

บทคัดย่อ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้ โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจจากประสบการณ์ทางตรงซึ่งตัวบุคคลได้ไปพบหรือสัมผัส และอาจมาจากประสบการณ์ทางอ้อมโดยการรับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนหรือสื่อขององค์กร การศึกษาเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในสายตาของพนักงาน” นี้ เป็นการศึกษาภาพลักษณ์องค์กร บสภ. ภายหลังการควบรวมกิจการกับบริษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน (บปส.) ซึ่งมีมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2548 กำหนดให้ บสภ. รับโอนสินทรัพย์ทั้งหมดและพนักงานที่สมัครใจโอนย้ายมาทำงานกับ บสภ. ซึ่งอาจมีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรเหมือนหรือแตกต่างกับพนักงานเดิม ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจทำการศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ซึ่งยังไม่มีผู้ศึกษามาก่อน โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาภาพลักษณ์ในสายตาพนักงานองค์กร ซึ่งมีสถานะเป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรต่อกลุ่มผู้รับสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้วัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในสายตาของพนักงาน ในด้านนโยบาย โครงสร้าง และการสื่อสารองค์กร ด้านพนักงานโดยภาพรวม ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารองค์กรของพนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ภายหลังการควบรวมกิจการ
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อช่องทางการสื่อสารของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ภายหลังการควบรวมกิจการ

ผลการศึกษาพบว่า

1. พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อองค์กร ประเภท สื่อบุคคล และ สื่อสิ่งพิมพ์ ระดับปานกลาง และมีการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในระดับนานๆ ครั้ง โดยเปิดรับสื่อบุคคลประเภท พนักงานที่รู้จัก มากกว่า ผู้บริหาร

โดยมีความเห็นว่า มีความสามารถเข้าถึงและขอข้อมูลข่าวสารได้ ในระดับสูง แต่มีความถูกต้อง ชัดเจนและความครบถ้วนของข่าวสารในระดับปานกลาง สำหรับ สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภท วารสาร BAM NEWS โปสเตอร์ ใบปลิว มีการเปิดรับระดับค่อนข้างบ่อย และ เปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภท ระบบเครือข่าย bamnet.com ระดับปานกลาง โดยมีความเห็นว่า สื่อมีลักษณะการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้องชัดเจน ในระดับสูง และให้รายละเอียดครบถ้วน ในระดับปานกลาง

2. พนักงานมีความเห็นว่าองค์กร ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ร้อยละ 72.3 ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานด้วยกัน ร้อยละ 51.3 ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานกับภายนอก ร้อยละ 44.2 และมีพนักงานเพียงร้อยละ 11.0 ที่พึงพอใจกับช่องทางการสื่อสารขององค์กรในปัจจุบัน

3. จากช่องทางการสื่อสารปัจจุบัน องค์กรได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อผู้บริหาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) จึงมีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรใน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในระดับเห็นด้วย เนื่องจากการนำเสนอผ่านคำขวัญ วิสัยทัศน์ และ สื่อองค์กรทั้ง 3 ประเภทอย่างต่อเนื่อง แตกต่างจากภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้าง และการสื่อสารองค์กร ด้านพนักงานโดยภาพรวม ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งพนักงานมีการรับรู้ในระดับปานกลาง

4. พนักงานมีความเห็นต่อภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ภายหลังการควบรวมกิจการ จำแนกเป็น 3 ประเด็นด้วยกัน คือ ภาพลักษณ์เชิงบวก ภาพลักษณ์เชิงลบ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง โดยภาพลักษณ์เชิงบวกเป็นภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรมีความแข็งแกร่งในด้านขนาดและโครงสร้างองค์กร มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น มีความมั่นคงสูงขึ้น เป็นที่ยอมรับของสังคม ในขณะที่ภาพลักษณ์เชิงลบ เป็นภาพลักษณ์ด้านแรงจูงใจและสวัสดิการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อันเป็นผลมาจากการควบรวมกิจการขององค์กรที่มีความแตกต่างกันในด้านโครงสร้างเงินเดือนและสวัสดิการ และมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนโยบายให้เน้นภาคปฏิบัติมากยิ่งขึ้น ปรับปรุงสายบังคับบัญชาโดยเพิ่มระดับตำแหน่งรองผู้อำนวยการ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ปรับปรุงระดับความเหลื่อมล้ำของผลตอบแทนเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยการจัดตำแหน่งโต๊ะให้เหมาะสมกับลักษณะงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันในด้าน เพศ ตำแหน่ง รายได้ ประสบการณ์ทำงาน ฝายงานที่สังกัด มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรในด้านนโยบาย โครงสร้าง และการสื่อสารองค์กร ด้านพนักงานโดยภาพรวม ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ไม่แตกต่างกัน
2. พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันในด้าน อายุ มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกัน
3. พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันในด้าน ระดับการศึกษา มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน
4. พนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันในด้าน เพศ ตำแหน่ง รายได้ ประสบการณ์ทำงาน ฝายงานที่สังกัด มีการเปิดรับข่าวสารองค์กรผ่านสื่อองค์กร ประเภท สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน