

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาโดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ซึ่งใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กำหนดใช้โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลด้วยการวัดครั้งเดียว (One Shot Descriptive Study) สถิติที่ใช้ในการอธิบาย ลักษณะประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารขององค์กร การรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพนักงาน จะใช้สถิติเชิงพรรณนา อาทิ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ระหว่างตัวแปรต่างๆ ใช้การทดสอบโดย ค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA), t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในสายตาของพนักงาน” ผู้ศึกษากำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษานี้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของพนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในสายตาของพนักงาน ในด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ด้านพนักงาน โดยภาพรวม ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารองค์กรของพนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อช่องทางการสื่อสารของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อภาพลักษณ์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (บสก.) ในสายตาของพนักงาน” จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7 มีตำแหน่งงานเป็นเจ้าหน้าที่ 6 จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด ของพนักงาน อยู่ที่ 20,001-30,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 พนักงานมีประสบการณ์ทำงาน 9 ปีขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานจากฝ่ายงาน 25 ฝ่าย ซึ่งสรุปตามสายงานบริษัท 3 สายงาน ได้ผลตามลำดับดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย สายสนับสนุน มากที่สุดจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 52.58 โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายปฏิบัติการสินทรัพย์และหลักประกัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.03 ฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ฝ่ายคดี 1 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.13 รองลงมาคือ สายจำหน่ายและจัดการทรัพย์สิน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายข้อมูลและปฏิบัติการทรัพย์สินรอการขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 ฝ่ายจัดการทรัพย์สิน 3 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.13 ฝ่ายจัดการทรัพย์สิน 1 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.48 และ สายพัฒนาสินทรัพย์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายพัฒนาสินทรัพย์ 1 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.48 ฝ่ายพัฒนาสินทรัพย์ 4 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.87 ฝ่ายพัฒนาสินทรัพย์ 2 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารองค์กร

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารองค์กรผ่านสื่อบุคคล โดยรวมแล้ว ระดับ ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) ที่ค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่ง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจาก พนักงานที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.23 ระดับปานกลาง(1-2 ครั้ง/สัปดาห์) มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารองค์กรผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยรวมในระดับ ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) ที่ค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่ง ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเปิดรับจากวารสาร BAM NEWS ไปสเตอร์ ไบพลิว มีค่าเฉลี่ย 3.56 ระดับค่อนข้างบ่อย (3-4 ครั้ง/สัปดาห์) และมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารองค์กรผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีระดับ นานๆครั้ง (1-2 ครั้ง/เดือน) ที่ค่าเฉลี่ย 2.51 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเปิดรับจาก ระบบเครือข่าย bamnet.com ที่ค่าเฉลี่ย 2.80 ระดับ ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์)

สำหรับความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่องค์กรเผยแพร่ผ่านสื่อองค์กร ประเภท สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่องค์กรเผยแพร่ผ่าน สื่อบุคคล ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.36 โดยส่วนใหญ่มองมีความเห็นด้วยสูง ว่าสื่อบุคคล สามารถเข้าถึงและขอข้อมูลข่าวสารได้ ที่ค่าเฉลี่ย 3.60

ในส่วนของคุณลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่องค์กรเผยแพร่ผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.29 โดยส่วนใหญ่มองมีความเห็นด้วยสูง ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้องชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 3.57

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่องค์กรเผยแพร่ผ่าน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งส่วนใหญ่มองมีความเห็นด้วยสูง ว่า สื่อมีความถูกต้อง ชัดเจนในการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่คะแนนเฉลี่ย 3.57

สำหรับ ความคิดเห็นต่อช่องทางการสื่อสารขององค์กร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 310 คน มีเห็นว่า ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน อาทิ กล่องรับความคิดเห็น หรือ e-mail รonglongma กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 มีเห็นว่า ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงาน อาทิ web board หรือ e-mail กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 มีความเห็นว่า ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานกับภายนอก และมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีความเห็นว่าช่องทางการสื่อสารขององค์กร เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)

สามารถสรุปจากการศึกษาได้ดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยรวม 3.39 อันเป็นค่าเฉลี่ยรวมของ องค์ประกอบภาพลักษณ์ซึ่งมีการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกว่าองค์กรมีความเป็นผู้นำในธุรกิจ ประเภทเดียวกัน มีนโยบาย และทิศทางการบริหารงานที่ชัดเจน มีคณะบริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ที่ดี โดยมีการรับรู้ภาพลักษณ์ระดับปานกลางในด้านความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กร การให้ข่าวสารข้อเท็จจริงของผู้บริหาร การสื่อสารให้พนักงานทราบข่าวสารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ด้านนโยบายและโครงสร้างองค์กร ลักษณะการกระจายอำนาจหน้าที่ในการบริหารงาน และโอกาส ในการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน เพื่อรับฟังและแก้ไขปัญหาพร้อมกัน ตามลำดับ ในส่วนของภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร

ในส่วนของภาพลักษณ์พนักงานโดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.15 อันเป็นค่าเฉลี่ยรวมขององค์ประกอบภาพลักษณ์ซึ่งมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นคุณสมบัติพนักงานในด้านการศึกษาเหมาะสม กับตำแหน่งหน้าที่ ความสามารถเหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความมี ระเบียบวินัยในการทำงาน การรับฟังเหตุผลและความคิดเห็นของผู้อื่น ความเชื่อมั่น กล้าคิด กล้า แสดงออก การมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ติดตามข่าวสารทันสมัยเสมอ และความสามัคคีและพร้อม ทำงานเป็นทีมร่วมกัน

ภาพลักษณ์องค์กรในลำดับต่อมาคือ ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการ ทำงานและสวัสดิการ ในส่วนนี้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.11 อันเป็น ค่าเฉลี่ยรวมขององค์ประกอบภาพลักษณ์ซึ่งมีการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกในส่วนของกิจกรรม เชื่อมความสามัคคีในหมู่พนักงาน และมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางในด้านสวัสดิการ ด้านทุนการศึกษา อบรม การให้โอกาสพนักงานแสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ตามหน้าที่ สวัสดิการในด้านการรักษาพยาบาลที่ดี ความเอาใจใส่พนักงานอย่างเท่าเทียมกันของ ผู้บริหารในฝ่ายงาน อัตราเงินเดือนที่เหมาะสมกับหน้าที่รับผิดชอบสวัสดิการเพื่อที่อยู่อาศัยที่ เหมาะสม และสวัสดิการที่ดีสำหรับครอบครัวพนักงาน

ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ใน ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้องค์ประกอบภาพลักษณ์ทั้งหมด ในระดับปานกลางทั้งหมด อันประกอบด้วย ความสะอาด ปลอดภัย ของพื้นที่ภายในอาคาร ความ

ทันสมัยของอุปกรณ์สำนักงาน ระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสม และการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยในอาคารอย่างเหมาะสม

สำหรับภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวก ค่าเฉลี่ย 3.64 อันเป็นค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้องค์ประกอบภาพลักษณ์ในเชิงบวกทั้งหมด จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่า บสภ. เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยเหลือลูกหนี้ที่ดีให้ฟื้นและอยู่รอดในสังคม มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย ให้มีบ้านและที่ทำกิน ให้การสนับสนุนการศึกษาเด็กในถิ่นทุรกันดาร และป้องกันการปั่นราคาอสังหาริมทรัพย์โดยไม่มีระบบนายหน้า

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานการวิจัย ได้ผลดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บบส. หรือ บสภ. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบันและฝ่ายงานที่สังกัด มีผลต่อ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารองค์กรผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1

แสดงความการทดสอบสมมติฐานของลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลทำให้พฤติกรรม
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารองค์กร ผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
เพศ	t-test		✓
อายุ	One -way ANOVA		✓
ระดับการศึกษา			✓
ตำแหน่งในปัจจุบัน	One -way ANOVA		✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ได้รับจากบริษัท บริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด			✓
ประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บปส. หรือ บสก. ก่อน การควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบัน	One -way ANOVA		✓
ฝ่ายงานที่สังกัด			✓

จากตารางที่ 5.1 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในปัจจุบัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ประสบการณ์
ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บปส. หรือ บสก. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบัน และ
ฝ่ายงานที่สังกัด ไม่มีผลต่อ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารองค์กร ผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์
และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด ประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บบส. หรือ บสก. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบัน และฝ่ายงานที่สังกัด มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (บสก.) แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.2

แสดงการทดสอบสมมติฐานของลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (บสก.)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
เพศ	t-test		✓
อายุ	One -way ANOVA		✓
ระดับการศึกษา			✓
ตำแหน่งในปัจจุบัน	One -way ANOVA		✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด			✓
ประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บบส. หรือ บสก. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบัน			✓
ฝ่ายงานที่สังกัด			✓
			✓

จากตารางที่ 5.2 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ประสิทธิภาพการทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บบส. หรือ บสก. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบันและฝ่ายงานที่สังกัด ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 5.2.1

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามเพศ

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		✓
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม		✓

จากตารางที่ 5.2.1 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบายโครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 5.2.2

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามอายุ

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและ สวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		✓
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	✓	

จากตารางที่ 5.2.2 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในด้าน ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

แต่ลักษณะทางอายุของพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5.2.3

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสท.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและ สวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	✓	
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม		✓

จากตารางที่ 5.2.3 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสท.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

แต่ลักษณะทางระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสท.) ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5.2.4

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสท.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		✓
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม		✓

จากตารางที่ 5.2.4 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสท.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 5.2.5

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		✓
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม		✓

จากตารางที่ 5.2.5 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 5.2.6

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บบส. หรือ บสก. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		✓
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม		✓

จากตารางที่ 5.2.6 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานที่ บบส. หรือ บสก. ก่อนการควบรวมกิจการ จนถึงปัจจุบัน ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 5.2.7

แสดงการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของภาพลักษณ์ จำแนกตามฝ่ายงานที่สังกัด

ภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร		✓
ด้านพนักงานโดยภาพรวม		✓
ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ		✓
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		✓
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม		✓

จากตารางที่ 5.2.7 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จำแนกตามฝ่ายงานที่สังกัด ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

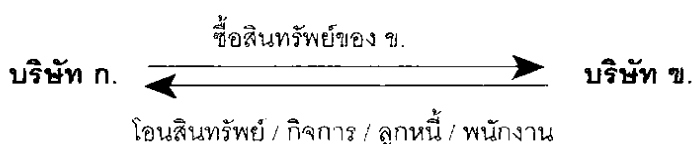
จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (บสก.) ในสายตาของพนักงาน” พบว่า

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (บสก.) เป็นองค์กรที่มีการจัดโครงสร้างองค์การแบบแนวนอน (Flat Organization) ตามทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ (Modern Organization Theory)¹ ไม่มีระดับชั้นของตำแหน่งงานมากนัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติการ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ 6 องค์การมีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่ชัดเจนตามสายงานหลัก จำนวน 3 สายงาน ได้แก่ สายสนับสนุน สายจำหน่ายและจัดการทรัพย์สิน พัฒนาสินทรัพย์ ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวได้ขยายในแนวนอนเมื่อองค์การดำเนินการควบรวมกิจการบริษัทในแนวนอน (Horizontal Mergers)² กับบริษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน (บบส.) ตามมติคณะรัฐมนตรี ลงวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2548 เป็นการควบรวมบริษัทบริหารสินทรัพย์สองแห่งเข้าด้วยกันเพื่อผลประโยชน์ทางด้านการผลิตหรือการตลาด ซึ่งบริษัททั้งสองแห่งที่ควบรวมเข้ากันนั้นเป็นผู้ผลิตหรือผู้ขายที่มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันหรือบริการในทำนองเดียวกัน ซึ่งเป็นลักษณะของการควบรวมกิจการที่มีกฎหมายเฉพาะบัญญัติรองรับ

แผนภาพที่ 5.1

แสดงการควบรวมกิจการระหว่าง บสก. กับ บบส. โดยการรับโอนสินทรัพย์ ลูกหนี้ ทั้งหมด และพนักงาน บบส. ที่สมัครใจโอนย้ายเป็นพนักงาน บสก.



¹ม.ร.ว. สมพร สุทัศน์ีย์, มนุษย์สัมพันธ์ (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. 35-36.

²อัญญา ชันธวิทย์, อ้างถึงใน กิตติพงศ์ อรุณพัฒน์พงศ์, การควบรวมกิจการโอกาสของธุรกิจไทย (กรุงเทพมหานคร: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549), น. 4.

จากผลของการควบรวมกิจการทำให้ บสก. มีขนาดองค์กรใหญ่ขึ้น มีเงินทุนหมุนเวียนจำนวนมากขึ้น ก่อให้เกิดความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้ อีกทั้งเป็นการรวบรวมบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และผู้ชำนาญงานในด้านต่างๆ มาอยู่รวมกัน ส่งผลดีต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร ที่มาของพนักงานบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.) ภายหลังการควบรวมกิจการ จึงสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ พนักงานเดิม บสก. ส่วนใหญ่มาจาก บมจ.ธนาคารกรุงเทพ พาณิชยการ ซึ่งปิดกิจการตามนโยบายภาครัฐ ปี พ.ศ. 2541 พนักงานใหม่จาก บบส. ส่วนใหญ่มาจากสถาบันการเงิน 56 แห่ง ซึ่งปิดกิจการตามนโยบายภาครัฐ ในปี พ.ศ. 2540 และ พนักงานซึ่งสมัครเป็นพนักงานโดยตรงกับองค์กร บสก. หรือ บบส. พนักงานส่วนใหญ่ขององค์กรจึงมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุเฉลี่ยสูงกว่า 40 ปี โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 69.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผนวกกับโครงสร้างสวัสดิการและเงินเดือนขององค์กรเป็นไปตามระบบการบริหารเดิมของ บมจ.ธนาคารกรุงเทพ พาณิชยการ ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนในระดับพอเพียง แตกต่างจากองค์กรรัฐวิสาหกิจหรือสถาบันการเงินเอกชนที่มีโครงสร้างสวัสดิการและเงินเดือนค่อนข้างสูง จึงพบว่า แม้อายุเฉลี่ยของพนักงานจะสูง แต่กลับมีอัตรารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับจากองค์กรเพียง 20,001-30,000 บาท จากผลการศึกษาระบุว่า บสก. มีสัดส่วนของเพศหญิงกับเพศชายใกล้เคียงกัน เป็นไปตามลักษณะงานขององค์กรที่เป็นสถาบันการเงิน มีลักษณะงานเกี่ยวข้องกับบัญชีและตัวเลขที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของเพศหญิงที่มีความละเอียดรอบคอบ ความใจเย็น ความอดทน ในขณะเดียวกัน องค์กรก็มีความจำเป็นต้องอาศัยคุณสมบัติของเพศชายด้านความชำนาญในการเจรจาต่อรอง ความชอบในการผจญภัยหรือเผชิญหน้ากับสถานการณ์ไม่คาดคิด เพื่อปฏิบัติงานด้านกฎหมาย ติดตามหนี้ การขาย การเจรจากับผู้บุกรุก รวมถึงการเดินทางต่างจังหวัดเพื่อสอบเขตหรือโอนกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ ด้วยลักษณะของธุรกรรมองค์กรและที่มาของพนักงานจึงพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรวมตัวของลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นกลุ่มที่มีลักษณะพื้นฐานบางประการเหมือนกัน อาทิ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ ประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (The Social Categories Theory)³ อันเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลที่มีความเหมือนหรือใกล้เคียงกันในด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

³ Melvin L. DeFleur, 1970 อ้างถึงใน รณชิต รินทะ, “ความคิดเห็นของพนักงานบริษัทในเครือสยามกลการ จำกัด ที่มีต่อองค์กร หลังจากได้มีการลงนามในสัญญาเพิ่มการลงทุน โดย บริษัท นิสสัน มอเตอร์ ญี่ปุ่น,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 47-49.

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารองค์กร

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อองค์กร ประเภท สื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับ ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) และมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารองค์กรผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีระดับ นานๆ ครั้ง (1-2 ครั้ง/เดือน) โดยส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารองค์กรจาก พนักงานที่รู้จัก วารสาร BAM NEWS ไปสเตอร์ ใบปลิว และระบบเครือข่าย bamnet.com โดยมีความโน้มเอียงในการเลือกรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากมีลักษณะ สามารถเข้าถึงและขอข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ในขณะที่เห็นว่า สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะเด่นในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องชัดเจน

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นอิสระ (Opened-Ended) เพิ่มเติมในส่วนของ ลักษณะที่พึงพอใจและข้อเสนอแนะสำหรับ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

- ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อลักษณะข้อมูลข่าวสารที่องค์กรเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกกับสื่อบุคคลในลักษณะ มีความสบายใจในการหาข้อมูล เป็นการให้ข้อมูลที่ดีในเชิงสร้างสรรค์ เปิดเผยข้อมูลได้ในเชิงลึก มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม และให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลดี ชอบคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารและวิจารณ์การทำงานขององค์กร ชอบที่จะถามถึงการเปลี่ยนแปลงและการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะมีในโอกาสข้างหน้า โดยรวมมีความเป็นมิตรที่ดี มีน้ำใจที่เข้าหากันได้

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกกับข่าวสารที่ได้รับจากสื่อบุคคลในลักษณะ มีการสื่อสารให้พนักงานทราบข่าวสารองค์กรเป็นช่วงๆ ในลักษณะของการประชุม โดยกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารต่างๆ ให้พนักงานได้รับรู้ ข่าวสารที่ได้รับเป็นข่าวสารที่ดีและเป็นประโยชน์ เป็นข่าวสารภายในเชิงลึกของแต่ละหน่วยงาน สายงาน NPA ได้รับการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้บริหารระดับสูงมายังพนักงานระดับล่างด้วยการประชุมกลุ่มย่อยของแต่ละฝ่ายงาน ข้อมูลค่อนข้างเป็นข้อเท็จจริง เชื่อถือได้ เลือกลถามเมื่อต้องการข้อมูลที่ถูกต้อง นานๆ ครั้งกว่าจะได้รับข่าวสารจากผู้บริหารแต่มีความถูกต้องกว่าข่าวสารที่ได้รับบ่อยๆ จากพนักงานที่รู้จักมาก

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงลบกับสื่อบุคคลในลักษณะ ผู้บริหารไม่ค่อยจะบอกข้อเท็จจริงบางประการกับพนักงานจนกระทั่งประเด็นหรือเหตุการณ์ใกล้จะเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นแล้ว พนักงานที่รู้จักไม่ค่อย open เท่าที่ควร ถ้าไม่ถามหรือมีอะไรแปลกใหม่ก็จะไม่ค่อยพูด

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงลบกับข่าวสารที่ได้รับจากสื่อบุคคลในลักษณะ ได้รับข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์น้อยมาก ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง บางฝ่าย

ไม่ได้รับข้อมูล การถ่ายทอดคำสั่ง ข้อมูลข่าวสารจากผู้บริหารถึงพนักงานค่อนข้างล่าช้า บางครั้งก็
ได้ข้อมูลไม่ชัดเจน คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ข่าวสารที่ได้รับไม่ค่อยครอบคลุม ข้อมูลที่ได้รับ
เป็นแบบภาพกว้างๆ ข่าวสารที่รับรู้ทางคำพูดบางครั้งก็บิดเบือนไปจากความเป็นจริง

- ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อลักษณะข้อมูลข่าวสารที่
องค์กรเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกกับสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะ เป็นข้อมูลที่จัดทำขึ้น
โดยมีเนื้อหาเหมาะสม ทันเวลา และเป็นประโยชน์ ชัดเจน รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ อ่านง่าย ได้
ใจความ ให้รายละเอียดและความคืบหน้าขององค์กรได้ดี ชอบ BAM NEWS ที่เล่าถึง
ประสบการณ์ของผู้ที่ประสบความสำเร็จ และโซวผลงาน นโยบาย และแนวโน้มของบริษัท ได้รับ
เอกสารต่อเนื่องดี ได้ข่าวสารครบทุกแง่มุม ให้ความรู้ในส่วนที่ไม่เข้าใจบางอย่างได้ ให้ความรู้ได้
กระจ่างชัด

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะ
อยู่ในเกณฑ์ดีในระดับที่ยอมรับได้ แต่สังเกตว่าพนักงานไม่ค่อยให้ความสนใจเท่าที่ควร เนื้อหาที่
ต้องการยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ มีแต่ข้อมูลข่าวสารภายในเท่านั้น ไม่ค่อยมีข่าวสารภายนอก ได้รับ
ข่าวสารจากเอกสารประกาศ/คำสั่งน้อยเนื่องจากเวียนเฉพาะส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ฝ่ายงานที่ไม่ได้
ติดต่อกันด้วยก็จะไม่สามารถรับรู้ข่าวสารของฝ่ายงานเหล่านั้นได้ เป็นข้อมูลที่เป็นทางการมาก
เกินไป ชี้แจงอ่าน ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการทำงาน จิตวิทยาในการทำงาน ส่วนใหญ่ไม่
ค่อยได้รับหรือเห็นเอกสาร BAM NEWS ออกช้า ข่าวสารไม่ update สื่อมีกำหนดเวลาออกชัดเจน
มีจำนวนจำกัดในการกระจายข้อมูล ส่วนใหญ่จะได้รับล่าช้าแต่ก็ไม่ได้รับผลกระทบ เพราะจะ
ทราบจากสื่อบุคคลมาก่อนแล้ว บอร์ดมีน้อย

- ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อลักษณะข้อมูลข่าวสารที่
องค์กรเผยแพร่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะ เป็นข้อมูลที่
update เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน องค์กร และบุคคลภายนอก ให้ข้อมูลข่าวสารเชิง Promote
องค์กรหรือสื่อสารการตลาดเพื่อประโยชน์ของการสร้าง Brand Awareness ขององค์กร อาทิ
ข้อมูลข่าวสารในเชิง CSR มีเกร็ดความรู้สอดแทรก ช่วยให้พนักงานทราบรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น
และทำให้ บสภ. เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปมากขึ้น ทำให้บุคคลภายในและภายนอกองค์กรรู้จัก
และรู้ถึงการทำงานขององค์กรมากขึ้น

- กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะ การสื่อสารด้วยสื่อดังกล่าวมีน้อยและไม่ค่อย update ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน ยังเข้าไม่ถึงพนักงานเท่าที่ควร มีปัญหาในการใช้งาน การทำงานของโปรแกรมช้า และจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอกับคน bamnet.com มีรูปภาพ แผนที่ทรัพยากรไม่ชัดเจน ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์องค์กร เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของพนักงานไม่สามารถเข้า Internet ได้ ส่วนสปอตที่ออกอากาศ มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้า ภาพที่ออกผ่านสื่อเห็นแค่สัญลักษณ์บริษัท ซึ่งถ้าไม่รู้จักก็ไม่ว่าอะไร การออกอากาศในช่วงเวลาทำงานทำให้ไม่ได้รับชมหรือรับฟัง

ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ของกลุ่มตัวอย่าง ได้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดของสื่อองค์กรแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็น สื่อบุคคล ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารจาก สื่อพนักงานที่รู้จัก ซึ่งมีความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แต่มีจุดอ่อนด้านข้อเท็จจริงและความครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร ซึ่ง สื่อผู้บริหาร มีศักยภาพมากกว่า แต่ขาดช่องทางในการสื่อสารกับพนักงาน ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แม้จะมีข้อดีในด้านการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้องชัดเจน แต่มีข้อจำกัดในการกระจายสื่อให้เข้าถึงพนักงาน ความล่าช้าในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ลักษณะงานและอุปกรณ์สำนักงานไม่เอื้อต่อการเปิดรับสื่อ ประเภท เว็บไซต์องค์กร หรือรายการที่องค์กรเป็นสปอนเซอร์ กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 72.3 จึงมีความคิดเห็นต่อช่องทางในการสื่อสารองค์กร ว่าควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน อาทิ กล่องรับความคิดเห็น หรือ e-mail ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ ร้อยละ 51.3 เห็นควรให้เพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงาน อาทิ web board หรือ e-mail และช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานกับภายนอก ตามลำดับ

จากการศึกษาพฤติกรรม的开รับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (The Individual Difference Theory)⁴ ที่กล่าวถึง ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ที่มีความแตกต่างกันเฉพาะตัวบุคคลสืบเนื่องจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับความคิดที่ โจเซฟ ที แคลปเปอร์⁵ (Joseph T. Klapper) เสนอเพิ่มเติมในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลว่า บุคคลจะมีกระบวนการเลือกสรรของตนเอง

⁴ เรื่องเดียวกัน.

⁵ Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication (New York: Free Press, 1960), p. 299 อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (Introduction to Communication), พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์, 2548), น. 147-148.

(Selectivity Process) โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว และจะเลือกสนใจ (Selective Attention) และเลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะสารที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้รับสาร รวมทั้งเลือกที่จะเก็บรักษาสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดของผู้รับสาร มากกว่าสารที่เขาไม่เห็นด้วย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อองค์กร ประเภท สื่อบุคคล ซึ่งเป็น พนักงานที่รู้จัก ที่มีคุณสมบัติสามารถเข้าถึงและขอข้อมูลข่าวสารได้ มากที่สุด จึงสามารถอ้างอิงเข้ากับ ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory)⁶ ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ในรูปของกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ของบุคคล กับกลุ่มสังคมที่สังกัดซึ่งมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร บุคคลจึงมักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ และมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

และจากผลการศึกษาความคิดเห็นต่อช่องทางการสื่อสารขององค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการช่องทางการสื่อสารเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็น ช่องทางการสื่อสารกับผู้บริหาร พนักงาน หรือ บุคคลภายนอก ซึ่ง เมอร์ริล และโลเวนสไตน์⁷ (Merrill and Ralph L. Lowenstein) ได้วิเคราะห์และสรุปไว้ว่าเป็นเพราะมนุษย์มีความเหงา จึงต้องการเพื่อน โดยหันมาสื่อสารกับผู้อื่น ผสมผสานกับความอยากรู้อยากเห็นอันเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่มีความต้องการรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม โดยเลือกเปิดรับสื่อจากประโยชน์ใช้สอยที่ให้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเองให้สะดวกสบาย และความสนุกสนานบันเทิง ได้ โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise or Reward)

และเมื่อวิเคราะห์จากความต้องการช่องทางการสื่อสารขององค์กรเพิ่มเติม ผู้ศึกษาพบว่า เหตุผลของความต้องการดังกล่าวมาจากการสื่อสารภายในองค์กร บริษัทบริหารสินทรัพย์

⁶Melvin L. DeFleur, 1970, อ้างถึงใน รณชิต รินทระ, “ความคิดเห็นของพนักงานบริษัทในเครือสยามกลการ จำกัด ที่มีต่อองค์กร หลังจากได้มีการลงนามในสัญญาเพิ่มการลงทุน โดย บริษัท นิสสัน มอเตอร์ ญี่ปุ่น,” น. 47-49.

⁷Merril and Ralph L. Lowenstein, 1971, อ้างถึงใน ปัทมา คงบุญ, “การเปิดรับทัศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรรองสถานการณ์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. 15.

กรุงเทพพาณิชย์จำกัด (บสก.) ในปัจจุบัน มีลักษณะการสื่อสารทางเดียว⁸ (One-way Communication) ซึ่งกระบวนการสื่อสารเกิดจากผู้บริหารระดับนโยบาย ส่งข้อมูลข่าวสารด้านนโยบาย ผลประกอบการ โครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ผ่านผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารชั้นต้น สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไปยังพนักงาน โดยที่พนักงานในฐานะผู้รับสารไม่มีช่องทางการสื่อสารเพื่อแสดง ปฏิกริยาหรือความคิดเห็นตอบกลับใดๆ มายังผู้บริหารระดับนโยบายได้ รวมไปถึงช่องว่างในการ สื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น ระหว่างพนักงาน และช่องว่างในการรับรู้และ แลกเปลี่ยนข่าวสารกับภายนอกองค์กร ทำให้พนักงานในฐานะผู้รับสารมีความเหงาและโดดเดี่ยว (Merrill and Ralph L. Lowenstien) มากยิ่งขึ้น จึงมีความต้องการแสวงหาช่องทางเพื่อติดต่อสื่อสาร กับผู้อื่นเพิ่มเติม ในรูปของการสื่อสารในลักษณะสองทาง⁹ (Two-way Communication) ซึ่งปรากฏ ตามผลการวิจัยว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการช่องทางการสื่อสาร ประเภท e-mail กระดานแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น (web board) กล่องรับความคิดเห็น และ Internet ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ พนักงานสามารถหรือมีโอกาสถ่ายทอด แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ทัศนคติ ระหว่าง พนักงานด้วยกัน พนักงานกับผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงกับพนักงาน และการติดต่อสื่อสารเพื่อหา ข้อมูลเพิ่มเติม แลกเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติ หรือการติดต่อเพื่อประโยชน์ต่อองค์กร ระหว่าง บุคคล ภายในองค์กรกับบุคคลหรือข่าวสารข้อมูลภายนอกองค์กร

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.)

จากการศึกษา ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านนี้ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดปลีกย่อยจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับสูงกับภาพลักษณ์ด้าน นโยบายองค์กร อาทิ ความเป็นผู้นำในธุรกิจประเภทเดียวกัน องค์กรมีนโยบาย และทิศทางการ บริหารงานที่ชัดเจน มีคณะบริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ที่ดี ในขณะที่ความคิดเห็นต่อ ภาพลักษณ์ด้านโครงสร้างองค์กร และการสื่อสารนโยบาย การสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน อยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นผลของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication)

⁸กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (Introduction to Communication), น. 91-93.

⁹เรื่องเดียวกัน.

จากผู้บริหารซึ่งเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ส่งข่าวสารนโยบายผ่านสื่อองค์กรทุกประเภทมายังพนักงานซึ่งอยู่ในฐานะผู้รับสาร (Receiver) ให้รับทราบและปฏิบัติตาม

ด้วยโครงสร้างการสื่อสารองค์กรที่ขาดแคลนการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) อาจเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่มีผลให้ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม มีการรับรู้ในระดับปานกลาง โดยมีภาพลักษณ์ด้านการศึกษาที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่เด่นชัดกว่าภาพลักษณ์พนักงานด้านอื่นซึ่งค่าเฉลี่ยไม่สูงนัก จึงมีความเป็นไปได้ว่า ผลการเปิดรับข่าวสารองค์กรจากสื่อพนักงานที่รู้จักซึ่งปรากฏในส่วนของ 2 ของการศึกษานั้น อาจหมายถึง การสื่อสารภายในกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) โดยไม่มีการสื่อสารระหว่างพนักงานเดิมกับพนักงานใหม่มากนัก

สำหรับภาพลักษณ์ ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจ ในการทำงานและสวัสดิการ แม้ว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ระดับปานกลาง แต่มีค่าเฉลี่ยปลีกย่อยค่อนข้างต่ำในรายละเอียด เช่น การบริหารอย่างเท่าเทียมในฝ่ายงาน อัตราเงินเดือน และสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลและครอบครัว ซึ่งผู้บริหารควรให้ความสนใจกับปัจจัยเหล่านี้ และควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางในการนำเสนอปัญหา หรือข้อเสนอแนะกับผู้บริหาร อันจะนำไปสู่กระบวนการแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็น ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี และเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการสื่อสารและขับเคลื่อนองค์กร

กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์องค์กร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับปานกลาง ซึ่งภาพลักษณ์ด้านนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงบประมาณและค่าใช้จ่ายองค์กร เนื่องจากลักษณะธุรกิจด้านบริษัทบริหารสินทรัพย์ มีการติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มคน สถาบันที่หลากหลาย การปรุงแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพจึงควรทำอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม ต้องระวังไม่ให้เกิดบรรยากาศของความฟุ้งเฟ้อหรือเลื่อมถอย ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่เป็นกลางในด้านนี้จึงค่อนข้างจะมีผลดีต่อองค์กร

จากภาพลักษณ์ที่ทำการศึกษาทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถอธิบายได้จากพฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารรูปแบบ การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) เช่นเดียวกัน เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับกิจกรรมของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ซึ่งทำหน้าที่แก้ไขปัญหานี้เสียในระบบเศรษฐกิจ และจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ สหกรณ์ทรัพย์ และตราสารทางการเงิน พร้อมกับทำกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม อาทิ บริจาคอุปกรณ์การเรียน อุปกรณ์กีฬาแก่เด็กนักเรียนในถิ่นทุรกันดาร การร่วมโครงการการกุศลกับสถาบันภาครัฐและ

เอกชน การจัดกิจกรรมการกุศลเพื่อบริจาคสมทบทุนมูลนิธิชัยพัฒนา ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ได้รับการสื่อสารผ่านสื่อองค์กรทุกประเภทอย่างต่อเนื่อง จึงนับได้ว่าเป็นภาพลักษณ์องค์กรที่มีความชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์องค์กร

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 130 คน ได้แสดงความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) เรื่อง ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ภายหลังการควบรวมกิจการ ในประเด็นที่ผสมผสานกันไป ซึ่งความคิดเห็นแบ่งออกเป็นภาพรวมได้ 3 กลุ่ม คือ ความคิดเห็นเชิงบวก ความคิดเห็นเชิงลบ ข้อเสนอแนะที่องค์กรควรนำไปพิจารณาปรับปรุง ดังนี้

- ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อภาพลักษณ์องค์กรเชิงบวก
- เป็นองค์กรที่ดีไม่มุ่งหวังผลกำไร ให้โอกาสกับลูกหนี้ และพนักงานด้วย (ได้พัฒนาขึ้น) เป็นองค์กรของรัฐ สามารถจัดการ NPLs, NPA ของระบบสถาบันการเงินได้ดี โดยวิธีการที่ไม่แข็ง ไม่อ่อนเกินไป เริ่มเป็นที่ยอมรับของสังคม และพนักงานมั่นใจขึ้นกับอนาคตและสวัสดิการที่ดีขึ้น

- บสภ. เป็นองค์กรรัฐที่มีขั้นตอนการทำงานค่อนข้าง complicate
- บสภ. เป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ดี มีความรับผิดชอบและเป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การมอบคอนโดมิเนียมให้กับข้าราชการตำรวจ โครงการพืชเศรษฐกิจ ที่สนับสนุนให้ขายที่ดินเปล่าในราคาถูกเพื่อทำเกษตรพืชพลังงาน

- การบริหารงานได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น มีความมั่นคง บุคลากรมีประสิทธิภาพ มีสวัสดิการเพิ่มขึ้น ภาพลักษณ์ด้านสังคมทั่วไปดีขึ้น ในภาพรวมองค์กรถือว่าสมบูรณ์แบบ สร้างความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจด้านบริหารหนี้สินและทรัพย์สินรอการขายที่รัฐมอบหมายให้ปฏิบัติ

- ด้านนโยบายมีการปรับเปลี่ยนผู้บริหาร โครงสร้างองค์กรมีพนักงานมากขึ้น งานมากขึ้น ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการทำให้พนักงานมีกำลังใจว่าบริษัทมีความมั่นคง

- ภาพรวมของบริษัทฯ หลังจากที่มีการควบรวมกิจการ ในความคิดเห็นของตนเอง มองว่า บริษัทฯ มีการพัฒนาขึ้นมากกว่าก่อนทั้งในด้านการปฏิบัติงาน Front และ Back มีความก้าวหน้าขึ้นแต่ก็ยังไม่มาก ถือว่ากลางๆ ซึ่งยังต้องมีการพัฒนาอีกเยอะ ที่สำคัญควรให้ความสำคัญกับ "บุคลากร" มากที่สุดในทุกอย่าง แล้วภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรจะดีตามมาเอง

- ภาพลักษณ์โดยรวม ณ ปัจจุบัน (25-7-51) ดีขึ้นมาก หลังจากพนักงาน บบส. ที่มาร่วมกับ บสภ. ได้แสดงศักยภาพในการทำงาน เช่น ผลการประเมินหนี้ การขายอสังหาริมทรัพย์

ระบบ IT ให้เห็นแล้วเป็นที่ประจักษ์สามารถจับต้องได้ ทำให้ บสภ. มีผลประกอบการที่ดีขึ้นอย่างมาก มีการปรับปรุงสถานที่ให้สวยงามน่าทำงานขึ้น สวัสดิการก็มีมากขึ้นเรื่อยๆ

- การควบรวมทำให้เกิดเป็นองค์กรใหญ่ มีทางเลือกให้กับสังคมมากขึ้น ช่วยให้การบริหารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- การบริหารงานได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น มีความมั่นคง บุคลากรมีประสิทธิภาพ มีสวัสดิการเพิ่มขึ้น ภาพลักษณ์ด้านสังคมทั่วไปดีขึ้น ในภาพรวมองค์กรถือว่าสมบูรณ์แบบ สร้างความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจด้านบริหารหนี้สินและทรัพย์สินรอการขายที่รัฐมอบหมายให้ปฏิบัติ

- มีการพัฒนาในด้านต่างๆ มากขึ้น

- การควบรวมทำให้เกิดเป็นองค์กรใหญ่ มีทางเลือกให้กับสังคมมากขึ้น ช่วยให้การบริหารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- ดูในภาพรวมทุกด้านถือว่าดีและเหมาะสม

- ภาพรวมโดยสรุปมีความเป็นผู้นำในการบริหารหนี้และทรัพย์สินรอการขาย มีความเอื้อเฟื้อต่อลูกค้า

- ทำให้บริษัทดูดีขึ้น บุคคลภายนอกมองบริษัทน่าเชื่อถือ และทำให้มีการเข้ามาซื้ออสังหาริมทรัพย์มากมาย

- มีการร่วมงาน เปิดตัวให้ลูกค้า ประชาชน รู้จักกว้างขึ้น โดยมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคม มีส่วนร่วมในโครงการการกุศล รวมทั้งคืนประโยชน์ให้กับสังคมมากขึ้น และมีการปรับโครงสร้างองค์กร มีแนวโน้มความมั่นคงมากขึ้น

- ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อภาพลักษณ์องค์กรเชิงลบ

- ภาพลักษณ์ภายนอกทางสังคมอาจดูดีเพราะค่อนข้างเน้นการ PR แต่ภายในองค์กรภาพลักษณ์โดยรวมในมุมมองพนักงานไม่ค่อยดีนัก โดยเฉพาะความเท่าเทียมทั้งอัตราการจ้างงาน ไม่สอดคล้องกับหน้าที่รับผิดชอบมีการเล่นพรรคเล่นพวกในการพิจารณาตำแหน่งงาน

- ความเชื่อมั่นไม่ค่อยมี หลังจาก บบส. ถูกปิดทำให้รู้ว่าอะไรก็เกิดขึ้นได้ ความไม่แน่นอนในการทำงานยุคปัจจุบันเป็นไปอย่างน่าหวาดหวั่นใจ สวัสดิการก็ไม่ยุติธรรมกับคนโสด เพราะคู่สมรสเบิกรักษาพยาบาลให้กันและกันได้ให้ลูกก็ได้ แต่คนโสดเบิกให้พ่อแม่ตัวเองไม่ได้ (แปลก พ่อแม่เลี้ยงมาจนโตไม่ยกมีสวัสดิการจากลูก)

- ภาพลักษณ์โดยรวมถือว่าดี แต่สวัสดิการต่างๆ และแรงจูงใจในการทำงานยังน้อยมากเมื่อเทียบกับรัฐวิสาหกิจแห่งอื่น

- บสก. มีการแสดงออกที่ทำเพื่อภาพลักษณ์เป็นสำคัญ แต่กับพนักงานในองค์กรได้รับการดูแลไม่ค่อยดี

- ภาพลักษณ์โดยรวมของ บสก. ภายหลังจากรวบรวมกิจการ ในด้านกำลังคน ตำแหน่งงาน อัตราเงินเดือน ยังไม่เหมาะสม ส่งผลถึงแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานและขวัญกำลังใจโดยรวม ควรจะปรับปรุงแก้ไขในหลายส่วนงาน

- ภาพลักษณ์ด้านต่างๆ โดยรวมดีขึ้น แต่ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการมีความรู้สึกที่ไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากเมื่อรวบรวมกิจการแล้วมิได้มีการปรับฐานเงินเดือนให้แก่พนักงาน บสก. เดิม ซึ่งฐานเงินเดือนต่ำกว่า จึงมีความรู้สึกที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม

- องค์กรมีการทำงานเชิงรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น พนักงานมีจำนวนมากเกินไป โดยภาพรวมยังไม่สามารถหลอมรวมเป็นเนื้อเดียวกันได้

- ภาพลักษณ์องค์กรมีความมั่นคงและน่าเชื่อถือมากขึ้น แต่สวัสดิการพนักงานลดลงเป็นอันมาก

- ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่ดี ภาพลักษณ์ด้านนโยบายและโครงสร้างองค์กรไม่ชัดเจน ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการแย่

- ความคิดเห็นอิสระ (Opened-End) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อภาพลักษณ์องค์กรเชิงข้อเสนอแนะ

- ความเห็นในภาพรวมนั้น เห็นว่า บสก. ยังอยู่ในระหว่างการปรับตัว โดยในระดับผู้บริหารจะปรับตัวได้เร็วกว่า สังเกตจากการให้ความร่วมมือกันอย่างเป็นส่วนใหญ่ สิ่งที่ควรปรับปรุงคือ ผลตอบแทน ซึ่งยังมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่ เนื่องจากฐานแตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นเรื่องที่ยาก แต่ควรหาวิธีเพื่อลดความขัดแย้ง และสร้างขวัญและกำลังใจ

- น่าจะมีการปรับปรุงสายบังคับบัญชา เพิ่มระดับตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ และควรสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน รวมถึงการให้สวัสดิการที่ดีขึ้น

- ภาพลักษณ์ของการประสานกันระหว่างความกล้าหาญของบุคคลยุคเก่ากับคนรุ่นใหม่ยังไม่สามารถประสานกันเพื่อพัฒนาองค์กรต่อไปได้ ยังติดขัดเรื่องระเบียบ กฎ วิธีคิด

- ภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ดี แต่มีข้อติเฉพาะสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน ซึ่งคับแคบ ไม่มีการจัดแบ่งโต๊ะทำงานให้เหมาะสมกับลักษณะงาน ไม่มีสมาธิในการทำงาน รู้สึกเหมือนพนักงานรับโทรศัพท์

- มีภาพลักษณ์ดีขึ้น แต่ยังติดอยู่ในระเบียบบริหารที่ยังคงล้าสมัยอยู่มาก
- ด้านนโยบายส่วนมากจะเน้นภาคทฤษฎีมากกว่าภาคปฏิบัติ จึงทำให้การทำงาน

ติดขัด

จากการศึกษาภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในสายตาของพนักงาน ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ด้านพนักงานโดยภาพรวม ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (The Individual Difference Theory)¹⁰ โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงาน บสภ. ก่อนการควบรวมกิจการ และ พนักงาน บสภ. ภายหลังการควบรวมกิจการ (พนักงานเดิมของบริษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน : บบส.) เป็นประชาชนที่มีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจธนาคาร และสถาบันการเงิน ซึ่งเป็นสายธุรกิจการเงินการธนาคารเช่นเดียวกัน และมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในอาชีพการงานอันเนื่องมาจากนโยบายภาครัฐเช่นเดียวกัน คือ นโยบายปิดกิจการธนาคารและสถาบันการเงิน โดยรับพนักงานบางส่วนเข้าทำงานในองค์กรประเภท บริษัทบริหารสินทรัพย์ (Asset Management Company) ในกรณีนี้ได้แก่ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) และ บริษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน (บบส.)

ด้วยความใกล้เคียงกันของประสบการณ์และการเปลี่ยนแปลงในการทำงานผ่านมาที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดประชากรศาสตร์ ด้านสถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ¹¹ กลุ่มตัวอย่างจึงมีการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ภายหลังการควบรวมกิจการ ไม่แตกต่างกัน ในภาพลักษณ์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านนโยบาย โครงสร้างองค์กร และการสื่อสาร ภาพลักษณ์ด้านพนักงานโดยภาพรวม ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ

¹⁰Melvin L. DeFleur, 1970, อ้างถึงใน รณชิต วินทะ, “ความคิดเห็นของพนักงานบริษัทในเครือสยามกลการ จำกัด ที่มีต่อองค์กร หลังจากได้มีการลงนามในสัญญาเพิ่มการลงทุน โดย บริษัท นิสสัน มอเตอร์ ญี่ปุ่น,” น. 47-49.

¹¹พีระ จิรโสภณ, “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540), น. 645.

นิภาพร ปานปั้น¹² เรื่อง การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์โดยรวมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อพิจารณาผลการศึกษายแยกเป็นภาพลักษณ์องค์กรแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประเภท ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน และ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประเภท อายุ แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกัน ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ ธนัช เพ็งปรีชา¹³ ซึ่งศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังการควบรวมกิจการ ในความคิดเห็นของพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์องค์กรในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป และส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยจึงสอดคล้องกับ แนวคิดด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่ง ปรมะ สตะเวทิน¹⁴ กล่าวว่า อายุ และ การศึกษา เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรม โดย พีระ จิรโสภณ¹⁵ ได้อธิบายเพิ่มเติมในแนวคิดเดียวกันว่า คนหนุ่มสาวจะให้ความสนใจกับรายได้และความก้าวหน้าในการทำงาน ขณะที่คนวัย

¹²นิภาพร ปานปั้น, “การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. บทคัดย่อ.

¹³ธนัช เพ็งปรีชา, “การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังการควบรวมกิจการ ในความคิดเห็นของพนักงาน,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. บทคัดย่อ.

¹⁴ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2526), น. 107-112.

¹⁵พีระ จิรโสภณ, “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15, น. 645.

ผู้ใหญ่นใจความมั่นคงในชีวิตการทำงานและครอบครัว จึงมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ปรากฏว่าพนักงานมีการรับรู้ในระดับสูงต่อภาพลักษณ์องค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) จึงเป็นองค์กรที่เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพในระบบเศรษฐกิจ และจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์มือสอง ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม (Corporate Social Responsibility) มีพันธกิจในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปริมาณหนี้เสียคงค้างในระบบ และลดภาระการกันเงินสำรองหนี้จัดชั้นสงสัยจะสูญ (Non-Performing Loans : NPLs) ของสถาบันการเงิน อันจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพลักษณ์ความเป็นองค์กรที่เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพ และจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์มือสองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของ บสภ. ได้สะท้อนผ่านความน่าเชื่อถือที่ได้รับจากภาครัฐและสถาบันการเงิน ความน่าเชื่อถือของคณะผู้บริหาร ความโปร่งใสในการทำงาน ผลประกอบการรายปีที่เป็นกำไรและบรรลุเป้าหมายทุกปี ความพร้อมด้านเทคโนโลยีเครือข่ายเชื่อมโยงการทำงานของสำนักงาน บสภ. 24 แห่ง ที่กระจายอยู่ตามหัวเมืองหลักทั่วประเทศ

บสภ. ได้ทำการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เผยแพร่ผ่านคำขวัญและวิสัยทัศน์องค์กรมาโดยตลอด นับตั้งแต่วิสัยทัศน์ ปี 2545-2550 ที่ระบุว่า “บสภ. จะมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐ ในการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพในระบบเศรษฐกิจของประเทศ” ซึ่งพัฒนามาเป็นวิสัยทัศน์ ปี 2551 ที่กล่าวว่า “บสภ. จะมุ่งสู่การเป็นองค์กรหลักในการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพและพึ่งพาตนเองได้” ซึ่งแสดงจุดยืนว่า บสภ. เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสามารถสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองได้ไม่เป็นภาระในด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการกับภาครัฐ

นอกจากนี้ บสภ. ยังนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านโครงการและกิจกรรมอันหลากหลายขององค์กร อันมีบุคลากรขององค์กรเป็นสื่อสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ อาทิ

- โครงการคืนทรัพย์ให้คุณ (ปี 2548-ปัจจุบัน) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้การบริหารสินเชื่อด้อยคุณภาพหรือการแก้ไขหนี้เป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น และเพื่อช่วยเหลือลูกหนี้ที่ดีให้มีโอกาสฟื้นตัวและดำรงชีวิตอย่างปกติในสังคมได้ โดยการเปิดโอกาสให้ลูกหนี้รายย่อยสามารถไถ่ถอนหลักประกันได้ในเงื่อนไขผ่อนชำระไม่เกิน 5 ปี โดยไม่คิดดอกเบี้ย

- โครงการขายทรัพย์แบบผ่อนชำระ (ปี 2546-ปัจจุบัน) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้การบริหารทรัพย์สินรอการขาย ประเภท อสังหาริมทรัพย์ เป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น และเพื่อเปิด

โอกาสให้ลูกค้ารายย่อยสามารถมีบ้านและที่ทำกินเป็นของตนเองได้ โดยเปิดโอกาสให้ผ่อนชำระสูงสุด 10 ปี คิดดอกเบี้ยคงที่ในอัตรา MLR-3%

- โครงการมอบทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียน และ อุปกรณ์กีฬา ให้กับเด็กนักเรียนในโรงเรียนที่อยู่ห่างไกลในแต่ละภูมิภาคของประเทศ (ปี 2546-ปัจจุบัน)

- บสก. ร่วมกับ วชิรพยาบาล จัดโครงการบริจาคโลหิตเพื่อถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในโอกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา ตลอดปี 2551

- งานสัปดาห์ส่งเสริมการปลูกพืชพลังงานทดแทน เมื่อวันที่ 27 มีนาคม – 4 เมษายน 2551

- งานกาล่าดินเนอร์การกุศล “คืนชีวิตใหม่ให้สังคม : Rebuild Their Lives” ของ บสก. ก้าวสู่ปีที่ 9 จัดประมุขทรัพย์สินศักยภาพดี 9 รายการ รายได้ส่วนหนึ่งจากการประมุขทรัพย์ร่วมสมทบทุนมูลนิธิชัยพัฒนา เมื่อวันอาทิตย์ที่ 9 กันยายน 2550 เวลา 18.30 น. ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

- งาน “สิงหา มหากุศล” กิจกรรมออกร้านสินค้าราคาพิเศษจาก มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ศิลปิน ร้านค้า และฟรีมินิคอนเสิร์ต จาก สินเจริญบราเธอร์ และ วาน AF2 นำรายได้ร่วมสมทบทุนมูลนิธิชัยพัฒนา เมื่อวันที่ 24-28 สิงหาคม 2550 ณ อาคารสำนักงานใหญ่ บริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.)

นอกจากนี้ ยังมีโครงการด้านสวัสดิการและกิจกรรมสัมพันธ์สำหรับพนักงาน อาทิ

- โครงการกองทุนเพื่อการให้กู้ยืมเงินสวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย (ปี 2550-ปัจจุบัน) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยกำหนดให้ผ่อนชำระเงินต้นและดอกเบี้ยเป็นรายเดือนระยะเวลาไม่เกิน 25 ปี คิดอัตราดอกเบี้ยแบบขั้นบันไดและบริษัทสงวนสิทธิในการปรับอัตราดอกเบี้ยตามภาวะตลาดการเงิน

- โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาพนักงานในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท (ปี 2549-ปัจจุบัน)

- กิจกรรมกีฬาปี 2551 ณ สนามกีฬา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รังสิต เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2551

ทั้งนี้ โครงการและกิจกรรมอันหลากหลายในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เกิดการรับรู้และจดจำจากกลุ่มผู้รับสารภายนอก กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มสื่อมวลชน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้บุคลากรขององค์กรเป็นสื่อสำคัญ การศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัทบริหาร

สินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.) ภายหลังการควบรวมกิจการ จึงมีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของข่าวสาร และประสิทธิภาพของสื่อบุคคลในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร

ผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสก.) มีความสำเร็จในการสื่อสารภาพลักษณ์กับพนักงานองค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่องค์กรให้ความสำคัญเป็นหลัก และ เพียรสร้างภาพลักษณ์ด้านนี้มาเป็นเวลากว่า 5 ปี โดยการนำเสนอผ่านคำขวัญองค์กร (Slogan) “องค์กรไทย เพื่อสังคมไทย” รวมถึงภารกิจและกิจกรรมมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับที่ Kenneth E. Boulding¹⁶ อธิบายถึงการเกิดภาพลักษณ์ และการวางเงื่อนไขของการเกิดภาพลักษณ์ไว้ 6 ประการ คือ การสร้างภาพลักษณ์ขึ้นอย่างมีแผนงาน (An Image is Synthetic) เน้นความเชื่อถือได้ (An Image is Believable) มีความคงที่ (An Image is Passive) มีความเด่นชัดและปรากฏในเชิงรูปธรรม (An Image is Vivid and Concrete) มีความเรียบง่าย (An Image is Simplified) และ ให้ความหมายโดยนัย (An Image is Ambiguous) ผลการวิจัยนี้จึงตอบได้ว่า พนักงาน บสก. มีการรับรู้ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (current image) (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2545)¹⁷ ตรงกับ ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (wish image) นั่นคือ การเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) และมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม (Social-Economic Contribution) ซึ่งเป็นเนื้อหาภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขององค์กรที่ควรควบคุมโดยการทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (อำนาจ วีรวรรณ, 2537)¹⁸ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กรมีผลกระทบต่อทัศนคติของคนในองค์กร (อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์, 2548)¹⁹ ซึ่งเป็นแรงจูงใจและผลักดันให้พนักงานมีความภูมิใจและตั้งใจทำงานเพื่อให้บริการที่ดีมีคุณภาพ ต่อลูกค้าและสังคมไทย

¹⁶Kenneth E. Boulding, The Image of Life and Society (Michigan: The University of Michigan, 1975), p. 91.

¹⁷พรทิพย์ พิมลสินธุ์, การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, 2545), น. 56-57.

¹⁸อำนาจ วีรวรรณ, “ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์,” ใน การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, รวบรวมโดย พรทิพย์ พิมลสินธุ์, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537), น. 89-90.

¹⁹อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์, “คน...ผู้สร้างภาพลักษณ์องค์กร,” ผู้จัดการรายสัปดาห์ (6 กุมภาพันธ์ 2548):21.

สำหรับความคิดเห็นจากส่วนการแสดงความคิดเห็นโดยอิสระ (Open-End) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อ ภาพลักษณ์ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการแตกต่างกัน ซึ่งพิจารณาได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ความไม่พึงพอใจต่อระดับเงินเดือนที่ได้รับ และ ความไม่พึงพอใจต่อระดับสวัสดิการที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่ พีระ จิรโสภณ²⁰ ได้กล่าวว่า สถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ อาจมีผลให้มีการตีความและการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งสัมพันธ์กับ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ โดย Phillip Kotler²¹ ซึ่งระบุว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันกันสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ ดังนั้นจึงอธิบายได้ว่า เมื่อมีความเปลี่ยนแปลงทางด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจในการทำงานและสวัสดิการ จึงมีผลกระทบต่อ การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งองค์กรมีความจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาเพื่อปรับทัศนคติในส่วนนี้ต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ประโยชน์สำหรับองค์กร

จากการศึกษาที่สะท้อนภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในด้านความเป็นผู้นำในธุรกิจบริหารสินทรัพย์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง มีผลดีต่อการเสริมสร้างระดับความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร อันได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกหนี้ด้านสินเชื่อ ลูกค้าอสังหาริมทรัพย์ ประชาชน สถาบันการเงิน ภาครัฐและเอกชน อันจะนำพาองค์กรไปสู่ความร่วมมืออันดีในการพัฒนาโครงสร้างและการขยายขอบเขตธุรกิจขององค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพ และพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร ซึ่งมีผลสัมพันธ์กับทิศทางการแก้ไขปัญหาสินเชื่อไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ในระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมต่อไป

²⁰พีระ จิรโสภณ, “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15, น. 645.

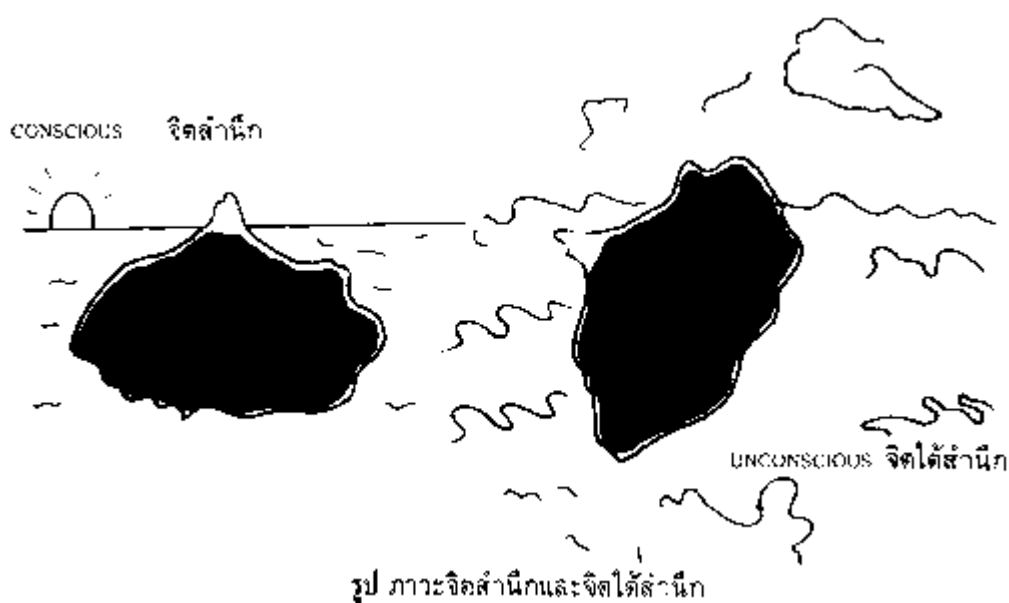
²¹Phillip Kotler, Marketing Management, 10th edition (New Jersey: Prentice-Hall Inc., 2000), p. 553.

2. ประโยชน์สำหรับผู้บริหาร

ผู้บริหารได้รับทราบความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากพนักงาน ผ่านข้อมูลที่สามารถอ้างอิงได้ตามค่าสถิติและข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นอิสระที่สะท้อนแนวคิดและพฤติกรรมองค์กรในปัจจุบันชัดเจนในระดับหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารสามารถนำค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัวมาวิเคราะห์เพื่อหาวิธีการปรับปรุงและพัฒนาที่เหมาะสม และดำเนินการแก้ไขปัญหาคืออุปสรรคที่ซ่อนอยู่ในตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยค่อนข้างต่ำอย่างจริงจังและเร่งด่วน เพื่อเสริมให้ระบบย่อยส่วนต่างๆ ขององค์กรดำเนินไปอย่างสอดคล้องต้องกัน ซึ่งจะนำพาองค์กรไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) สำหรับยุคสังคมข่าวสาร (Knowledge Society) ตามปณิธานองค์กร โดยเฉพาะความคิดเห็นที่มีต่อความแตกต่างของฐานเงินเดือน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่สามารถเสริมสร้างกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานองค์กร การวางแผนต่อปัญหานี้ อาจก่อให้เกิดภูเขาน้ำแข็ง (Ice Berg) ตามทฤษฎีของ ซิกมันด์ ฟรอยด์²² (Sigmund Freud, กลางศตวรรษที่ 19) ซึ่งพนักงานจะเก็บงำความไม่พึงพอใจในส่วนนี้เอาไว้ภายใน กรณีนี้หากปล่อยไว้เนิ่นนานความรู้สึกนี้จะซึมซับและบันทึกลงไปในระดับการจดจำของพนักงานอันเป็นการรับรู้ของจิตในระดับจิตใต้สำนึก (unconscious)

แผนภาพที่ 5.2

แสดงภาวะจิตสำนึกและจิตใต้สำนึก



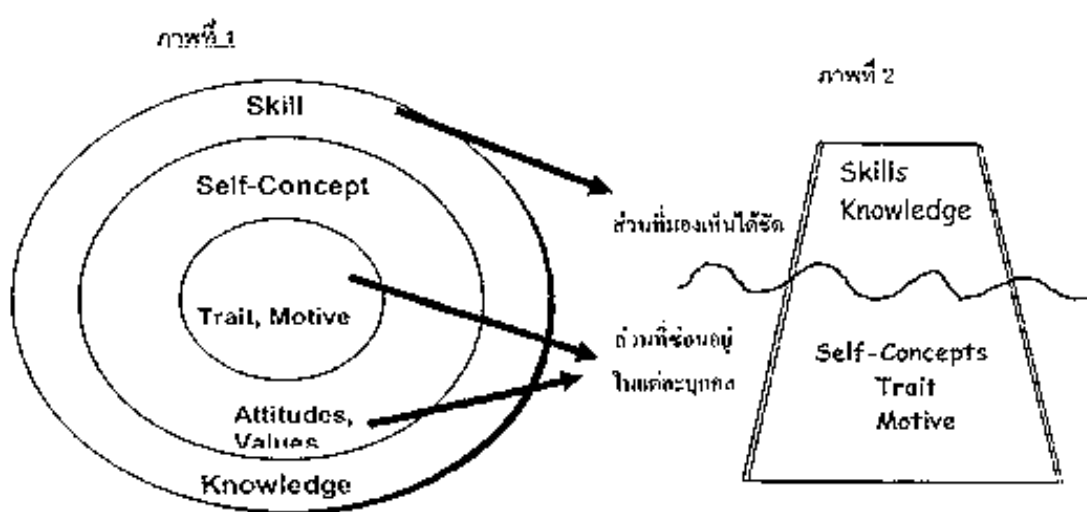
²² ศรีเรือน แก้วกังวาน, ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ, พิมพ์ครั้งที่ 12 (กรุงเทพมหานคร: หมอชาวบ้าน, 2548), น. 13-14.

พนักงานอาจมีความเปลี่ยนแปลงไปในด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานโดยการปฏิบัติหน้าที่และสร้างผลงานตามระดับเงินเดือนแทนการทำงานด้วยความรักความผูกพันที่มีต่อองค์กร รวมไปถึงการคิดพิจารณาถึงประโยชน์และความสะดวกสบายที่ตนพึงได้รับมากกว่าการเล็งผลเลิศเพื่อองค์กรที่ไม่ได้ดูแลพวกเขาอย่างเสมอภาค ซึ่งพฤติกรรมคาดหมายดังกล่าวสามารถอธิบายได้โดยความหมายและองค์ประกอบของ ความสามารถหรือสมรรถนะ (Competency) ตามคำจำกัดความของ David C. McClelland²³ ดังนี้ Competency คือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดี หรือตามเกณฑ์ที่กำหนด ในงานที่ตนรับผิดชอบ โดย Competency จะประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบที่แสดงในรูปภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 5.3

แสดงองค์ประกอบของความสามารถหรือสมรรถนะ

David C. McClelland กล่าวว่า Competency จะประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบดังที่แสดงไว้ในรูปภาพต่อไปนี้



จากภาพข้างต้น McClelland อธิบายเชิงเปรียบเทียบว่า “ภาพที่ 1” คือ องค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 5 ประการของ Competency ในขณะที่ “ภาพที่ 2” เป็นการแบ่งองค์ประกอบของ

²³ ชวนะ ภวภานันท์, “ทฤษฎีองค์การ (Organization),” ใน เอกสารประกอบการสอน วิชา วจ.603 หลักการจัดการสื่อสารองค์กร (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, 2549), น. 40. (ัดสำเนา)

Competency ตามความยาก-ง่ายของการพัฒนา กล่าวคือ ส่วนที่เป็น Knowledge (ความรู้) และ Skills (ทักษะ) นั้น ถือว่าเป็นส่วนที่แต่ละคนสามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้ไม่ยากนัก ด้วยการศึกษา ค้นคว้า ทำให้เกิดความรู้ (Knowledge) และ ฝึกฝนปฏิบัติ ทำให้เกิดทักษะ (Skills) ซึ่งในส่วนนี้นักวิชาการบางท่านเรียกว่า “Hard Skills”

ในขณะที่องค์ประกอบส่วนที่เหลือ คือ Self-Concepts ซึ่งหมายถึง ทศนคติ ค่านิยม และความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง รวมทั้ง Trait ซึ่งเป็นบุคลิกลักษณะประจำของแต่ละบุคคล และ Motive ซึ่งเป็นแรงจูงใจ หรือแรงขับภายในแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่พัฒนาได้ยาก เพราะซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคล โดยนักวิชาการบางท่านเรียกส่วนนี้ว่า “Soft Skills” เช่น ภาวะผู้นำ (Leadership) ความอดทนต่อความกดดัน (Stress Tolerance) เป็นต้น

แตกต่างไปจากประเด็นความไม่พึงพอใจในด้านสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลของพนักงานที่มาจากการรวบรวมกิจการนั้น ผู้บริหารสามารถวางเฉยได้ เนื่องจากเป็นนโยบายขององค์กรที่ยึดถือปฏิบัติมาเป็นเวลานาน กรณีนี้ หากปล่อยไว้เป็นเวลานานพนักงานจะปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม (Assimilation โดย Jean Piaget, 1936-1980) รู้สึกชินกับสวัสดิการขององค์กรไปเอง

ผู้ศึกษาจึงมีความคิดเห็นว่า การแก้ไขปัญหาค่าความไม่พึงพอใจในด้านแรงจูงใจ ของพนักงานทั้งสองกลุ่ม ควรนำทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory)²⁴ ที่พัฒนาโดย เฮอริชเบอร์ก (Frederick Herzberg, 1966) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งทฤษฎีของเฮอริชเบอร์ก ได้อธิบายและให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ “ตัวกระตุ้น (motivators) และ “การบำรุงรักษา” (hygiene) อันเป็นปัจจัยสองประการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งเฮอริชเบอร์กได้กล่าวเอาไว้ว่า ผู้บริหารองค์กรควรพิจารณาทฤษฎีนี้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารคนและบริหารงาน

3. ประโยชน์สำหรับการสื่อสารองค์กร

ผู้บริหาร และฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อองค์กร สามารถนำผลการศึกษาไปวิเคราะห์ เพื่อพัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในและภายนอกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ส่งเสริมพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันของพนักงานทุกระดับชั้น ผ่านการประชุมกลุ่มย่อยในรูปแบบไม่เป็นทางการ เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ และความสัมพันธ์อันดีในหมู่พนักงาน

²⁴ เรื่องเดียวกัน, น. 1.

3.2 ส่งเสริมการพัฒนาคณะความรู้ และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานและผู้บริหาร ผ่านสื่อประเภท กล้องรับความคิดเห็น และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภท กระดานสนทนา (web board) ผ่านระบบเครือข่าย bamnet.com โดยกำหนดห้องสนทนาตามประเด็นในการสื่อสารอย่างชัดเจน อาทิ ห้องวิชาการและความรู้ทั่วไป ซึ่งใช้เป็นช่องทางเสริมสร้างและแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของพนักงานทุกระดับ ห้องพบปะผู้บริหาร เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีการสื่อสารสองทางกับผู้บริหาร ห้องสนทนาประเด็น NPLs ห้องสนทนาประเด็น NPA ห้องคดีและนิติกรรม ห้องบัญชีและการเงิน ห้องเทคนิคและระบบIT

3.3 บันทึกการที่องค์กรเป็นสปอนเซอร์ทางสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ มานำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ระบบเครือข่าย bamnet.com และ เว็บไซต์องค์กร www.bam.co.th เพื่อเพิ่มโอกาสให้พนักงานและกลุ่มลูกค้าและประชาชนได้รับรู้ข่าวสารและภาพลักษณ์องค์กร

4. ประโยชน์สำหรับพนักงาน

ด้วยการนำเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานและผู้บริหารทุกระดับ ผลการศึกษาขั้นนี้จึงนับเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะระหว่างพนักงานและผู้บริหาร ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร ความผูกพันระหว่างบุคลากรกับองค์กร และความร่วมมือร่วมใจในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคเพื่อพัฒนาองค์กรไปสู่ปณิธานที่มุ่งหวัง นั่นคือ การเป็นองค์กรด้านบริหารสินทรัพย์ระดับแนวหน้าของประเทศที่มีประโยชน์ต่อสังคม สืบต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง
4. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคกลาง

6. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

7. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

8. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง

9. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.)

10. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในความคิดเห็นของสถาบันการเงินและธุรกิจจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์มือสอง

การศึกษา ข้อที่ 1-10 มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรของประชาชนทั่วประเทศ โดยแบ่งพื้นที่ศึกษาตามพื้นที่ตั้งสำนักงานภาคทั่วประเทศ โดยผลการศึกษาวิจัยทั้งหมดมาสรุปเป็นการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ของประชาชนทั่วประเทศ ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรต่อไป

11. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวัดประสิทธิผลการสื่อสารภาพลักษณ์ บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ผ่านสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

12. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อองค์กรของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ในความคิดเห็นของพนักงาน

13. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวัดประสิทธิผลการสื่อสารองค์กร บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ผ่านสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร