

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ไปอย่างมากไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีต่างๆ เป็นผลให้การบริหารและวัฒนธรรมองค์กรของธุรกิจมีการปรับเปลี่ยนและต่างก็พยายามพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ องค์กรที่เฉลียวฉลาดและสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วจะกลายเป็นองค์กรผู้นำ ด้วยเหตุนี้องค์กรต่างๆ จึงควรเลือกใช้ความฉลาดในตัวบุคคลอย่างถูกต้องเหมาะสมกับความเชี่ยวชาญหรือความสามารถของตัวบุคคลนั้นๆ เพื่อสร้างองค์กรให้มีความฉลาดมากขึ้น (วันทนีย์ คงทัด, 2553: ออนไลน์)

การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทำให้มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่างๆ ของพนักงาน และพัฒนาพนักงานในองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ต่างๆ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรพนักงานที่ดีมีคุณภาพเข้าร่วมงาน จากนั้นเมื่อได้ร่วมงานกับองค์กรก็จะต้องมีการสอนงาน การถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งจากการฝึกอบรมภายใน ภายนอก และการสะสมประสบการณ์จากการทำงาน ซึ่งหากไม่มีการบริหารการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ดี การถ่ายทอดความรู้เหล่านั้นจะกลายเป็นความสูญเปล่า ดังนั้นจึงมีการหาวิธีการถ่ายทอดความรู้โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้สื่อสารได้แพร่หลายและง่ายต่อการเรียนรู้ เพื่อสร้างพนักงานให้เกิดคุณค่าสุด เพราะทรัพยากรทางภูมิปัญญาของพนักงานในองค์กรถือเป็นสิ่งหนึ่งที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ และการนำภูมิปัญญาไปใช้อย่างเป็นระบบนั้นเป็นการเพิ่มมูลค่าของผู้ถือหุ้นอย่างหนึ่ง (Stewart, 1997 อ้างถึงใน มาร์ควอดด์, 2550: 292)

องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เป็นแนวคิดในด้านการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของโลกในอนาคตที่ให้ความสำคัญกับการใช้ความรู้และการให้ข้อมูลข่าวสาร องค์กรใดที่ต้องการอยู่รอดในสังคมนี้ย่อมปฏิเสธไม่ได้ที่จะสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองและสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทุกระดับในองค์กร โดยพนักงานได้นำสิ่งที่องค์กรสนับสนุนด้านการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาการทำงานเชื่อมโยงรูปแบบของการทำงานเป็นทีม สร้างกระบวนการในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจเตรียมรับกับความเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้ทีมร่วมมือกันทำงานและมีการให้อำนาจในการตัดสินใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของ

การคิดริเริ่ม และการสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดองค์กรที่เข้มแข็งพร้อมเผชิญกับสภาวะการแข่งขัน

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ประกอบด้วยพนักงานทั้งหมด 18,009 คน เป็นพนักงานชาย 7,158 คน และพนักงานหญิง 10,851 คน (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2553ก: ออนไลน์) มีนโยบายมุ่งสู่การเป็น The Convenience Bank และมุ่งเน้นการเป็น Processing Bank ที่มีผลิตภัณฑ์ครบวงจร ที่ตอบสนองลูกค้า เป็น One Stop Service และพนักงานของธนาคารคือพลังขับเคลื่อนองค์กร เป็นทรัพยากรที่มีค่าซึ่งที่ธนาคารจะต้องรักษาและพัฒนาขีดความสามารถให้ถึงที่สุด ดังนั้นองค์กรจึงต้องสร้างและพัฒนาพนักงานให้มีทุนทางปัญญา และเป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญต่อธนาคาร (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2552: ออนไลน์) แนวคิดการก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ของธนาคารเริ่มในปี 2549 ซึ่งการบริหารและจัดการให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้แก่พนักงานในทุกตำแหน่งให้พัฒนาตนเอง โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (Self Learning) และที่สำคัญธนาคารได้นำเอาแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้ผ่านกระบวนการพัฒนาพนักงาน และเพื่อสร้างสังคมกรุงไทย ให้เป็นสังคมแห่งการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน ในปี 2550 ธนาคารจึงจัดให้มีระบบฐานข้อมูลความรู้ (Knowledge Management) ที่ส่งเสริมและเอื้อให้พนักงานได้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทัวถึงและเท่าเทียมกัน ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้ มีการพัฒนาศักยภาพผู้นำเพื่อให้เป็นต้นแบบผู้บริหารการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาพนักงานภายในหน่วยงานตามนโยบายความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธนาคาร และมุ่งสู่การเป็น Creative Organization ต่อไป โดยผ่านกระบวนการต่างๆ อาทิ การสอนงาน (Coaching) การเรียนรู้จากการทำงาน (On the Job Training) และการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) เป็นต้น (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2553ข: ออนไลน์)

สำนักงานเขตเชียงใหม่มีจำนวนพนักงานสาขาทั้งหมด 217 คน มีสาขาที่อยู่ในสังกัดทั้งหมด 21 สาขา (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2553ก: ออนไลน์) ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มากที่สุดในกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ 1 เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า อีกทั้งยังมีสถานที่ที่เอื้อต่อการเรียนรู้แก่พนักงาน เพราะเป็นศูนย์กลางในการจัดฝึกอบรมและการทดสอบความรู้แก่พนักงาน ในด้านการดำเนินงานหลักของสาขาคือ ให้บริการทางการเงินทุกประเภทแก่ลูกค้าตามกลยุทธ์ของธนาคาร ทั้งด้านการรับฝากเงิน การให้สินเชื่อ การให้บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการอื่นๆ รวมทั้งการแนะนำและขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือและพันธมิตรธุรกิจ เพื่อมุ่งสร้างรายได้และบริการลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2553ข: ออนไลน์)

ด้วยการดำเนินงานที่หลากหลายเหล่านี้จึงเป็นโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาเพิ่มพูนความรู้ความสามารถจากการทำงาน พัฒนาตนเองให้รอบรู้เพื่อสร้างความก้าวหน้าแก่ตนเอง และร่วมกันทำงานเป็นทีมเพื่อความสำเร็จขององค์กร แต่พนักงานเองได้รับรู้จากสิ่งที่องค์กรพยายามจัดหาและพัฒนาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้หรือไม่

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษา การประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาค้างนี้ทำให้ทราบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่ และนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่สมบูรณ์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่ ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

1.4 นิยามศัพท์

การประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ หมายถึง การประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามการรับรู้ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม DLOQ ของ Marsick และ Watkins ในการประเมินการดำเนินการที่สำคัญสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย การสร้างโอกาสในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนให้มีการซักถามและสนทนา การส่งเสริมการร่วมมือกันและการเรียนรู้เป็นทีม การสร้างระบบการรับและการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ การให้อำนาจแต่ละบุคคลที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร การเชื่อมโยงองค์กรให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และการให้ภาวะผู้นำที่เป็นต้นแบบที่สนับสนุนการเรียนรู้ รวมถึงการวัดผลการดำเนินงานในระดับองค์กรเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

พนักงาน หมายถึง ผู้จัดการสาขาอาวุโส ผู้จัดการสาขา รองผู้จัดการสาขา รองผู้จัดการบริการลูกค้า รองผู้จัดการธุรกิจและการตลาด ผู้ช่วยผู้จัดการบริการลูกค้า เจ้าหน้าที่อาวุโส บริการลูกค้า เจ้าหน้าที่อาวุโสธุรกิจและการตลาด เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า เจ้าหน้าที่ธุรกิจและการตลาด และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการทั่วไปที่ปฏิบัติงานในส่วนงานสาขาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสำนักงานเขตเชียงใหม่

ธนาคารกรุงไทย หมายถึง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสังกัดสำนักงานเขตเชียงใหม่ จำนวน 21 สาขา

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The elephant's trunk is curled upwards towards the lamp. The entire emblem is set against a background of a sunburst or starburst pattern. The text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written in Thai script around the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in English around the bottom inner edge. There are two decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved