

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การ เกิดจากการรวมกลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ซึ่งการบริหารงานภายในองค์การควรปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมขององค์การ ตามแนวคิดขององค์การที่เป็นระบบเปิด โดยปัจจุบัน สถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การแข่งขันสูงขึ้น การบริหารงานต้องมีความกระตือรือร้น ประเมินสถานการณ์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา มีระบบทุกขั้นตอนการบริหารงาน ทุกหน่วยงานต้องมีการปรับวัฒนธรรมการทำงานเพื่อพัฒนาศักยภาพให้สามารถต่อสู้กับการแข่งขันระหว่างธุรกิจ การดำเนินธุรกิจให้แข็งแกร่งและมีความต่อเนื่องในธุรกิจนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง องค์การที่มีความแข็งแกร่งและมีความพร้อมในทุก ๆ ด้านก็จะสามารถอยู่รอดได้ การที่องค์การจะสามารถพัฒนาขีดความสามารถในด้านการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกองค์การ ตลอดจนทรัพยากรบุคคลเพื่อเพิ่มผลผลิตและการส่งออกให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้นั้น ปัจจัยสำคัญที่ต้องมีควบคู่กันไปและเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและนโยบายการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์การ นั่นคือ “การสื่อสาร” (ปรียพรรณ วรธนะวาสิน, 2550, น. 3) เพื่อใช้สร้างและประสานความเข้าใจถึงกันของบุคลากรทุกฝ่ายที่อยู่ในองค์การ ซึ่งการสามารถสร้างและสื่อสารนำเอาจุดเด่นและภาพลักษณ์ขององค์การไปถึงกลุ่มลูกค้าและสาธารณชนที่อยู่ภายนอก พร้อมกับเชื่อมโยงถึงพนักงานที่อยู่ภายในให้เข้าใจตรงกันและเกิดความนิยมชมชอบได้ด้วยนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่ออนาคตและความสำเร็จขององค์การยุคใหม่โดยตรง ผู้บริหารที่ต้องบริหารงาน ตัดสินใจ และควบคุมการทำงานของพนักงานให้ได้ประสิทธิภาพ รวมไปถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดั่งนั้น ต้องมี “การสื่อสารทางการจัดการ” (Management Communication) ที่จัดไว้อย่างเป็นระบบและดีพร้อมเพื่อคอยสนับสนุนและหล่อเลี้ยงฝ่ายต่าง ๆ ที่ร่วมกันทำงานอยู่ภายในองค์การด้วย ซึ่งในขณะเดียวกันก็จะเป็นกลไกช่วยในการประสานกำลังการทำงานให้เป็น “ทีมทำงาน” ที่ดี ที่มุ่งไปสู่ทิศทางเดียวกัน ตลอดจนเชื่อมโยงถึงตัวลูกค้าได้ครบตลอดทุกขั้นตอน ภายในกระบวนการเดียวกันได้อีกด้วย (ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์, 2542, น. 4)

การดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในปี 2551 ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนอย่างมากและปัญหาการเมืองในประเทศที่เป็นแรงกดดัน ต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทยต้องปรับตัวรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ตลอดเวลาและดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง เพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นควบคู่ ไปกับการเตรียมความพร้อมรองรับมาตรการการกำกับดูแลสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่เข้มงวดขึ้น

เพื่อให้การดำเนินงานลุล่วงตามเป้าประสงค์ ธนาคารฯ ต้องพัฒนาการบริหารให้ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงควบคู่ไปกับการสื่อสาร ระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการบรรลุ เป้าหมายขององค์กร ผู้บริหารที่จะประสบความสำเร็จในอนาคต จึงต้องมีทักษะในหลาย ๆ ด้าน มีความสามารถรู้จักเลือกใช้ทักษะให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เผชิญ ทักษะที่สำคัญในที่นี่ คือ การสื่อสารกับคนอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เมื่อมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนำเอาสิ่งใหม่ ๆ เข้า มาใช้ในองค์กร ผู้บริหารจะต้องแสดงปฏิกิริยาและทัศนคติตอบสนองหลายรูปแบบ เพื่อดึงให้ พนักงานยอมรับและคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ (กริช สืบสนธิ์, 2525, น. 5)

ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2484 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2484 ประกอบธุรกิจการ ธนาคารพาณิชย์โดยให้บริการแก่ภาคธุรกิจและประชาชนทั่วไปเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าอย่างครบวงจรผ่านเครือข่ายสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศ ภายหลังการควบรวมกับธนาคารศรี นครในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2545 ธนาคารได้นำหุ้นกลับเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์เมื่อเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2546 มีหุ้นที่ทำการซื้อขายอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้ชื่อ “SCIB” มีชื่อเรียก ภาษาอังกฤษว่า Siam City Bank Ltd. ปัจจุบันเป็นสถาบันการเงินที่มีสินทรัพย์มากเป็นอันดับที่ 7 ของธนาคารพาณิชย์ไทย ผลจากการควบรวมกิจการกับธนาคารศรีนคร ทำให้ธนาคารฯ มีฝ่าย งานเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับขนาดสินทรัพย์ปัจจุบันของธนาคารและธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ จึงมีการปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม โดยไม่ได้ลดเงื่อนไขการจ้างแต่อย่างใด นอกจากนี้ ได้ มีการเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรโดยจัดฝึกอบรมและมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน (Job Rotation) เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กร (กิตติมาภรณ์ นิลินิยม, 2547, น. 1)

ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ต้องการเป็น “Right Business Partner for Life” กล่าวคือ เป็น หุ้นส่วนทางธุรกิจที่ให้บริการอย่างครบวงจรและยั่งยืน ธนาคารได้กำหนดพันธกิจหลัก 3 ข้อ คือ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการปรับโครงสร้างพื้นฐาน โดยมีสาขาทั่วประเทศมากถึง 407 สาขา และแบ่งการดำเนินธุรกิจ

เป็น 5 กลุ่มหลัก และสายงานที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มงาน (ขึ้นตรงกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่) ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ประกอบด้วย สายธุรกิจขนาดใหญ่ และสายผลิตภัณฑ์ลูกค้าธุรกิจ ทำหน้าที่นำเสนอบริการและดูแลลูกค้าที่เป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีรายได้ของกิจการต่อปีตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป เป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่ใช้บริการทางการเงิน ทั้งด้านสินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อเพื่อการพาณิชย์รวมไปถึงบริการสถาบันการเงิน (Corporate Finance) ต่างๆ และยังเป็นฐานในการเพิ่มจำนวนลูกค้ารายย่อยให้แก่ธนาคารฯ

2. กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย สายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 1, 2 และ 3 มีจำนวนฝ่ายงานที่ให้บริการรวม 12 ฝ่าย ทำหน้าที่ให้บริการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ทั่วประเทศที่สาขาและศูนย์ธุรกิจจากทุกภูมิภาคส่งเข้ามาโดยเป็นกิจการที่มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 1,000 ล้านบาท แต่เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ มีศักยภาพในการเติบโตและมีการกระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ

3. กลุ่มลูกค้ารายย่อย ประกอบด้วย สายผลิตภัณฑ์ลูกค้ารายย่อย สายเครือข่ายสาขานครหลวง และสายเครือข่ายสาขาภูมิภาค ทำหน้าที่ศึกษาพัฒนาบริการทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดลูกค้ารายย่อยของธนาคารฯ รวมถึงการสร้างและพัฒนาช่องทางการให้บริการไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของการให้บริการที่สาขาต่าง ๆ ช่องทางการให้บริการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ และการให้บริการผ่านเครือข่ายสารสนเทศต่าง ๆ เช่น e-Banking, Mobile Banking ฯลฯ

4. กลุ่มการเงิน ประกอบด้วย สายการเงินและสายบริหารเครดิต ซึ่งเป็นกลุ่มงานด้านกลยุทธ์ ทำหน้าที่กำกับดูแลการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย การบริหารจัดการด้านการเงินและสภาพคล่อง การจัดทำและเปิดเผยรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง โปร่งใส รวมไปถึงการพิจารณากลับกรอง วิเคราะห์ ให้ความเห็นทางด้านสินเชื่อ เพื่อประกอบการอนุมัติของคณะกรรมการสินเชื่อ คณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการธนาคาร

