนะสงคราม (2547) ที่ได้ทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสาขา ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่พบว่าพนักงานสาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมในระดับปานกลางค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อัตราเงินเดือนตำแหน่งงาน อายุงาน ปัจจัยด้านงาน ได้แก่ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ การรับรู้บรรยากาศขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

พิชญากุล ศิริปัญญา (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค : กรณีศึกษาพนักงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยสำรวจจากพนักงานทั้งสิ้น 359 คน โดยมีการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับระดับความผูกพันต่อองค์กรทั้งสิ้น 2 ส่วน รวม 10 ข้อ โดยสมมติฐานส่วนที่ 1 พบว่าโดยรวมพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง สมมติฐานส่วนที่ 2 พบว่า การมีเพศที่ต่างกัน อายุที่ต่างกัน สถานภาพสมรสต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กรต่างกัน ระดับตำแหน่งต่างกัน อัตราเงินเดือนต่างกัน ลักษณะงานที่ปฏิบัติที่แตกต่างกัน และประสพการณ์ในงานที่ปฏิบัติของพนักงานมีความแตกต่างกัน จะส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรยังสามารถใช้ทำนายอัตราการเข้า-ออกของพนักงานได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน อีกทั้งความผูกพันต่อองค์กรยังเป็นแรงผลักดันให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรสามารถทำงานได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากเกิดความรู้สึกในความเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกันและเกิดความรักความผูกพันในองค์กรของตน ความผูกพันต่อองค์กรเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างความต้องการของบุคคลในองค์กรกับเป้าหมายขององค์กรเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้และมีส่วนเสริมสร้างความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

เบญจมาภรณ์ นวลิมปี (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร : กรณีศึกษา บริษัท ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสงครามและสาขาสุมทราสาร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)สาขาสุมทราสารและสาขาสุมทราสาร โดยทำการศึกษาจากพนักงานที่ปฏิบัติงานจำนวน 42 คน โดยใช้แบบสอบถามตอบด้วยตนเอง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับ

ปริญญาตรี มีระยะเวลาปฏิบัติงานในองค์กรระหว่าง 9-13 ปี และส่วนใหญ่มีอัตราเงินเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท พบว่า ความแตกต่างของ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร ไม่มีผลต่อพนักงานหรือพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างในด้าน อายุ การศึกษา การมีตำแหน่งแตกต่างกัน การมีอัตราเงินเดือนแตกต่างกัน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติและด้านประสบการณ์ในงานที่ปฏิบัติ ส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน

สุป็นนนท์ ชนะสงคราม (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)” ทำการศึกษาพนักงานโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 371 คน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานสาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมในระดับปานกลางค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อัตราเงินเดือนตำแหน่งงาน อายุงาน ปัจจัยด้านงาน ได้แก่ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ การรับรู้บรรยากาศขององค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

พชร อิมวิเศษ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จำนวน 869 คน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านความมั่นคง แรงจูงใจในการทำงานด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง คุณภาพชีวิตการทำงาน การทำงานด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ทำงาน คุณภาพชีวิตด้านการทำงานด้านผลประโยชน์ตอบแทน คุณภาพชีวิตการทำงานด้านความสมดุลของชีวิตกับการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานด้านคุณค่าของผลงานเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ ยังพบว่าบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูง แสดงว่าบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีความผูกพันต่อองค์กรมาก มีทัศนคติ ความคิด ความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร

Mustafa Kokuncu, Ronald J.Burke and Lisa Fiksenbaum (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความผูกพันต่อองค์กรด้านงานของผู้จัดการและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้หญิงในธนาคารประเทศตุรกี” เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านประสบการณ์ในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่องาน โดยสามารถแบ่งความผูกพันต่องานออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้สึก มุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ประกอบด้วยคำถาม 6 คำถาม ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) ประกอบด้วยคำถาม 5 คำถาม และการให้เวลากับงานงาน (Absorption) ประกอบด้วยคำถาม 6

คำถาม โดยใช้สเกลในการวัด 5 สเกล ส่วนองค์ประกอบด้านประสิทธิภาพในการทำงาน ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานอย่างหนัก ด้านการควบคุม ด้านการให้รางวัลและการทักทาย ด้านการสื่อสาร ด้านความยุติธรรม และด้านคุณค่าในงานที่ทำ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่องาน ส่วนตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่องาน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานและด้านการอุทิศตนในการทำงาน และประสิทธิภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยทั้งด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ด้านการอุทิศตนในการทำงาน และด้านการให้เวลากับงาน ซึ่งการเพิ่มขึ้นของระดับการบังคับบัญชา รางวัลและการทักทาย คุณค่าในงานที่ทำจะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่องานสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่องานได้ จากการศึกษาพบว่า ยิ่งพนักงานในองค์การทำงานหนักเท่าไรก็ยิ่งทำให้เกิดความผูกพันต่องานด้านการให้เวลากับงานมากขึ้นเท่านั้น

Bagja Basikin (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน การอุทิศตนในการทำงาน และการให้เวลากับงาน : ความผูกพันต่อองค์การด้านงานของครูสอนภาษาอังกฤษ โรงเรียนมัธยมในประเทศอินโดนีเซีย” พบว่า ความผูกพันต่องานเป็นลักษณะของผู้ที่มีความรู้สึกมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) การอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) โดยทำการศึกษาครูโรงเรียนมัธยมในเมืองYogyakarta ประเทศอินโดนีเซียทั้งสิ้น 152 คน โดยใช้สเกลในการศึกษา 7 สเกล ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามีค่าความเชื่อถือได้ของข้อมูลโดยรวม ($\text{Alpha}=0.91$) ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่สูงมาก โดยค่าความเชื่อถือได้ของด้านมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน ($\text{Alpha}=0.76$) ค่าความเชื่อถือได้ของด้านการอุทิศตนในการทำงาน ($\text{Alpha}=0.83$) และค่าความเชื่อถือได้ของด้านการให้เวลากับงาน ($\text{Alpha}=0.79$) และผลของระดับความคิดเห็นพบว่าระดับความคิดเห็นทุกค่ามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับค่อนข้างสูง โดยผลการศึกษาพบว่าครูมีค่าเฉลี่ยรวม 5.04 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานค่าเฉลี่ย 4.99 ด้านการอุทิศตนในการทำงานค่าเฉลี่ย 5.44 และด้านการให้เวลากับงานงานค่าเฉลี่ย 4.71