

บทที่ 2

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวกับงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมเนื้อหาของทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้หลายแนวคิด โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร วารสาร รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดกรอบแนวความคิดที่จะใช้เป็นแนวในการศึกษาได้ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น โดยประกอบด้วยสาระสำคัญตามลำดับดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน
- 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร
- 2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
- 2.4 ภาพรวมของธุรกิจสนามกอล์ฟ
- 2.5 ลักษณะการทำงานและผลตอบแทนของพนักงานถือถุงกอล์ฟ
- 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

2.1.1 ความหมายของคุณภาพชีวิต

Singer (1973 : 1-5) ได้อธิบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตไว้ว่า ในแง่เศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต เป็นเรื่องที่คุณคนส่วนใหญ่มีความสุขและความสะดวกสบายทางด้านวัตถุ คุณภาพชีวิต จึงหมายถึง การที่คุณคนมีความสามารถในการที่จะทำมาหากิน มีรายได้เพียงพอสำหรับการใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็นพื้นฐานต่อการดำรงชีวิต และมีเวลาว่างสำหรับพักผ่อน ตลอดจนมีโอกาสนำรายได้ไปใช้สอยได้ตามความพอใจ ซึ่งกล่าวโดยสรุปได้ว่าเป็นการที่บุคคลมีทางเลือกหลากหลายในการกำหนดรูปแบบหรือวิถีชีวิต

UNESCO (1978 : 89) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตไว้ว่าคุณภาพชีวิตเป็นความรู้สึของการอยู่อย่างพึงพอใจ มีความสุข ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ ของชีวิตที่มีส่วนสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ โดยชี้ให้เห็นว่ามีปัจจัยหลายประการที่มีความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ได้แก่ อาหาร สุขภาพอนามัย โภชนาการ การศึกษา สิ่งแวดล้อม ทรัพยากร ที่อยู่อาศัยและรายได้

อังฉรา นวจินดา (2524 : 43) ได้ให้ความหมายคุณภาพชีวิตของบุคคลว่าหมายถึง บุคคลที่สุขภาพทางกาย สุขภาพทางจิตดี มีการดำเนินชีวิตได้อย่างเป็นปกติสุข ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาภาวะเศรษฐกิจและสังคมส่วนรวม

นิพนธ์ คันธเสวี (2528 : 51) ได้ให้ความหมายคุณภาพชีวิตไว้ว่า คุณภาพชีวิต คือ ระดับสภาพการดำรงชีวิตของมนุษย์ ตามองค์ประกอบของชีวิตอันได้แก่ ทางร่างกาย ทางอารมณ์ ทางสังคม ทางความคิดและจิตใจ

คณะกรรมการประสานงานโครงการปรีณรงค์คุณภาพชีวิตของประชาชนในชาติ (2529 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่าคุณภาพชีวิต หมายถึง การดำรงชีวิตของมนุษย์ ในระดับที่เหมาะสมตามความจำเป็นพื้นฐานในสังคมหนึ่ง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

พัฒนา กิติพราภรณ์ (2531 : 42 - 61) ให้คำจำกัดความว่า คุณภาพชีวิต หมายถึง ชีวิตที่มีความสุข ความสุขนี้เกิดได้จาก

1. ความสุขทางกาย หมายถึง การที่เรามีความเป็นอยู่ที่ดี อาทิ มีที่อยู่อาศัยที่ดี มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีสาธารณูปโภค เช่น คมนาคมที่ดี มีสภาพแวดล้อมที่ดี เช่น น้ำ อากาศบริสุทธิ์ และรวมไปถึงการพักผ่อนและสันทนาการที่ดีตามสมควรอีกด้วย

2. ความสุขทางใจ ได้มาจากการรู้จักความพอดี ความพอใจในสภาพที่เป็นอยู่ การมีทัศนคติที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น มีความรักอบอุ่นผูกพันกันในครอบครัว และเพื่อนมนุษย์ มีความอดทนเสียสละ ทำประโยชน์ให้แก่สังคม

นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2533 : 5) ได้ให้คำจำกัดความว่า คุณภาพชีวิต หมายถึง ชีวิตที่มีความสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ สามารถปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อมและสังคมที่ตนอยู่ได้อย่างดี ขณะเดียวกันก็สามารถดำรงชีวิตที่เป็นประโยชน์ให้ทั้งกับตนเอง สังคม และประเทศชาติด้วย

สรุปได้ว่า คุณภาพชีวิต หมายถึง การดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีความสุข มีความสมบูรณ์ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ได้รับการยอมรับและยกย่องจากผู้อื่น ๆ และมีความพร้อมทุกด้าน สามารถแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ได้ อีกทั้งยังทำประโยชน์ให้กับตนเอง สังคม และประเทศชาติส่วนรวมด้วย

2.1.2 ความหมายของคุณภาพชีวิตในการทำงาน

การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality of work life) นั้น เป็นการศึกษาจากองค์ประกอบหรือมิติของคุณภาพชีวิต (Dimension of quality of life) โดยแนวความคิดนี้เป็นที่แพร่หลายในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ แคนาดา และโดยเฉพาะในญี่ปุ่น (บุญเจือ วงษ์เกษม, 2529 : 29) แม้ว่าในปัจจุบันความหมายของคุณภาพชีวิตในการทำงานยังเป็นที่คลุมเครือและยังไม่มีคำจำกัดความที่จะยอมรับกัน โดยทั่วไปก็ตาม แต่มีนักวิชาการได้ให้ความหมายที่น่าสนใจคือ

BlueStone (1977 : 44) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานหมายถึง การสร้างบรรยากาศที่จะทำให้คนทำงานได้รับความพึงพอใจในการทำงานสูงขึ้น โดยการเข้ามามีส่วนร่วม

ในกระบวนการตัดสินใจแก้ไขปัญหาขององค์กร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชีวิตการทำงาน เป็นการเปิดโอกาสใหม่ ๆ ให้สมาชิกในองค์กรทุกระดับได้ใช้สติปัญญา ความเชี่ยวชาญ ทักษะและความสามารถอื่น ๆ ในการทำงานในองค์กร ย่อมทำให้สมาชิกได้รับความพึงพอใจสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและพฤติกรรมภายในกลุ่มและองค์กรขึ้น

Davis (1977) เป็นผู้ซึ่งนำศัพท์คุณภาพชีวิตการทำงานมาใช้ครั้งแรก ได้นิยามไว้ว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง คุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับสิ่งแวดล้อมโดยส่วนรวมในการทำงานของเขาและเน้นมิติเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ซึ่งมักจะถูกละเลยจากปัจจัยทางเทคนิคและปัจจัยทางเศรษฐกิจในการออกแบบการทำงาน

Merton (1977 : 44) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพชีวิตการทำงานว่าเป็นคำที่มีความครอบคลุมทุก ๆ เรื่อง ที่เกี่ยวกับจริยธรรมของการทำงานและสภาพการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสภาพการทำงาน ความพอใจและไม่พอใจของคณงาน การจัดการเพื่อประสิทธิภาพของผลผลิตและการได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่ามีส่วนต่อความมั่นคงและเสถียรภาพของสังคม

Guest (1979) ให้ความหมายไว้ว่าคุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง ปฏิบัติการของปัจเจกบุคคล อันเนื่องมาจากประสบการณ์ในการทำงาน นั่นคือคุณภาพชีวิตการทำงาน อาจหมายถึงความรู้สึกทั้งหลายของบุคคลที่เกี่ยวกับทุกมิติของการทำงาน เช่น ความรู้สึกเกี่ยวกับผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจความมั่นคง สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและคุณค่าที่แฝงอยู่ภายในการทำงาน ในชีวิตของบุคคล

Delamotte and Takezawa (1984 : 2-3) ได้กล่าวถึงคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความหมายกว้างและไม่ชัดเจน โดยทั้งสองท่านได้รวบรวมความหมายของคุณภาพชีวิตในการทำงานในหลายแง่มุมไว้ ดังนี้

1. คุณภาพชีวิตในการทำงาน ที่มีความหมายอย่างกว้าง หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตการทำงานซึ่งจะประกอบด้วย ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ผลประโยชน์และการบริการ ความก้าวหน้าในการงานและการมีมนุษยสัมพันธ์ อันล้วนมีผลต่อความพึงพอใจและเป็นสิ่งจูงใจสำหรับคณงาน

2. คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความแคบสุด คือ ผลดีของงานที่จะมีผลต่อคณงาน จะหมายถึงการปรับปรุงในองค์กรและลักษณะของงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คณงานควรจะได้รับพิจารณาเป็นพิเศษ สำหรับการส่งเสริมระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของแต่ละบุคคลและรวมถึงความต้องการของคณงานในเรื่องความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่จะมีผลต่อสภาพการทำงานของพวกเขา

3. คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความหมายในการทำงานอย่างมนุษย์ (Humanization of work) หรือการปรับปรุงสภาพการทำงาน (Improvement of working condition) ในประเทศฝรั่งเศส

และประเทศที่ใช้ภาษาพูดฝรั่งเศส หรือการคุ้มครองแรงงาน (Worker's protection) ในประเทศ สหประชาชาติหรือสภาพแวดล้อมการทำงาน(Working environmental) และประชาธิปไตยในที่ทำงาน (Democratization of the workplace) ในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย หรือ “Hatarakigai” ในประเทศ ญี่ปุ่น ซึ่งคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความหมายครอบคลุมไปถึงกลุ่มของวิธีการหรือแนวปฏิบัติ หรือเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมสิ่งแวดล้อมการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น ในการ ปรับปรุงผลลัพธ์ทั้งองค์กรและปัจเจกบุคคลตามลำดับ

Casio (1989 : 24) ให้ความหมายคุณภาพชีวิตในการทำงานเป็น 2 ประการ คือ

1. คุณภาพชีวิตในการทำงานขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานและวัตถุประสงค์ขององค์กร
2. คุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ที่การรับรู้ของผู้ปฏิบัติงานที่คำนึงถึงความปลอดภัย

สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ร่วมงานและมีโอกาสเจริญก้าวหน้าและพัฒนางาน ซึ่งระดับคุณภาพชีวิต ในการทำงานสัมพันธ์กับระดับความต้องการของมนุษย์

Bovee et. Al. (1993 : 413) มองคุณภาพชีวิตการทำงานว่าเป็นปรัชญาในการปรับปรุง ผลิตภาพในการทำงาน โดยการเตรียมและกำหนดให้พนักงาน มีโอกาสได้ใช้ความสามารถที่มี อยู่ปรับปรุงตนเอง รวมไปถึงปรับปรุงในสิ่งที่ต้องการต้องการ ซึ่งการดำเนินการในเรื่องคุณภาพ ชีวิตการทำงานนั้น กระทำได้โดยการทำการออกแบบงานขึ้นใหม่ อันเป็นช่วงของการพยายามที่จะ วัดและกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน หน้าที่และความรับผิดชอบในงาน โดยถ้าเราออกแบบงานให้มี คุณภาพชีวิตในการทำงานแล้ว ผลลัพธ์ที่จะตามมาก็คือ การแบ่งมอบอำนาจให้กับพนักงานในแต่ ละตำแหน่ง(Empowerment) ที่จะตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ตามขอบเขตอำนาจ นอกจากนี้ ยังมี วิธีการในการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามปรัชญาตามแนวทางนี้้อีก เช่นการขยายขอบเขตงาน (Job enlargement) การหมุนเวียนงาน (Job rotation) การขยายความรับผิดชอบในงานแนวตั้ง (Job enrichment) เป็นต้น ซึ่งเห็นได้ชัดว่าเป็นมุมมองการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานเพื่อมุ่งเพิ่มผลผลิต เป็นหลัก โดยไม่ได้พิจารณาถึงมิติทางด้านบุคคลเลย

ดิน ปรัชญพฤทธิ (2530 : 266) ได้ให้ความหมายคุณภาพชีวิตในการทำงานไว้ว่า หมายถึง ชีวิตการทำงานที่มีศักดิ์ศรีเหมาะสมกับเกียรติภูมิและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ของบุคลากร นั่นก็ คือ ชีวิตการทำงานที่ไม่ถูกเอาเปรียบ และสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่กำลัง เปลี่ยนไปในแต่ละยุคสมัย

