

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจในปัจจุบันเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะในธุรกิจด้านการให้บริการที่ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ จำเป็นต้องพึ่งพาปัจจัยต่างๆ เพื่อช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งทรัพยากรบุคคลนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการนำพาองค์กรให้ไปสู่จุดมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดีปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร และปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น ถือเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันให้องค์กรก้าวหน้าไปได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นพนักงานจึงเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีค่า ซึ่งองค์กรต้องทำการลงทุนเพิ่มอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาทักษะและความรู้ความสามารถ นอกจากนี้องค์กรต้องไม่ลืมที่จะรักษาพนักงานไว้ให้คงอยู่กับองค์กร เนื่องจากหากองค์กรต้องสูญเสียพนักงานที่มีความรู้ความสามารถไป ถือเป็น การสูญเสียทรัพยากรที่มีค่า นอกจากนี้ องค์กรยังต้องสูญเสียในด้านของงบประมาณที่จะต้องนำไปสรรหาและพัฒนาพนักงานเข้ามาทดแทน ดังนั้น การรักษาพนักงานสามารถทำได้ด้วยการทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กรซึ่ง ไม่ใช่เพียงแค่การที่พนักงานทำงานให้บรรลุเป้าหมายในแต่ละวัน แต่หมายรวมถึงการที่พนักงานต้องมีความสุขในงานที่ได้ทำด้วย

บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2533 และในเดือน ธันวาคม 2536 ได้เปลี่ยนสถานะเป็นบริษัท มหาชน โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” ต่อมาในเดือน ตุลาคม 2544 บริษัทได้เข้าถือหุ้นในบริษัท กรุงเทพอินเตอร์เทเลเทค จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัท แม่ที่ถือหุ้นในบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ในอัตราร้อยละ 41.1 ซึ่งนับเป็นการเริ่มเข้าสู่ธุรกิจ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ ทีเอ ออเรนจ์ได้เปิดให้บริการอย่างเต็มที่ในเดือนมีนาคม 2545 และต่อมา บริษัทได้มีการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท กรุงเทพอินเตอร์เทเลเทค จำกัด (มหาชน) มากขึ้น ตามลำดับ ในเดือนเมษายน 2547 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ภายใต้แบรนด์ทรู โดยการ เปลี่ยนชื่อจากบริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE” และในเดือนกุมภาพันธ์ 2549 ทีเอ ออเรนจ์ได้ เปลี่ยนชื่อเป็น ทรูมูฟ และสามารถให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ GSM (Global System for Mobile Communications) ที่ความถี่ 1800 MHz ภายใต้การได้รับอนุญาตจาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ตามเงื่อนไข Build-Transfer-Operate (BTO) สิ้นสุดเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2556 (บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), 2550)

บริษัท ทรู มูฟ จำกัด ให้ความสำคัญกับ “พนักงาน” ว่าเป็นสินทรัพย์ (Asset) ที่มีค่า ขับเคลื่อนให้ธุรกิจขององค์กรดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและประสบผลสำเร็จ การบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์จะเน้นไปที่กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการในฐานะที่เป็น “ทุนมนุษย์” (Strategic Human Capital Management) ซึ่งองค์กรต้องลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรบุคคล ดังนั้นการ รักษาพนักงานให้อยู่กับบริษัท โดยการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรจึงมีความสำคัญ เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีผลกระทบกับทุกสิ่งทุกอย่างในองค์กร ตั้งแต่ประสิทธิภาพในการแข่งขัน การสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยม ไปจนถึงการสร้างกำไรสูงสุด โดยบริษัทถือว่า พนักงานจะต้อง มีลักษณะประกอบด้วย 4 คุณลักษณะ (4 Cs) ได้แก่

- 1) เอาใจใส่ (Caring) “เราจะดูแลเอาใจใส่ผู้อื่นให้เสมือนกับที่เราต้องการให้ผู้อื่นดูแลเรา”
- 2) เชื่อถือได้ (Credible) “เราติดต่อสื่อสารด้วยความซื่อสัตย์ และคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทเสมอ”
- 3) ใฝ่สร้างสรรค์ (Creative) “เราแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการทำงานร่วมกัน”
- 4) ความกล้าหาญ (Courageous) “เราตระหนักดีว่าโอกาสเกิดจากความรับผิดชอบ และความรู้สึก เป็นเจ้าของในงานนั้น ๆ”

แผนกค้าส่งบริษัท ทรู มูฟ จำกัด เป็นแผนกที่พนักงานไม่ได้ประจำอยู่ในสำนักงาน ทำให้สร้างความผูกพันได้ยากกว่าพนักงานส่วนอื่นๆ อีกทั้งพนักงานในแผนกนี้ยังเป็นพนักงานที่ต้อง พบปะลูกค้าผู้ค้าส่งรายใหญ่-เล็ก ของบริษัทโดยตรง ซึ่งหากพนักงานไม่เกิดความผูกพันต่อองค์กร แล้ว สิ่งที่พนักงานแสดงออกนั้น ลูกค้าทุกรายสามารถรับรู้ได้โดยตรง และจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจต่อองค์กร แต่หากพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร การแสดงออกหรือคำพูดที่ แสดงต่อลูกค้าย่อมเป็นไปในทางที่จะส่งผลดีต่อบริษัทและทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจที่จะติดต่อค้าขาย กับบริษัทต่อไป ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านการ บริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ ผูกพันต่อองค์กร โดยด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง จะทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณ มีความสามารถที่จะปฏิบัติงาน เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนดำเนินงาน เพื่อผลิตสินค้า และบริการที่มีคุณภาพสำหรับลูกค้า (Bandura, 1997) ด้านการบริการที่มุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ พบว่า เมื่อตัวพนักงานเองมีการให้บริการลูกค้าด้วยใจ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึก ประทับใจ พอใจในการบริการของพนักงานแล้วยังอาจทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวของบริษัทด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ตัวพนักงานเองมีความภูมิใจในการให้บริการของตนเอง (William and Sanchez,

1998) และด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ พบว่า องค์กรที่ประกอบกิจการด้านการบริการ จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์บรรยากาศการให้บริการเพื่อแสดงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งหมายถึงการรักษาลูกค้าไว้ โดยองค์กรต้องมีการกำหนดพฤติกรรมที่ตระหนักถึงการให้บริการที่มีคุณภาพ และคุณภาพของการบริการจะทำให้ห้องค์การแตกต่างจากองค์กรอื่น และจะส่งผลต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานภายในองค์กร (Schneider and colleagues, 1998) เมื่อพนักงานเกิดความรู้สึกว่าได้รับความก้าวหน้า ก็จะทำให้เกิดความรักในองค์กร ต้องการปฏิบัติงานกับองค์กรนี้ต่อไป จนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและกลายเป็นความผูกพันต่อองค์กรในที่สุด ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท ทู มูฟ จำกัด แผนกค้าส่ง โดยผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการวางแผนการรักษาและพัฒนาพนักงานที่มีคุณภาพให้คงอยู่ เพื่อสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน และสามารถใช้เป็นโครงการนำร่องสำหรับการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ทู มูฟ จำกัด ในส่วนอื่น ๆ ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทู มูฟ จำกัด

1.3 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ภาวะของจิตใจที่สัมพันธ์กับงาน โดยมีเป้าหมายที่จะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับความต้องการคงความเป็นสมาชิกขององค์กร ความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความรู้ ความสามารถ ความพยายามที่มีอยู่เพื่อปฏิบัติงานให้องค์กร ซึ่งไม่เจาะจงเพียงแค่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง เหตุการณ์ บุคคล หรือพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรถูกกำหนดลักษณะโดย ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน (Vigor) ด้านการอุทิศตนในการทำงาน (Dedication) และการให้เวลากับงาน (Absorption) พนักงาน หมายถึง พนักงานขายแผนกค้าส่งของบริษัท ทู มูฟ จำกัด ณ วันที่ 29 เมษายน

2551

องค์กร หมายถึง ศูนย์รวมของพฤติกรรมของผู้เป็นสมาชิกร่วม หรือเป็นศูนย์ของคนหรือพฤติกรรมของคนและการทำงานร่วมกันของคน ซึ่งในที่นี้หมายถึงแผนกค้าส่ง บริษัท ทู มูฟ จำกัด

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแผนกค้าส่ง บริษัท ทรู มูฟ จำกัด
2. นำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหาร ในการการวางแผนบริหารทรัพยากรมนุษย์ และกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความยั่งยืนให้กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved