

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานหน่วยงานสนับสนุน ของศูนย์
ศรีพัฒน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้ารวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และ
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ มาแสดงไว้ดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษานี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งจะมี
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

1. ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร เป็นทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเชื่อมโยงระหว่าง
เอกลักษณ์ของพนักงานกับองค์กร ผู้ปฏิบัติงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะตั้งใจปฏิบัติงาน
เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย (Sheldon, 1971) เป็นการแสดงออกถึงความจงรักภักดี (Loyalty) การ
มีส่วนร่วมในองค์กร (Involvement) ตามบทบาทหน้าที่ของตนเองเต็มที่และการที่มีความเป็น
อันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน (Buchanan, 1974) โดยความผูกพันจะ
เป็นระดับของความคิดในใจที่คิดในทางบวก การปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายด้วยความเต็ม
ใจ มีพลัง และมุ่งมั่น ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ความกระฉับกระเฉง (Vigor) คือ ลักษณะของพนักงานที่มีพลังการและพลังใจสูง
ในขณะที่ทำงาน มีความเต็มใจที่จะตั้งใจทำงาน ไม่เหน็ดเหนื่อยหรือท้อแท้ได้ง่าย และสามารถ
เผชิญหน้ากับความยากลำบากได้ ซึ่งตรงข้ามกับความเหนื่อยล้า (Exhaustion) ที่เป็นลักษณะความ
ไม่มีทั้งพลังการและพลังใจในการทำงาน ทำให้พนักงานไม่สามารถทำงานให้สำเร็จด้วยตัวเองได้

2. ความทุ่มเทในงาน (Dedication) คือการที่พนักงานมีความผูกพันกับงาน มีความรู้สึกว่
งานเป็นสิ่งสำคัญ มีความศรัทธา และภูมิใจในงาน คิดว่างานนั้นเป็นสิ่งท้าทายและสร้างแรงบันดาลใจ
ใจให้กับตนเอง มีความหมายตรงข้ามกับการดูถูกเหยียดหยัน (Cynicism) ที่มีลักษณะคือ ไม่มี ความ

ภูมิใจในงานของตน คิดว่าตนเองไม่เหมาะกับงาน ทำให้ไม่อยากที่จะทำงานและไม่พยายามทำงานนั้นๆให้สำเร็จ

3. ความมุ่งมั่น (Absorption) คืออารมณ์และความรู้สึกของพนักงานที่จดจ่ออยู่กับงาน มีความสุขใจในขณะที่ทำงานทำให้รู้สึกว่าเวลาในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็วและยากที่จะละทิ้งงานนั้นไปสนใจสิ่งอื่นรอบตัว

ลักษณะของความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างพนักงานกับองค์กรนี้ จึงก่อให้เกิดความพยายามที่จะทำประโยชน์ให้แก่องค์กร และปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรตลอดไป (Wilmar B. Schaufeli and Arnold B. Bakker., 2003)

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

2.1 ความมั่นใจในการทำงาน (Self-efficacy) หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตน ในสิ่งที่จะจัดการ และดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ และแสดงออกถึงความมีประสิทธิภาพในตนเอง ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านความสามารถของบุคคล ในการที่จะทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเกี่ยวเนื่องด้วยความพอเพียง ความมีประสิทธิผล ความชำนาญ ของความรู้สึกที่ตนเองมี ต้องมีการจัดการความต้องการในชีวิต ซึ่งเป็นพื้นฐานในการจูงใจ การพึงพอใจ และการประสบความสำเร็จส่วนบุคคลของมนุษย์ เพราะถ้าคนเราไม่เชื่อว่าการกระทำของตนจะให้ผลเป็นที่น่าพอใจ บุคคลผู้นั้นก็จะมีแรงกระตุ้นที่จะกระทำหรือพยายามในการเผชิญหน้ากับเรื่องยากเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (Albert Bandura, 1997)

การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะสามารถส่งเสริมความสำเร็จ และความเจริญรุ่งเรืองได้ โดยมีอิทธิพลต่อการเลือกที่จะทำและแสดงพฤติกรรมของตน มนุษย์มีแนวโน้มที่จะเลือกทำในสิ่งที่ตนเองมีความสามารถมากพอและมั่นใจในสิ่งที่จะทำหรือจะไม่ทำในสิ่งที่รู้ว่าจะไม่มีความสามารถ และไม่มั่นใจ ถ้ามนุษย์ไม่เชื่อว่าการกระทำของตนจะได้ผลตามต้องการ ก็จะมีแรงกระตุ้นให้ลงมือทำในสิ่งนั้นเพียงเล็กน้อย ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมเหล่านั้นจะถูกฝังเข้าไปยังแก่นของเชื่อมั่นที่ว่ามันั้นมีความสามารถเพื่อบรรลุพฤติกรรมนั้น อีกทั้งความเชื่อมั่นในความสามารถในตนเองอย่างสูงช่วยสร้างความรู้สึกที่ปลอดภัยในการเข้าถึงหน้าที่หรือการกระทำที่ยาก ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถในตนเองต่ำอาจเชื่อว่าสิ่งที่ตนจะทำมีความยากเกินไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ไปสนับสนุนความกังวล ความเครียด ความกดดัน และวิสัยทัศน์ที่แคบต่อการคิดว่าจะมีวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดอย่างไร ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อระดับการประสบ

ความสำเร็จของมนุษย์อย่างมาก การแสดงพฤติกรรมเชื่อมั่นในตนเองนี้ยังส่งผลต่อการสร้างความสามารถที่เป็นที่พอใจในตนเองได้ นั่นคือคนเราจะบรรลุในสิ่งที่ตนเองเชื่อว่าสามารถทำให้บรรลุผลได้

สิ่งที่จะใช้วัดพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ความสามารถของตนเอง ประกอบด้วย

(1) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy perception) ซึ่งเป็นความเชื่อของแต่ละคนเกี่ยวกับความสามารถของตนเองที่จะกระทำและนำไปสู่ความสำเร็จในสภาพการณ์นั้นๆ ประกอบด้วย ระดับการรับรู้ (Level) ความเข้มแข็งของการรับรู้ (Strength) และความจริงทั่วไป (Generality)

(2) ความคาดหวังในผลกรรมที่จะเกิดขึ้น (Outcome Expectancy) เป็นการที่บุคคลตัดสินใจว่าถ้ากระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งแล้วจะได้รับผลเช่นใดใน 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ (Physical) ด้านสังคม (Social) และด้านการประเมินคุณค่าของตัวเอง (Self-evaluation)

Richard I. Evans (1989) กล่าวโดยสรุปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอยู่ 4 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่

(1) ประสบการณ์ตรง (Mastery Experiences) ซึ่ง Albert Bandura เชื่อว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในในการพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองเพราะเป็นประสบการณ์โดยตรง ดังนั้น องค์การจึงจำเป็นที่จะต้องฝึกให้พนักงานมีทักษะเพียงพอที่จะประสบความสำเร็จได้พร้อมๆ กับการทำให้พนักงานรับรู้ว่าเขามีความสามารถจะกระทำได้ ซึ่งพนักงานที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถ จะไม่ยอมแพ้อะไรง่ายๆ แต่จะพยายามทำงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการ

(2) ประสบการณ์จากต้นแบบ (Modeling) เป็นการที่พนักงานได้สังเกตจากต้นแบบแสดงพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน และได้รับผลที่พึงพอใจ นั่นคือสังเกตจากประสบการณ์ของผู้อื่นนั่นเอง จะทำให้พนักงานที่สังเกตฝึกความรู้สึกว่าเขาสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ถ้าเราพยายามจริง และไม่ย่อท้อ

(3) การใช้คำพูดชักจูง (Verbal Persuasion) เป็นการนำเอาคำพูดของผู้อื่นมาเป็นข้อมูลในการพิจารณาความสามารถของตน และเชื่อว่าตนเองมีความสามารถตามคำกล่าวอ้างนั้นๆ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลกระทำพฤติกรรมตามที่ตนเองรับรู้ อาจจำเป็นต้องค่อยๆ สร้างความสามารถให้กับเขาอย่างค่อยเป็นค่อยไป และให้เกิดความสำเร็จตามลำดับขั้นตอน พร้อมทั้งการใช้คำพูดชักจูงร่วมกัน