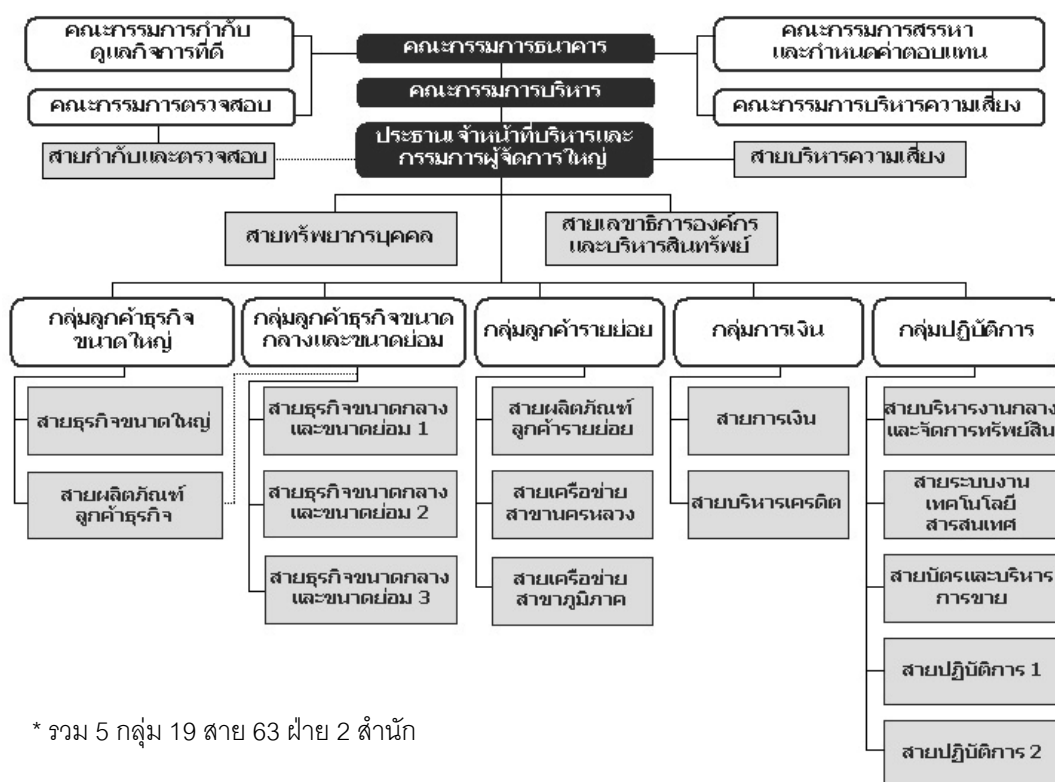
5. กลุ่มปฏิบัติการ ประกอบด้วย 5 สายงาน ได้แก่ สายปฏิบัติการ 1 และ 2 รับผิดชอบงานปฏิบัติการสินเชื่อธุรกิจ และสินเชื่อรายย่อย สายบัตรและบริหารการขาย รับผิดชอบงานสนับสนุนบริการบัตรเครดิตและเครือข่ายการขายรายย่อย สายระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศ รับผิดชอบงานพัฒนาระบบงานการทำงาน การจัดทำรายงานและข้อมูลต่าง ๆ ระบบสารสนเทศ และเครือข่ายบริการทางสารสนเทศของธนาคาร และสายบริหารงานกลางและจัดการ

ทรัพย์สิน รับผิดชอบงานธุรการและการจัดการทรัพย์สินถาวรต่าง ๆ ของธนาคารให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงาน

6. สายกำกับและตรวจสอบ รับผิดชอบงานด้านการตรวจสอบและควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สายบริหารความเสี่ยง รับผิดชอบงานด้านวิเคราะห์ ประเมิน กำกับดูแล และกำหนดนโยบายด้านความเสี่ยงของธนาคารฯ สายทรัพยากรบุคคล รับผิดชอบงานด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล จัดสรรงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับของธนาคารฯ ให้มีความสามารถ มีศักยภาพ สายเลขาธิการองค์กรและบริหารสินทรัพย์ รับผิดชอบงานด้านบริหารทรัพย์สินของธนาคารฯ รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านธุรการเพื่อสนับสนุนฝ่ายงานต่าง ๆ ซึ่งการจัดโครงสร้างและกลุ่มงานได้แสดงในภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1

โครงสร้างธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)



ที่มา : “ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน),” 2551, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2552,