(4) การกระตุ้นทางอารมณ์ (Emotional Arousal) พนักงานที่ถูกกระตุ้นในทางลบ เช่น การถูกตำหนิ จะทำให้เกิดความวิตกกังวล ความเครียด และนำไปสู่การรับรู้ความสามารถที่ลดลง ดังนั้น พนักงานที่สามารถลด หรือระงับการถูกกระตุ้นทางอารมณ์ได้ จะทำให้การรับรู้ความสามารถของตนเองดีขึ้น ส่งผลให้การแสดงออกด้านความสามารถดีขึ้นด้วย

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า เมื่อพนักงานในองค์กรมีการรับรู้ความสามารถตนเองสูงแล้วก็จะสามารถแสดงความสามารถตนเองในการทำงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นที่พอใจของทั้งตนเอง และองค์กรที่ตนเองทำงานให้ เมื่อตนเองมีความสุขในการทำงานนั้นๆ เกิดเป็นความมุ่งมั่นในการทำงาน และก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรในที่สุด (Schaufeli and Bakker, 2003)

2.2 การให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Orientation) คือการที่พนักงานให้บริการ เอาใจใส่ และให้ความสำคัญในตัวลูกค้า โดยทำให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ (Donovan and Hocutt, 2001) ซึ่งเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจเกิดขึ้นแล้วก็จะส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำในที่สุด (Marie Williams and Juan I. Sanchez, 1998)

การวัดการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงาน สามารถใช้ SOCO Scale: Sales Orientation – Customer Orientation (Robert Saxe and Barton A. Weitz, 1982) มาใช้วัดความสัมพันธ์ทางบวก ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงาน และ D.Todd Donovan (2001) ได้ปรับปรุง SOCO scale ภายใต้อุปกรณ์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

(1) การตามใจลูกค้า (Pamper) คือ ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษ เป็นคนสำคัญขององค์กร

(2) การอ่านใจลูกค้า (Read) คือ พนักงานต้องสังเกต และดูลักษณะท่าทางของลูกค้าที่แสดงออก รวมไปถึงการฟังอย่างตั้งใจ

(3) การส่งมอบ (Deliver) คือ การให้บริการที่สามารถตอบสนองและจัดหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัว และมีความอ่อนโยนในการให้บริการด้วย

(4) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Personal Relationship) คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวพนักงานกับลูกค้า ให้สนิทกันมากขึ้น ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน

D.Todd Donovan (2001) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการให้ความสำคัญต่อลูกค้าของพนักงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ว่าเมื่อพนักงานมีการบริการลูกค้าด้วยใจ มีการดูแลเอาใจใส่ ทำให้ลูกค้าประทับใจ และพอใจในการบริการแล้ว ก็จะทำให้ลูกค้าพอใจในตัวขององค์กรด้วย ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกดีต่อองค์กรจนเกิดเป็นความผูกพันในที่สุด การให้ความสำคัญในลูกค้าสูง ยิ่งส่งผลให้ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรสูงไปด้วย ในทางกลับกัน เมื่อองค์กรนั้นมีชื่อเสียงในเรื่องการบริการและลูกค้ารับรู้ได้ด้วยแล้ว ยิ่งส่งผลให้พนักงานเต็มใจ มุ่งมั่นและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความผูกพันมากขึ้น

2.3 บรรยากาศในการให้บริการ (Service Climate) เป็นการแบ่งปันการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับนโยบาย การปฏิบัติงาน กระบวนการทำงาน พฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลของงาน การสนับสนุน และความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะดูแลเอาใจใส่ต่อการให้บริการแก่ลูกค้า พร้อมทั้งคุณภาพการให้บริการ (Schneider and others, 1998:151) บรรยากาศในการให้บริการยังเกี่ยวข้อง และส่งผลโดยตรงกับบรรยากาศภายในองค์กร ซึ่งเชื่อมโยงไปยังการแบ่งปันการรับรู้ของสิ่งที่สำคัญต่อองค์กร (J.W. Johnson, 1996)

Richard S.Lytle (1998) กำหนดวิธีการวัดบรรยากาศในการให้บริการโดยให้ความหมายว่าเป็นองค์ประกอบของการให้ความสำคัญในการบริการ (Service Orientation) ดังนี้

(1) ผู้นำที่ทำตัวเป็นผู้ตาม (Servant Leadership) คือผู้นำในองค์กรแสดงพฤติกรรมการให้บริการที่ดีให้ลูกน้องของตนเองได้เห็นด้วยการทำตัวให้เป็นแบบอย่าง

(2) วิสัยทัศน์ของการบริการ (Service Vision) คือ ผู้นำมีการนำวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับบริการมาใช้ในองค์กร

(3) การรักษาลูกค้า (Customer Treatment) คือ องค์กรพยายามที่จะรักษาลูกค้าไว้ด้วยการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า

(4) อำนาจหน้าที่ของพนักงาน (Employee Empowerment) คือ ระดับของพนักงานที่ตอบสนองและทำตามหน้าที่เพื่อให้พบกับความต้องการของลูกค้า

(5) การฝึกฝนการบริการ (Service Training) คือ การฝึกทำงานเป็นกลุ่ม การแก้ไขปัญหา ทักษะส่วนบุคคล และอื่นๆ ที่ส่งผลทำให้พนักงานสามารถส่งมอบบริการที่ดีมีคุณภาพแก่ลูกค้าได้

(6) รางวัลของการบริการ (Service Rewards) คือ การให้รางวัลผลตอบแทน และสร้างการจดจำ พนักงานที่มีการให้บริการที่มีคุณภาพ

(7) การป้องกันการบริการที่ล้มเหลว (Service Failure Prevention) คือ การฝึกฝนให้พนักงานมีความมั่นใจในการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการบริการ

(8) การฟื้นคืนบริการที่ล้มเหลว (Service Failure Recovery) คือ การฝึกให้พนักงานตอบสนองกับลูกค้าที่ผิดหวังจากการบริการ เพื่อลดความผิดหวังจากลูกค้าและไม่ให้เกิดความผิดพลาดขึ้นอีกเป็นครั้งที่สอง

(9) เทคโนโลยีการให้บริการ (Service Technology) คือ การใช้เทคโนโลยีขององค์กร และระบบเทคโนโลยีพื้นฐานในการให้บริการลูกค้า

(10) การสื่อสารในมาตรฐานการบริการ (Service Standards Communication) คือ การสื่อสารให้พนักงานในองค์กรทุกคนเข้าใจในมาตรฐานการบริการขององค์กรตนเอง

โดยองค์ประกอบทั้ง 10 นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อบรรยากาศในการให้บริการ ได้แก่

(1) ความเป็นผู้นำของการบริการ (Service Leadership) ประกอบด้วย ผู้นำที่ทำตัวเป็นผู้ตาม และวิสัยทัศน์ของการบริการ

(2) การแข่งขันของการบริการ (Service Encounter) ประกอบด้วย การรักษาลูกค้า และอำนาจหน้าที่ของพนักงาน

(3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ประกอบด้วย การฝึกฝนการบริการ และรางวัลของการบริการ

(4) ระบบการให้บริการ (Service System) ประกอบด้วย การป้องกันการบริการที่ล้มเหลว การฟื้นคืนการบริการที่ล้มเหลว เทคโนโลยีการให้บริการ และการสื่อสารในมาตรฐานการบริการ

ดังนั้นบรรยากาศในการให้บริการนั้น จะส่งผลในทางบวกกับพฤติกรรมการให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าของพนักงานและความยึดติดในงาน นั้นหมายถึง ความผูกพันต่องานที่ทำ ยังมีวัฒนธรรมในการให้บริการที่ดีก็จะยิ่งทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความผูกพันต่องาน และต่อองค์กรมาก เนื่องจากวัฒนธรรมในการให้บริการที่ดีนั้นหมายถึง การที่พนักงานหลายๆ คน มีความมุ่งมั่น พุ่งเททั้งกายใจในการให้บริการลูกค้านั่นเอง

ข้อมูลทั่วไปของศูนย์ศรีพัฒน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศูนย์ศรีพัฒน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นหน่วยงานหนึ่งของคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้บริการตรวจรักษาดูแลสุขภาพผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยใน โดยคณาจารย์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะโรคทุกสาขาจากคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ครอบคลุมทุกด้านด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นองค์กรชั้นนำ ที่ให้บริการเป็นเลิศ ตามมาตรฐานวิชาชีพ

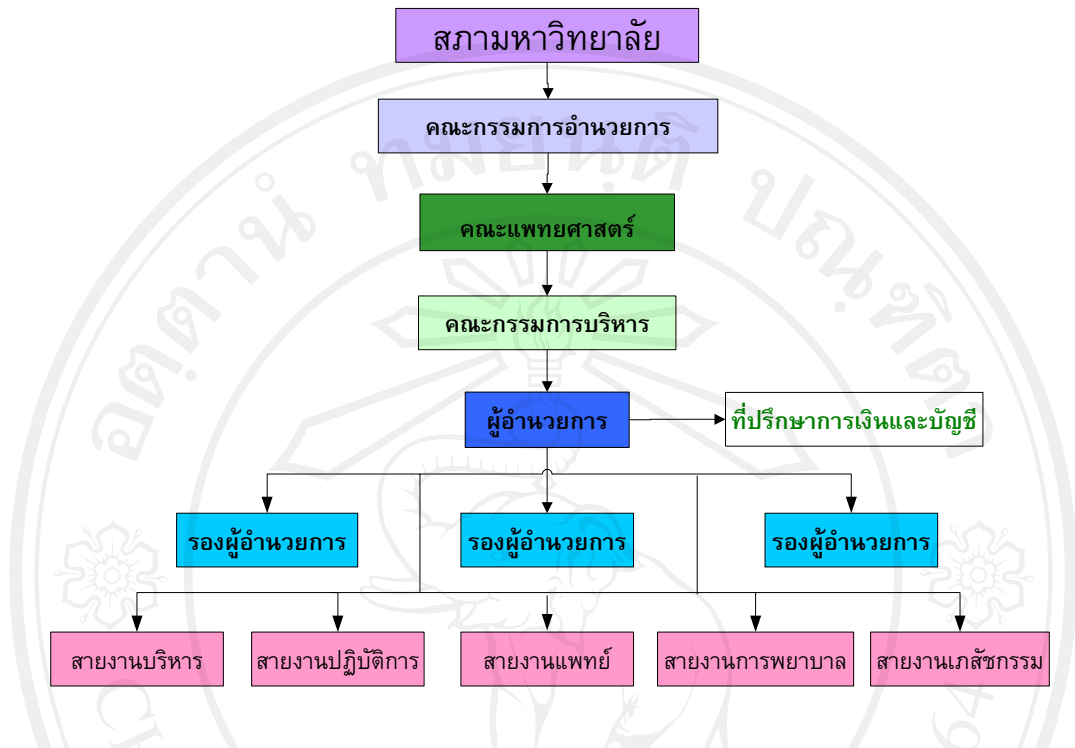
พันธกิจ (Mission)

บริหารจัดการให้ผู้ชำนาญการสาขาต่างๆ ได้มีโอกาสให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวมแก่ชุมชน โดยมีประสิทธิภาพและคุณภาพของการให้บริการสูงสุด

วัตถุประสงค์หลัก (Objective)

1. ให้บริการตรวจรักษาผู้ป่วยทั่วไป และฉุกเฉินแบบองค์รวม โดยให้ประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการอย่างสูงในค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
2. เป็นศูนย์ฝึกอบรมนักศึกษาแพทย์ แพทย์ประจำบ้าน และบุคลากรอื่นๆ ในการให้บริการแบบองค์รวม
3. ให้ความร่วมมือทางวิชาการกับคณะแพทยศาสตร์และหน่วยงานอื่น ทั้งในด้านการเรียนการสอน การฝึกอบรม และการวิจัย
4. เพื่อสนับสนุนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่ปฏิบัติงานในคณะแพทยศาสตร์ต่อไป
5. เพื่อสนับสนุนวิชาการด้านการแพทย์ และวิชาการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างองค์การของศูนย์ศรัพัฒนา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ที่มา: รายงานแผนกทรัพยากรมนุษย์ ศูนย์ศรัพัฒนา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552

จำนวนพนักงาน

ศูนย์ศรัพัฒนา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีพนักงานทั้งหมด 535 คน ณ วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2552 โดยแบ่งตามฝ่ายได้ดังนี้

ฝ่ายบริหารจัดการ มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 89 คน ประกอบด้วย

- สำนักงานอำนวยการ จำนวน 5 คน
- แผนกบัญชี จำนวน 11 คน
- แผนกทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 4 คน
- แผนกจัดการสิ่งแวดล้อม จำนวน 14 คน
- แผนกจัดซื้อและพัสดุ จำนวน 5 คน
- แผนกการเงิน จำนวน 16 คน
- แผนกสารสนเทศ จำนวน 20 คน
- แผนกยุทธศาสตร์ และการพัฒนาองค์กร จำนวน 9 คน
- แผนกพัฒนาคุณภาพ จำนวน 5 คน

ฝ่ายปฏิบัติการ มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 87 คน ประกอบด้วย

- แผนกการตลาดและการประชาสัมพันธ์ จำนวน 30 คน
- แผนกห้องปฏิบัติการ จำนวน 28 คน
- แผนกเวชระเบียนและสถิติ จำนวน 16 คน
- แผนกบริหารข้อมูลทางการแพทย์ จำนวน 7 คน
- แผนกรังสี จำนวน 6 คน

ฝ่ายปฏิบัติการ มีพนักงานรวมทั้งสิ้น 87 คน ประกอบด้วย

- แผนกการตลาดและการประชาสัมพันธ์ จำนวน 30 คน
- แผนกห้องปฏิบัติการ จำนวน 28 คน

ฝ่ายแพทย์ จำนวน 22 คน

ฝ่ายเภสัชกรรมและอุปกรณ์การแพทย์ จำนวน 30 คน และ

ฝ่ายพยาบาล จำนวน 307 คน

ที่มา: รายงานแผนกทรัพยากรมนุษย์ ศูนย์ศรีพัฒน์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

Basikin Basikin (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความกระฉับกระเฉง ความทุ่มเทในงาน และความมุ่งมั่น: ความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซีย” โดยทำการศึกษาถึงระดับความผูกพันในงานของอาจารย์สอนภาษาอังกฤษในโรงเรียนมัธยมประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งได้ใช้ The Utrecht Work Engagement Scale (UWES) เป็นตัววัดความผูกพัน โดยวัดองค์ประกอบความผูกพันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความกระฉับกระเฉง ความทุ่มเทในงาน และความมุ่งมั่น และหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบความผูกพันกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน สถานะการทำงาน สถานะการทำงาน และถิ่นที่อยู่ ส่งผลต่อความผูกพันในงานของอาจารย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความผูกพัน โดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบของความผูกพัน 3 องค์ประกอบคือ ความกระฉับกระเฉง ความทุ่มเทในงาน และความมุ่งมั่น พบว่าอยู่ในระดับสูงทั้งหมดเช่นเดียวกัน ซึ่งองค์ประกอบด้านความทุ่มเทในงานประกอบด้วย งานเป็นแรงบันดาลใจให้ฉัน และฉันมีความภูมิใจในงานที่ฉันทำ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

พิชญากุล ศิริปัญญา (2545) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์การของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค : กรณีศึกษา พนักงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ โดยศึกษาพนักงานกลุ่มตัวอย่างจำนวน 359 คน พบว่าความผูกพันต่อองค์การของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ อยู่ในระดับสูง สำหรับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ระดับตำแหน่ง และอัตราเงินเดือน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ แต่เพศนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การ

พัชรภรณ์ สุภมั่งมี (2548) ศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ: กรณีศึกษา บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากพนักงานของบริษัท จำนวน 70 คน พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในงาน และมีความผูกพันต่อองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันที่มีต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = .408$)

พิชญา ทรัพย์เกิดอนันต์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ด้านบริการลูกค้านครหลวง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในสังกัดด้านบริการลูกค้านครหลวงจำนวน 389 ราย โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับผูกพันสูง นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล ไม่มีความสำคัญต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร แต่จะมีผลเมื่อนำมาพิจารณาเฉพาะด้าน ได้แก่ ระดับความผูกพันด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ขึ้นอยู่กับอายุการทำงานของพนักงาน และ ระดับความผูกพันด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรขึ้นอยู่กับอายุการทำงานและอัตราเงินเดือนของพนักงาน ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง

เอกรินทร์ ยะกันมูล (2551) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ที่ทำการไปรษณีย์จำนวน 23 แห่ง ในจังหวัดเชียงราย ทั้งหมด 153 คน โดยผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงมากทั้ง 3 ด้านองค์ประกอบของความผูกพัน คือความกระตือรือร้น ความทุ่มเทในงาน และความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเรียงตามความมีอิทธิพลจากมากไปน้อยได้แก่ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า ความมั่นใจในการทำงาน และวัฒนธรรมในการให้บริการตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05 สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบความผูกพัน แต่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ทำให้เกิดความผูกพันด้านความมั่นใจและ ด้านวัฒนธรรมในการให้บริการ