จาก <http://www.scib.co.th>

ในส่วนของการบริหารงานนั้น ธนาคารฯ มีการแบ่งงานในรูปแบบของฝ่ายงานต่าง ๆ ตามหน้าที่ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นผู้บริหารสูงสุด มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธนาคารฯ ภายใต้มติของคณะกรรมการต่าง ๆ ซึ่งมีการถ่ายทอดนโยบาย หรือสั่งการผ่านลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา จากโครงสร้างการบริหารงานทำให้รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ภายในองค์กรเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญในการที่จะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบของการสื่อสารจากบนลงล่าง ซึ่งเป็นการสั่งการจากผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ คำสั่ง ไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการรายงานความคืบหน้าในการปฏิบัติงานหรือการนำเสนอข้อคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชาต่อผู้บังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน ซึ่งเป็นการสื่อสารในระดับเดียวกันของผู้ปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในธนาคารฯ

การติดต่อสื่อสารของบุคลากรภายในธนาคารฯ มีวิธีการหลายลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นเป็นเอกสาร คำสั่ง หนังสือเวียน บันทึกข้อความ เพื่อเป็นการส่งข้อความที่สำคัญผ่านลำดับการบังคับบัญชาให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับทราบในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารนครหลวงไทย เสียงตามสาย เพื่อเป็นการสื่อสารถึงการดำเนินงาน ความเคลื่อนไหว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของธนาคารฯ รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ให้พนักงานได้รับทราบอย่างทั่วถึง โทรศัพท์ เป็นการติดต่อเพื่อประสานงานระหว่างพนักงานภายในธนาคารฯ ทุกระดับ โทรสาร เป็นช่องทางเพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานที่รวดเร็วอีกช่องทางหนึ่ง อีเมล อินทราเน็ต เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประกาศ คำสั่งต่าง ๆ และเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารระหว่างพนักงานธนาคารฯ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง

จากโครงสร้างการบริหารงานและรูปแบบการสื่อสารภายในธนาคารฯ ที่มีความแตกต่างกันไปตามบทบาทและหน้าที่ ทั้งในระดับผู้บริหารหรือพนักงาน ปฏิเสธไม่ได้ที่จะพบข้อจำกัดของการสื่อสารในแต่ละรูปแบบ อาทิ รูปแบบของการสื่อสารทางเดียวของการสื่อสารจากบนลงล่าง ทำให้ฝ่ายบริหารไม่ได้รับทราบปัญหาหรือความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา การหลีกเลี่ยงโอกาสที่จะสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อข่าวสารเป็นเชิงลบด้วยเกรงว่าผู้บังคับบัญชาไม่ปรารถนาจะได้ยิน หรือลักษณะเฉพาะของฝ่ายงานต่าง ๆ อาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจกัน เป็นต้น (Adler & Elemhorst, 1996, อ้างถึงใน รสชงพร โกมลเสวิน, 2550, น. 80)

การบริหารการสื่อสารภายในองค์กรจึงมีความสำคัญเพราะจะนำไปสู่ความร่วมมือของพนักงานเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งหากพนักงานทุกคนในองค์กรตั้งแต่ระดับบนสุดไปจนถึงระดับล่างสุดหรือแม้แต่พนักงานใหม่ จะมีทักษะและความ

เข้าใจในจุดมุ่งหมายขององค์การ เพื่อการประสานงานและการขับเคลื่อนไปของกิจการงานต่าง ๆ ภายในองค์การจะดำเนินไปด้วยความมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร กล่าวคือ ข้อมูลของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ รูปแบบการสื่อสารที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการดำเนินงานแต่ละระดับล้วนมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในอันที่จะส่งผลให้การดำเนินงานของธนาคารฯ สำเร็จตามวัตถุประสงค์การบริหารการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการรับทราบข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์การ (Communication and Information Flow) จะทำให้เกิดความผูกพันของพนักงาน ซึ่งหมายถึงพนักงานมีความตั้งใจทุ่มเทลงกาย พลังใจให้กับการทำงานที่รับผิดชอบอย่างเต็มที่ พนักงานจะรู้สึกตื่นเต้น รู้สึกถึงความท้าทายกับงานที่ทำในแต่ละวัน พนักงานจะพัฒนาตัวเอง ดึงเอาความสามารถมาใช้ในการทำงานที่รับผิดชอบอย่างเต็มที่ พร้อมทั้งเรียนรู้ หาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายอยู่เสมอ (เกศรา รักชาติ, 2550)

การกำหนดทิศทางที่ชัดเจนและเหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็นต่อความยั่งยืนขององค์การ และสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์การไปสู่ทิศทางนั้นต้องอาศัยความร่วมมือของพนักงานทุกคน ดังนั้น ผู้บริหารต้องมีวิธีการที่ชัดเจนและเหมาะสมในการสื่อสารถึงทิศทาง เป้าหมายขององค์การให้พนักงานรับทราบ เข้าใจ และมีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุซึ่งเป้าหมาย และต้องมีวิธีการที่เหมาะสมในการสื่อสารความเห็น มุมมอง แนวคิดและข้อเสนอแนะจากพนักงานกลับสู่ผู้บริหาร ในลักษณะการสื่อสารสองทาง รวมทั้งการสื่อสารผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาว่าเป็นอย่างไร บรรลุเป้าหมายและเป็นไปในทิศทางที่องค์การกำหนดหรือไม่ให้กับพนักงานทุกคนในองค์การ (สุพรรณิ ไพรัชเวทย์ และคณะ, 2551, น. 32) ผู้บริหารสามารถเพิ่มความผูกพันทางความรู้สึกด้วยการติดต่อสื่อสารว่าพวกเขาให้คุณค่าการมีส่วนร่วมของบุคคล และพวกเขาห่วงใยกับความเป็นอยู่ของบุคคล ความผูกพันทางความรู้สึกจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อองค์การและบุคคลร่วมค่านิยมอย่างเดียวกัน และเมื่อองค์การมุ่งค่านิยมเหมือนกัน เช่น ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และความเปิดเผย (สมยศ นาวิการ, 2549, น. 1,319)

องค์การจึงมีหน้าที่สำคัญในการที่จะต้องสร้างให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดี มีความพึงพอใจจนพัฒนาเป็นความจงรักภักดีความผูกพันต่อองค์การในที่สุด ซึ่งความผูกพันต่อองค์การเป็นคุณลักษณะสำคัญที่ทุกองค์การต้องการ เนื่องจากก่อให้เกิดประโยชน์มากมายหลายทางและส่งผลต่อความสม่ำเสมอของการมาทำงานของพนักงาน การลดลงของสถิติการขาดงาน ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น รวมถึงพฤติกรรมอื่น ๆ ที่ส่งเสริมการทำงาน เช่น การทุ่มเททำงานนอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ที่องค์การกำหนดให้ ซึ่งจะแสดงออกในรูปของความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้องค์การ

อยู่รอดและสามารถแข่งขันกับตลาดได้ นอกเหนือจากคุณประโยชน์ที่เกิดแก่องค์กรแล้ว ขณะเดียวกันก็ยังส่งผลในภาพรวมของประเทศอีกด้วยในรูปของการลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเปลี่ยนงานของคนในประเทศ การเพิ่มผลผลิตของประเทศ หรือเพิ่มคุณภาพงาน เป็นต้น (Mathieu & Zajac, 1990, อ้างถึงใน สันต์ฤทัย ลิ้มวีรพันธ์, 2551, น. 2-3)

จากความเป็นมา วิสัยทัศน์ขององค์กร และความสำคัญของการสื่อสารภายใน องค์กรและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ประกอบกับไม่เคยมีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจต่อการสื่อสารและความผูกพันต่อองค์กรมาก่อน ทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาถึง รูปแบบและสภาพการสื่อสารของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ว่าเป็นอย่างไร พนักงาน มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารและข้อมูลที่ได้รับหรือไม่ และความพึงพอใจต่อการสื่อสารมี ผลต่อความผูกพันของพนักงานมาก-น้อยเพียงใด รวมไปถึงข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นต่อการ สื่อสารภายในองค์กร เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมประสิทธิภาพของการสื่อสารภายใน องค์กร เพื่อให้สามารถเข้าถึงพนักงานทุกกลุ่มและตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ของพนักงานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานธนาคาร นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรและ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และสถานะการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กร แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และสถานะการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันมีระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารฯ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงานใหญ่ จำนวน 2 อาคาร ได้แก่ อาคารเพชรบุรี และอาคารสวนมะลิ จำนวน 2,715 คน โดยศึกษาพนักงานที่มีตำแหน่งงานผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่าย รองผู้จัดการฝ่าย ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย ผู้บริหารระดับหัวหน้าส่วน ผู้ช่วยหัวหน้าส่วน และเจ้าหน้าที่เท่านั้น

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

องค์กร หมายถึง การรวมตัวของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อดำเนินกิจกรรมใด ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งในที่นี้ คือ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

พนักงาน หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) อันประกอบด้วย

- บุคคลผู้ดำรงตำแหน่งระดับสูงสุดของสายการบังคับบัญชา และรับผิดชอบองค์กรโดยรวม ซึ่งในที่นี้ได้แก่ ตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่

- บุคคลผู้ดำรงตำแหน่งระดับกลางของสายการบังคับบัญชา รับผิดชอบหน่วยธุรกิจ และฝ่ายงาน ดำเนินกลยุทธ์และนโยบายที่ถูกกำหนดขึ้นมาโดยผู้บริหารระดับสูง ซึ่งในที่นี้ได้แก่ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่าย รองผู้จัดการฝ่าย หัวหน้าส่วน

- บุคคลผู้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายตามลำดับชั้นการบังคับบัญชา ตั้งแต่ระดับตำแหน่ง ผู้ช่วยหัวหน้าส่วน เจ้าหน้าที่

การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลในองค์กร อันประกอบด้วย

- รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง ลักษณะการติดต่อสื่อสารทั้งที่เป็นทางการ ซึ่งเป็นระบบการสื่อสารในองค์กรที่กำหนดไว้โดยโครงสร้างขององค์กร และการติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ คือ การที่พนักงานติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งในองค์กร รวมถึงทิศทางของกระแสข่าวสารที่ถูกส่งผ่านจากบุคคลภายในองค์กร เช่น

การสื่อสารจากผู้บริหารไปสู่พนักงาน การสื่อสารจากพนักงานไปสู่ผู้บริหาร การสื่อสารระหว่างกลุ่มงาน เพื่อนร่วมงาน

- บรรยากาศในการสื่อสาร หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ของการสื่อสารภายใน ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ที่พนักงานรับรู้และมีอิทธิพลต่อสมาชิก เช่น ปริมาณข้อมูล ข่าวสารในด้านต่าง ๆ ความทันสมัยของข้อมูล ความรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูล เครื่องมือและ ระบบสื่อสารในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

- วิธีการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง โทรศัพท์ โทรสาร เสียงตามสาย การประชุมภายในหรือการประชุมกับบริษัทภายนอก หนังสือเวียน บันทึกข้อความ วารสาร บอร์ดประชาสัมพันธ์ การอบรมพนักงาน อีเมล อินทราเน็ต

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณสมบัติทางกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ ที่รวมกันเป็นบุคคล ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้

สถานะการปฏิบัติงาน หมายถึง ลักษณะความเป็นอยู่ของบุคคลในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ อายุงาน กลุ่มงาน ตำแหน่งงาน

ความพึงพอใจต่อการสื่อสาร หมายถึง ความรู้สึกที่ดี รวมทั้งความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อรูปแบบและบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารกับผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน บรรยากาศการสื่อสาร และคุณภาพของสื่อ

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของพนักงาน ต่อธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีการแสดงออกทางพฤติกรรม ดังนี้

- มีทัศนคติที่สอดคล้องและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับธนาคารฯ
- มีความตั้งใจที่จะทุ่มเทการทำงานเพื่อธนาคารฯ อย่างเต็มที่
- มีความปรารถนาที่จะปฏิบัติหน้าที่อยู่ในธนาคารฯ ต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับ คือ ทำให้ทราบถึงการสื่อสารภายในธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งในด้านรูปแบบการสื่อสาร เช่น การสื่อสารจากผู้บริหารไปสู่พนักงาน การสื่อสารจากพนักงานไปสู่ผู้บริหาร การสื่อสารระหว่างกลุ่มงาน เพื่อนร่วมงาน และบรรยากาศในการสื่อสารที่พนักงานธนาคารฯ ปฏิบัติว่าเป็นเช่นไร เพื่อทราบถึงความพึงพอใจต่อการสื่อสาร อีกทั้งเพื่อทราบถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารฯ และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรและความผูกพันของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด

(มหาชน) รวมไปถึงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร และผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการบริหารการสื่อสารในองค์กรต่าง ๆ