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2531 : 15) ให้คำนิยามว่าคุณภาพชีวิตการทำงาน คือการ ปรับปรุงงานในองค์กร ให้สมาชิกได้ตอบสนองความต้องการส่วนตนผ่านประสบการณ์จากการทำงานในองค์กร

ทองศรี กำภู ณ อยุธยา (2532 : 154) กล่าวว่าคุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง ลักษณะ งานที่คนทำงานคนหนึ่ง ๆ ปฏิบัติอยู่ในองค์กรหนึ่ง ๆ ว่ามีความพึงพอใจต่อสภาพงานนั้น ๆ มาก

น้อยเพียงใด มีอิสระในการตัดสินใจหรือไม่ ชั่วโมงการทำงานมีความเหมาะสมกับค่าตอบแทนอย่างไร ผู้บังคับบัญชามีความเป็นผู้นำมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

ฟีโลสตร แดงสอาด (2532 : 18) ให้ความหมายไว้ว่าคุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง การพัฒนาให้บุคคลนั้น ๆ มีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี โดยคนงานในฐานะลูกจ้าง ได้มีสภาพการทำงานที่อยู่ได้เงื่อนไขการทำงานที่เหมาะสม มีความปลอดภัย ได้รับผลประโยชน์และมีสิทธิต่าง ๆ อย่างยุติธรรมและเสมอภาคในสังคม

บุญแสง ชีระภากร (2533 : 6) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน คือ ความรู้สึกพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามมิติการรับรู้ของแต่ละบุคคล เพราะต่างมีพื้นฐาน ภูมิหลัง ลักษณะอื่น ๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะตัว บางคนอาจสนใจเรื่องงาน บางคนสนใจสภาพแวดล้อมและค่าตอบแทน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อกรรับรู้หรือความรู้สึก และก่อให้เกิดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการทำงานขึ้น

เพ็ญศรี วาทยานนท์ (2533 : 220-221) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานว่า คนที่ใช้ชีวิตร่วมกันในที่ทำงานเป็นเวลานาน มีผลประโยชน์ร่วมกันให้ความสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับเพื่อนร่วมงาน ทั้งในระดับเสมอกันและต่างกัน ทำให้เกิดความสำเร็จในองค์กรและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของคนงานโดยตรง และคนงานมีทัศนคติในทางเสริมสร้างองค์กร ถือว่าเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงาน

ชาญชัย อาจินสมาจาร (2535 : 39) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง คุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างคนงาน กับสิ่งแวดล้อมของการทำงานทั้งหมด พร้อมทั้งมีมิติทางด้านมนุษย์ (Human dimension) ที่เพิ่มเข้าไปเสริมมิติทางด้านเทคนิคและเศรษฐกิจ

สุจินดา อ่อนแก้ว (2537) สรุปความหมายคุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงาน ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในการทำงาน อันจะก่อให้เกิดผลดีกับตนเองและทำให้งานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น ยังทำให้การดำเนินชีวิตของบุคคลมีความสุข มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

มนัสวี ธาดาสีห์ (2539 : 33-44) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน คือคุณภาพชีวิตของลูกจ้างหรือพนักงานในที่ทำงาน โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของพนักงาน การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงานให้ดี

ผจญ เฉลิมสาร (2540 : 24) ให้ความหมายของคุณภาพชีวิตการทำงานว่า เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ครอบคลุมไปทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับชีวิตในการทำงานของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อมในการทำงานภายในองค์กร แต่มีเป้าหมายสำคัญร่วมกันอยู่ที่การลดความตึงเครียดทางจิตใจ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงานที่ปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตในสถานที่ทำงาน

สันติ บางอ้อ (2540 : 39-40) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน เป็นสิ่งที่คนเราจะสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ สามารถปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตได้ โดยมีความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายใน สำหรับปัจจัยภายนอกก็คือ สภาพแวดล้อมในการทำงานจะเป็นสิ่งที่ทำให้คนเรามีความสุขกับการทำงาน เกิดความพึงพอใจในการทำงาน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรซึ่งได้รับมาจากประสบการณ์การทำงานของเขา ทำให้เขามีความพึงพอใจ มีความสุขในการทำงานและมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่สมบูรณ์ คุณภาพชีวิตการทำงาน เป็นการสนองตอบความต้องการของบุคลากรที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี จะส่งผลให้บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลถึงประสิทธิภาพในการทำงานที่ดี และมีคุณภาพต่อองค์กรต่อไป

2.1.3 มิติของคุณภาพชีวิตการทำงาน (Dimension of Quality of Working Life)

เนื่องจากแนวความคิด เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ได้มีการให้ความหมายหลากหลาย และพบว่า คำนิยามหนึ่ง ๆ มีความกว้างขวางและคลุมเครือ จึงทำให้ลักษณะมิติหรือองค์ประกอบหรือตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตการทำงานมีหลากหลายด้วย ซึ่งอาจรวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน สภาพการทำงาน ค่าตอบแทนและรายได้ พฤติกรรม ทักษะคติ ตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ ของกลุ่มหรือองค์กรนั้น ๆ นอกจากนั้นยังมีการใช้ช่วงระยะเวลาในการทำงาน ความมั่นคงของการจ้างงาน อัตราของความเจ็บป่วยทางจิตที่มีสืบเนื่องมาจากการทำงาน (เช่น ความกระวนกระวาย (anxiety) เป็นต้น) อัตราของการบาดเจ็บ หรือความเจ็บป่วยทางกายที่เนื่องมาจากการทำงาน ความขัดแย้ง (เช่น การนัดหยุดงาน (strikes) เป็นต้น) ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นต้น เป็นต้น

Walton (1974: 12) ได้เสนอเกณฑ์ซึ่งนับว่าเป็นกรอบแนวความคิด สำหรับการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะที่สำคัญที่ประกอบขึ้นเป็นคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยแบ่งเป็น 8 ลักษณะ

1. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (Adequate and Fair Compensation) หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานนั้น ๆ ได้รับค่าจ้างหรือเงินเดือน ผลประโยชน์เกี่ยวกับค่าตอบแทนอื่น ๆ อย่างเพียงพอกับการมีชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และต้องเป็นธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับงานอื่น ๆ ด้วย

2. สิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องสุขลักษณะและปลอดภัย (Safe and Healthy Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพ และทางด้านจิตใจด้วย นั่นคือ สภาพการทำงานต้องไม่มีลักษณะที่ต้องเสี่ยงภัยจนเกินไป และจะต้องช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกสะดวกสบาย และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย

3. เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี (Development of Human Capacities) งานที่ปฏิบัติอยู่นั้น จะต้องเปิดโอกาสให้ได้ใช้และพัฒนาทักษะ และความรู้

ของผู้ปฏิบัติอย่างแท้จริง และรวมถึงการมีโอกาสได้ทำงานที่ตนเองยอมรับว่าสำคัญและมีความหมาย

4. ลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคงให้ผู้ปฏิบัติงานนั้น ๆ ด้วย (Growth and Security) ซึ่งนอกจากนั้น จะช่วยคงไว้และขยายความรู้ และความสามารถของตนแล้ว ยังจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสได้ใช้ศักยภาพของตน ได้รับความก้าวหน้าและมีความมั่นคงในอาชีพของตน ซึ่งเป็นที่ยอมรับของเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวของตนอีกด้วย

5. ลักษณะงานนั้น ๆ มีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติการ (Social integration) ซึ่งงานนั้น ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ นอกนี้ยังหมายถึงโอกาสที่เท่าเทียมกัน ในความก้าวหน้าที่ตั้งอยู่บนรากฐานของระบบคุณธรรม มากน้อยเพียงใดอีกด้วย

6. ลักษณะการทำงานที่ตั้งอยู่บนรากฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม (Constitutionalism) ซึ่งได้แก่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในองค์กร จะต้องเคารพในชีวิตส่วนตัว ของแต่ละคน มีความเป็นธรรมในการพิจารณาและให้ผลตอบแทนและรางวัลมากน้อยเพียงใด รวมทั้งโอกาสที่แต่ละคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย คือมีการเคารพในสิทธิส่วนบุคคล มีเสรีภาพในการพูด มีความเสมอภาค และมีการปกครองด้วยกฎหมาย

7. ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานโดยส่วนรวม (The Total Life Space) เป็นเรื่องของ การเปิดโอกาส ให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ชีวิตในการทำงาน และชีวิตส่วนตัวนอกองค์การอย่างสมดุล นั่นคือ ต้องไม่ปล่อยให้ผู้ปฏิบัติงาน ได้รับความกดดันจากการปฏิบัติงานมากเกินไป อันเนื่องมาจากการที่ต้องคร่ำเคร่งอยู่กับงานจนไม่มีเวลาพักผ่อนหรือได้ใช้ชีวิตส่วนตัวอย่างเพียงพอ

8. ลักษณะงานนั้น ๆ มีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง (Social Relevance) ซึ่งนับเป็นเรื่องที่สำคัญประการหนึ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องรู้สึกและยอมรับว่าองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่นั้นรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านผลผลิต การจำกัดของเหลือใช้หรือของเสีย การปฏิบัติเกี่ยวกับการจ้างงานและเทคนิคในทางการตลาด เป็นต้น

Petersen (1978 : 91) ความปลอดภัยในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งการเกิดคุณภาพชีวิตในการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากทุกครั้งที่มิอุบัติเหตุเกิดขึ้นในโรงงานย่อมส่งผลกระทบต่อบุคคลทุกฝ่าย คือ ฝ่ายองค์กรนายจ้างและผู้ร่วมงาน

Westley (1979) ได้จำแนกคุณภาพชีวิตการทำงานเป็น 4 มิติ คือ

1. มิติเกี่ยวกับความไม่เสมอภาค (Inequity) ตามทัศนคติทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งเสนอให้ใช้ความไม่พึงพอใจ การนัดหยุดงาน และการก่อวินาศกรรมเป็นตัวชี้วัด
2. มิติเกี่ยวกับความไม่มั่นคง (Insecurity) ตามทัศนะทางรัฐศาสตร์ซึ่งเสนอให้ใช้ความรู้สึกวางเฉยหรือเฉยเมย การขาดงานและการลาออกจากงาน เป็นตัวชี้ขาด

3. มิติเกี่ยวกับอัญญาภาพหรือความแปลกแยก (Alienation) ตามทัศนะทางจิตวิทยาได้เสนอให้ใช้ความรู้สึกล้างเฉยหรือเฉยเมย การขาดงานและการลาออกจากงานเป็นตัวชี้วัด

4. มิติเกี่ยวกับการปลื้กตัว (Anomie) ตามทัศนะทางสังคมวิทยาได้เสนอให้ใช้ความรู้สึกเกี่ยวกับการรู้ความหมาย การขาดงานและการลาออกจากงานเป็นตัวชี้วัด

Lewin (1981) ได้เสนอตัวแบบและการวัดคุณภาพชีวิตการทำงานในเชิงประจักษ์ โดยใช้ตัวชี้วัด เช่น

1. ค่าจ้าง
2. ผลตอบแทน
3. ระยะเวลาการทำงาน
4. อาวุโส
5. ชนิดของการทำงาน
6. การปกครองตนเอง
7. ความเพียบพร้อมของทรัพยากรที่มีอยู่
8. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา
9. การควบคุมการทำงาน
10. การยกย่องนับถือ

Cornell (1984 : 357) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตการทำงานมีองค์ประกอบดังนี้ คือ ความพึงพอใจทั่วไป ความพึงพอใจต่อความก้าวหน้าและความเครียดทางกายภาพ ซึ่งสำหรับมิติของความพึงพอใจของพนักงานเป็นส่วนใหญ่ แต่นักวิชาการท่านนี้ มองในมิติความเครียดของพนักงานในการทำงานด้วย

Delamotte and Takezawa (1984 : 25-32) ได้แบ่งคุณภาพชีวิตการทำงานออกเป็น 5 มิติ ดังนี้

1. เรื่องเกี่ยวกับสภาพการทำงานทั่วไปซึ่งเป็นระดับพื้นฐานของกฎหมาย (Traditional goals) เช่น ชั่วโมงการทำงาน การพักผ่อน ลักษณะงานที่มีการคุ้มครองเป็นพิเศษ เช่น งานอันตรายสำหรับเด็กและสตรี มาตรการเหล่านี้ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานให้ดีขึ้น

2. การได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมในการทำงาน (Fair treatment at work) ซึ่งเป็นความต้องการของคนงานที่จะได้รับความยุติธรรมจากการทำงานในแง่การกระทำอย่างเป็นธรรมต่อบุคคล

3. การให้โอกาสคนงานเข้าไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการทำงาน (Influence of decisions) หมายถึง การส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยการได้แสดงความคิดเห็นเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงานและการปรับปรุงคุณภาพชีวิตที่ดีแก่คนงาน

4. ส่งเสริมให้คนงานมีโอกาสในความก้าวหน้าในอาชีพการงานของตน (Challenge of work content) โดยการให้คนงานได้ทำงานที่มีความท้าทาย เช่น ให้คนงานได้มีโอกาสที่จะคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการเลือกหรือกำหนดวิธีการทำงานเป็นของตนเอง

5. ชีวิตการทำงาน (Work life) เป็นอีกมิติที่ให้ความสำคัญต่อการทำงานกับช่วงชีวิตคนงานให้มีการประสานกลมกลืนกัน การทำงานเป็นเรื่องที่ต้องดำเนินไปตลอดชีวิตของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับครอบครัวและสังคมของคนงาน ด้วยเหตุนี้สถานภาพทางสังคมและความก้าวหน้าในสายอาชีพกับวิถีชีวิตจึงต้องมีความสอดคล้องกัน

Huse and Cummings (1985 : 198-200) ได้วิเคราะห์ลักษณะคุณภาพชีวิตการทำงานของ Walton(1973 : 11-21) แล้วนำมาประยุกต์ ปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งออกได้เป็นลักษณะต่าง ๆ 8 ด้าน ดังนี้

1. รายได้และประโยชน์ตอบแทน (Adequate and Fair Compensation) หมายถึง การได้รับรายได้และผลตอบแทนที่เพียงพอ และสอดคล้องกับมาตรฐานผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกรู้ว่ามีความเหมาะสมและเป็นธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากงานอื่น ๆ

2. สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Environment) หมายถึง การที่พนักงานได้ปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สถานที่ทำงานไม่ได้ส่งผลเสียต่อสุขภาพและไม่เสี่ยงต่ออันตราย

3. การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน หรือ “โอกาสพัฒนาศักยภาพ” (Development of Human Capacities) หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสพัฒนาขีดความสามารถของตนจากงานที่ทำ โดยพิจารณาจากลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ งานที่ได้ใช้ในทักษะและความสามารถหลากหลาย งานที่มีความท้าทาย งานที่ผู้ปฏิบัติได้รับทราบผลการปฏิบัติงาน

4. ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน (Growth and Security) หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงาน มีโอกาสที่จะก้าวหน้าในอาชีพและตำแหน่งอย่างมั่นคง

5. สังคมสัมพันธ์ (Social Integration) หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติเป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงานที่ทำงานมีบรรยากาศของความเป็นมิตร มีความอบอุ่นเอื้ออาทร ปราศจากการแบ่งแยกเป็นหมู่เหล่า ผู้ปฏิบัติงานได้รับการยอมรับและมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

6. ธรรมนูญในองค์การ (Constitutionalism) หมายถึง การมีความยุติธรรมในการบริหารงาน มีการปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเหมาะสม ผู้ปฏิบัติงานได้รับการเคารพในสิทธิ์และความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา บรรยากาศขององค์การมีความเสมอภาคและความยุติธรรม

7. ภาวะอิสระจากงาน (Total Life Space) หมายถึง ภาวะที่บุคคลมีความสมดุลในช่วงชีวิต ระหว่างช่วงปฏิบัติงานกับช่วงเวลาอิสระจากงาน มีช่วงเวลาที่ได้คลายเครียดจากภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ

8. ความภูมิใจในองค์กร (Organizational Pride) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรที่มีความภาคภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานในองค์กรที่มีชื่อเสียงและรับรู้ว่าการดำเนินงานประ โยชน์และรับผิดชอบต่อสังคม

Herrick and Macaby (1995 : 63-67) ได้อธิบายหลักการสำคัญ ในการทำให้คนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยการปรับปรุงคุณภาพชีวิตในการทำงาน ภายใต้หลักการเบื้องต้น 4 ประการคือ

1. หลักความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน(The principle of security) หลักความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน เป็นการตอบสนองความต้องการของคนงานที่ต้องการลดความหวาดกลัวหรือความวิตกกังวลต่าง ๆ อันเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน รายได้ตลอดจนความก้าวหน้าในการทำงาน ทั้งนี้เพราะคนงานจะไม่สามารถเอาใจใส่ต่องานที่ทำได้อย่างเต็มที่ ถ้าหากต้องเผชิญกับความไม่มั่นคงปลอดภัย ทั้งต่อภาวะทางร่างกาย และภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น อันตรายจากสารเคมี อากาศเป็นพิษ หรือความวิตกกังวลต่ออันตรายใด ๆ อันเนื่องมาจากการทำงานนั้น นอกจากนี้ยังวิตกกังวลต่อรายได้ที่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ ความมั่นคง ในการทำงานในระยะยาว กล่าวคือ ต้องการการคุ้มครองในเรื่องอัตราค่าจ้างที่เหมาะสมกับลักษณะงานที่ทำตลอดจนมีความมั่นคงก้าวหน้าในการทำงาน

2. หลักความเป็นธรรมหรือความเสมอภาค (The principle of equity) หลักความเป็นธรรมหรือความเสมอภาค เป็นการคุ้มครองให้คนงานได้รับผลตอบแทน จากการทำงานอย่างเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลงานที่เขาสามารถทำได้ ไม่ว่าในแง่การบริการ หรือการผลิต ซึ่งจะแตกต่างกันไป ในแง่ของรายได้ระหว่างฝ่ายบริหารและคนงานและการปันผลกำไรให้แก่นายทุนอย่างเป็นธรรม หลักการนั้น จะสอดคล้องกับแนวคิดการแบ่งปันผลประโยชน์ กล่าวคือ คนงานควรได้รับการแบ่งปันผลประโยชน์ตอบแทนจากการทำงาน โดยเฉพาะ การทุ่มเทแรงกายหรือสติปัญญาในการทำงานเพื่อเพิ่มผลผลิตให้แก่องค์กร ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญต่อตัวบุคคลมากกว่าจะให้ความสำคัญเฉพาะตัวงานเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ นายจ้างจึงควรให้ความสนใจต่อการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของคนงาน และส่งเสริมให้คนงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี และมีความปลอดภัยในการทำงาน อันก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิตให้ เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรต่อไป

3. หลักปัจเจกบุคคล (The principle of individuation) คนงานควรได้รับการกระตุ้นให้มีความพัฒนาการทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ฝีมือหรือความชำนาญงาน ตลอดจนสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับงานที่ทำนั้นด้วยตนเองได้ต่อไป หลักการนี้เป็นการส่งเสริมให้คนงานรู้จักพัฒนาตนเอง และเรียนรู้เกี่ยวกับองค์กรทั้งหมดมากที่สุดเท่าที่เขาต้องการ โดยให้คนงานมีโอกาสได้ใช้อำนาจตัดสินใจด้วยตนเอง เกี่ยวกับงานที่ทำอยู่นั้น ได้มากที่สุดตามขอบเขต กล่าวคือ สามารถวางแผนดำเนินการตามหน้าที่การงานของตนเองได้ ซึ่งความสามารถในการตัดสินใจหรือการกำหนด

รูปแบบการทำงานด้วยตนเองนี้ จะมีผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการทำงานของคนงาน ทั้งในแง่จิตใจและแง่วัตถุ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสุขภาพกายและจิตใจของคนงาน อันเป็นการเสริมสร้างให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและสุขภาพส่วนบุคคลในการทำงานด้วย

4. หลักประชาธิปไตย (The principle of democracy) หลักประชาธิปไตยในการทำงาน เป็นการทำงาน เป็นการคำนึงถึงตัวบุคคล ซึ่งเป็นผู้เครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ ในการทำงานมากกว่าที่จะให้ความสนใจแต่เฉพาะตัวงานเท่านั้น แนวคิดของหลักการนี้สอดคล้องกับหลักสิทธิเสรีภาพของประชาชนเรื่องสิทธิในการพูดหรือการแสดงความคิดเห็น ซึ่งในการทำงานควรได้รับเลือกมาจากกลุ่มคนงานโดยตรง

บุญเจือ วงษ์เกษม (2529 : 29-30) ได้แบ่งส่วนประกอบหรือมิติของคุณภาพชีวิตในการทำงานดังนี้

1. การควบคุมหรือการมีอิสระในการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อบรรยากาศในการทำงาน การให้คนงานได้มีอิสระถึงระดับหนึ่งในการทำงาน เป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพชีวิตในการทำงาน

2. การยอมรับ มีการรับรู้ว่าคุณแต่ละคนเป็นส่วนสำคัญขององค์การและมีส่วนช่วยเหลือ ต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ

3. การมีส่วนร่วมในเชิงสังคมแต่ละคนมีส่วนร่วมในสังคมขององค์การไม่ว่าจะในแง่เป้าหมายขององค์การ ค่านิยม รับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมองค์การนั้น ๆ

4. ความก้าวหน้าและการพัฒนาเป็นผลที่ได้รับมาจากการทำงานรวมถึงผลพลอยได้จากงาน เช่น งานที่มีลักษณะท้าทายได้ใช้ความสามารถเต็มที่ ได้มีการพัฒนาทักษะขณะทำงานและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน

5. การได้รับรางวัลตอบแทนจากการทำงาน ซึ่งเป็นผลที่ได้มาจากการทำงาน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง การเลื่อนตำแหน่ง ขึ้น ฐานะ ซึ่งเป็นผลที่ได้จากหน้าที่การงาน รวมทั้งประโยชน์อื่น ๆ ที่มองเห็นได้ เช่น สวัสดิการต่าง ๆ และยังรวมถึง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมและศักดิ์ของความเป็นคน ที่ทุกคนต้องการที่จะได้รับการปฏิบัติ แบบมีเกียรติศักดิ์ศรีของความเป็นคนในทุกสถานการณ์

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ของลูกจ้าง (สุชาติ ศรีวรการ. 2531 : 115) ได้แก่

1. กฎหมายคุ้มครองแรงงานในเรื่องสวัสดิการตามที่กฎหมายกำหนด

2. กฎหมายคุ้มครองแรงงานในเรื่องสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

2.1 สิทธิประโยชน์ในเรื่องเงินทดแทน ได้แก่ เงินที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างหรือผู้มีสิทธิในกรณีลูกจ้างประสบอันตราย เจ็บป่วย หรือเจ็บป่วยจนถึงแก่ความตาย

เนื่องจากการทำงาน หรือโรคซึ่งเกิดตามลักษณะหรือสภาพของงานหรือจากการทำงาน

- 2.2 สิทธิประโยชน์เรื่องเงินชดเชย ได้แก่ เงินที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างเมื่อเลิกจ้าง
- 2.3 สิทธิประโยชน์ในเรื่องประกันสังคม ลูกจ้างจะได้รับสิทธิประโยชน์ ในด้านการรักษาพยาบาล สำหรับการประสบอันตราย เจ็บป่วย หรือเจ็บป่วยจนถึงแก่ความตาย โดยมีสาเหตุเนื่องมาจากการทำงาน โดยได้รับค่าบริการทางการแพทย์ เงินทดแทนการขาดรายได้ ค่าทำศพ ตลอดจนการช่วยเหลือเงินค่าตลอดบุตร ฯลฯ

3. การคุ้มครองในเรื่องสภาพการใช้แรงงานโดยทั่วไป อันได้แก่ การคุ้มครองเกี่ยวกับลักษณะงาน เวลาในการทำงาน เวลาในการพักผ่อน วันหยุดและวันลา รวมทั้งค่าจ้างขั้นต่ำ

4. การคุ้มครองในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน เกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับความปลอดภัยส่วนบุคคลและส่วนร่วมในการทำงาน เช่น การจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายเครื่องมือเครื่องจักรในการทำงาน เป็นต้น

5. มาตรการด้านกฎหมายแรงงานสัมพันธ์ ในแง่การให้ความคุ้มครองสิทธิของลูกจ้างในการรวมตัวเป็นองค์กรแรงงาน คือ สหภาพแรงงาน ในการแสดงบทบาทในการเรียกร้องสิทธิประโยชน์และการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาให้สมาชิกมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

บุญแสง ชีระภากร (2533 : 7-12) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในการกำหนดคุณภาพชีวิตในการทำงานไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. ค่าตอบแทนที่เหมาะสมที่เพียงพอ
2. ผลประโยชน์เกื้อกูล
3. สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ
4. ความมั่นคงในงาน
5. เสรีภาพในการร่วมเจรจาต่อรอง
6. พัฒนาการและการเจริญเติบโต
7. บุรณาการทางสังคม
8. การมีส่วนร่วมในองค์การ
9. ประชาธิปไตยในการทำงาน
10. เวลาว่างของชีวิต

ปรีชา เปี่ยมพงษ์สานต์ (2535 : 21-22) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของแรงงานดังนี้

1. การคุ้มครองทางสังคม ครอบคลุมหลายเรื่อง นับตั้งแต่โครงสร้างความมั่นคงทางสังคม ไปจนถึงสวัสดิการทางด้านอนามัยสาธารณสุข กล่าวโดยสรุปนอกเหนือจากรายได้และ

ค่าจ้างแล้วปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลเกี่ยวพันไปถึงรายได้และสวัสดิการของแรงงาน เรียกว่าเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการคุ้มครองทางสังคมที่สำคัญที่สุดโครงการหนึ่งของประเทศไทย

2. การปรับปรุงเงื่อนไขการทำงาน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับค่าจ้างและเปลี่ยนแปลงชั่วโมงทำงานและครอบคลุมไปถึงเรื่องอื่น ๆ อีกหลายเรื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดอุบัติเหตุและความเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการทำงาน โดยเน้นโครงการสร้างความปลอดภัยทางด้านอาชีพ และการพัฒนาสาธารณสุขทางด้านอาชีพ นอกจากนี้ยังมีโครงการทดลองที่รู้จักกันภายใต้ชื่อว่า “คุณภาพของชีวิตการทำงาน” (Quality of working life) อันเป็นการปรับปรุงเกี่ยวกับระบบการทำงานภายใต้ต้องการให้มีลักษณะของมนุษยธรรมมากขึ้น

3. การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานและสิ่งแวดล้อมชุมชน ในระยะหลัง ๆ ได้มีการเน้นเรื่องความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมของการทำงานกับสิ่งแวดล้อมของชุมชนรอบสถานที่ทำงานมากขึ้น

สุพิน เกชาคุปต์ (2536) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศการทำงาน เพื่อให้มีการผสมผสานระหว่างปัจจัยด้านมนุษย์และเทคนิคขององค์การที่นำไปสู่คุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น การออกแบบงานจะสนใจความสัมพันธ์ระหว่างระบบเทคนิคกับระบบสังคมควบคู่กัน โดยกำหนดกระบวนการทำงานด้านเทคนิคให้ผู้ทำงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานได้ควบคุมการทำงานของตนเองหรือให้กลุ่มเป็นตัวควบคุม

ชาญชัย อาจินสมาจาร (2538 : 38-39) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานไว้ 17 ประการ ดังนี้

1. ความมั่นคง
2. ความเสมอภาคในเรื่องค่าจ้างและรางวัล
3. ความยุติธรรมในสถานที่ทำงาน
4. ปลอดภัยจากระบบความเข้มงวดในการควบคุม
5. งานที่มีความหมายและน่าสนใจ
6. กิจกรรมและงานหลากหลาย
7. งานมีลักษณะท้าทาย
8. ควบคุมตัวเอง งาน และสถานที่ทำงาน
9. มีขอบเขตการตัดสินใจของตนเอง
10. โอกาสการเรียนรู้และความเจริญก้าวหน้า
11. ผลสะท้อนกลับ ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์อำนาจหน้าที่ในงาน
12. อำนาจหน้าที่ในงาน
13. ได้รับการยอมรับจากการทำงาน
14. ได้รับการสนับสนุนทางสังคม

15. มีอนาคตที่ดี
16. สามารถสัมพันธ์งานกับสภาพแวดล้อมภายนอก
17. มีโอกาสเลือกทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจ ความชอบ และความคาดหวัง

ซูซีย์ สมิทไกร (2539 : 18-21) กล่าวว่าในองค์การ โดยทั่วไปมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่หลายประการที่มีผลต่อการทำงานของบุคลากร เช่น ค่าจ้างและประโยชน์ที่ได้รับ สภาพแวดล้อมที่ดีในองค์การ ความก้าวหน้าและมั่นคง ซึ่งเป็นสิ่งที่มีบทบาทในการกำหนดระดับคุณภาพชีวิตการทำงานที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ ในด้านการดูแลบำรุงรักษาทางการเพิ่มพูนความรู้และผลผลิตของพนักงานแต่ละคน การตรวจระบบปัจจัยซึ่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน การออกแบบงานใหม่เพื่อให้งานมีความหมายต่อบุคคลมากขึ้น

บัณฑิตย์ ธนชัยเศรษฐวุฒิ (2540 : 21) ได้กำหนดปัจจัยโดยตรงที่สำคัญ ๆ ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ดังนี้

1. การคุ้มครองทางสังคม เป็นส่วนที่ครอบคลุมหลายเรื่อง นับตั้งแต่โครงสร้างความมั่นคงทางสังคม ไปจนถึงสวัสดิการทางด้านอนามัยสาธารณสุข กล่าวโดยสรุป นอกเหนือจากรายได้และค่าจ้างแล้ว ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลเกี่ยวพันไปถึงรายได้และสวัสดิการของแรงงาน จะเรียกว่าเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการคุ้มครองทางสังคม

2. การปรับปรุงเงื่อนไขในการทำงาน เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับค่าจ้าง เปลี่ยนแปลงชั่วโมงการทำงานและครอบคลุมไปถึงเรื่องอื่น ๆ โดยเฉพาะการลดอุบัติเหตุและความเจ็บปวด อันเนื่องมาจากการทำงาน โดยเน้นโครงสร้างความปลอดภัยด้านอาชีพ นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงเกี่ยวกับระบบการทำงานภายในองค์การให้มีลักษณะของมนุษยธรรมมากขึ้น

3. การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานและสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่มีการเน้นเรื่องของความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมของการทำงานกับสิ่งแวดล้อมของชุมชนรอบ ๆ สถานที่ทำงานมากขึ้น

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2541) ได้กล่าวถึง นอกจากความต้องการในปัจจัยสี่แล้วบุคคลยังมีความต้องการในการเคลื่อนไหวต้องมีการขับถ่าย มีการพักผ่อน ต้องการอากาศและอุณหภูมิที่พอเหมาะซึ่งองค์การก็ตอบสนองได้ โดยการเอื้ออำนวยให้มีสภาพการทำงานที่เหมาะสม มีเครื่องอำนวยความสะดวกตามสมควร รวมตลอดถึงการพยายามเอื้ออำนวยให้มีชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น

2.1.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

การที่จะทำให้พนักงานแต่ละคน มีคุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการทำงานขององค์การ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาวิธีการชักนำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้สรุปทฤษฎีไว้ดังนี้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierachy of Human need)

Abraham H. Maslow ได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของคนไว้ 3 ประการ (ธงชัย. 2539 : 383-385) ดังนี้

1. คนทุกคนต่างมีความต้องการ และความต้องการนี้จะมีอยู่ตลอดเวลาไม่มีการสิ้นสุด นับตั้งแต่เกิดจนถึงตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช้แรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมต่อไปอีก แสดงว่า ความต้องการที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจะต้องเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการใด ๆ ถ้าหากได้รับการตอบสนองเสร็จสิ้นไปแล้ว ก็จะไม่มีความหมายสำหรับบุคคลนั้น และความต้องการลำดับต่อไปที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่จะมีอิทธิพลต่อบุคคลดังกล่าวได้

3. ความต้องการของคนจะมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูงตามลำดับความสำคัญ แสดงว่า ความต้องการต่าง ๆ จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้นตอนความสำคัญ ในขณะที่ความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการที่สูงขึ้นขั้นต่อไปก็จะตามมา

Maslow ได้สรุปลักษณะของการสร้างแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจจะเป็นไปตามลำดับของความต้องการอย่างเป็นระบบ ลำดับขั้นของความต้องการนี้ เรียกว่า Hierarchy of Needs โดยมีลำดับขั้น 5 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological needs) เป็นพื้นฐานขั้นแรกของคนก็คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย เพราะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับที่จะให้มีชีวิตอยู่รอด เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อุณหภูมิที่เหมาะสม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน ทั้งนี้เพราะความจำเป็นที่จะต้องดำรงชีพอยู่ ทำให้คนจำต้องไปหาสิ่งเหล่านี้มาตอบสนองก่อนสิ่งอื่นใด ด้วยเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การตอบสนองให้กับความต้องการของร่างกายจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้จูงใจพนักงานได้

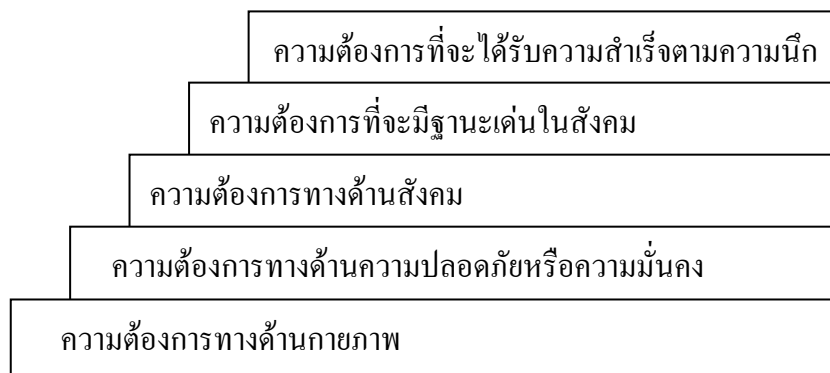
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Safety or Security Needs) ถ้าหากความต้องการทางด้านกายภาพได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้ว คนก็就会有ความต้องการในขั้นต่อไปที่สูงขึ้น คือ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคงต่าง ๆ คนเริ่มคิดถึงความปลอดภัยในการทำงานและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ในรูปของค่าจ้างเงินเดือนหรือผลตอบแทนในระยะยาว

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social Needs) ภายหลังจากที่คนได้รับการตอบสนองในสองขั้นแรกแล้ว คนจะมีความต้องการที่สูงขึ้น คือ ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กร อยากจะคบหาสมาคมกับบุคคลอื่น รวมทั้งจะได้รับการมิตรภาพจากกลุ่มเพื่อน เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดีการที่เขาจะต้องทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของสมาชิกหรือคนในสังคมนั้นด้วย ความต้องการทางด้านสังคมปกติมักจะเข้าไปในรูปแบบของความต้องการในแง่ที่จะทำให้เกิด

ความรู้สึกแก่ตนเองว่า เป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อองค์กรและกลุ่ม มีบุคคลต่าง ๆ ให้ความรักใคร่หรือชอบพอตน หรืออาจจะกล่าวได้ว่าความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการทางด้านจิตใจมากขึ้น

4. ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่ประกอบด้วย ความมั่นใจในตนเองในเรื่องของความรู้ ความสามารถ และความสำคัญในตัวของตัวเอง รวมตลอดทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลอื่นในองค์กร การดำรงตำแหน่งที่สำคัญ การมีที่ทำงานที่ตกแต่งสวยงาม การมีโอกาสพูดคุยหรือใกล้ชิดกับบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียง ล้วนแต่เป็นความต้องการที่จะทำให้มีฐานะของตนเด่นชัดขึ้นในสังคม

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด (Safe Actualization Needs) ลำดับขั้นความต้องการที่สูงสุดของคนคือ ความต้องการที่อยากจะสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิด ภายหลังจากที่คนได้รับการสนองตอบความต้องการทั้งสี่ขั้นอย่างครบถ้วนแล้ว คนก็จะยังคงมีความต้องการที่สูงขึ้นไปอีก และอยากที่จะประสบความสำเร็จสมประสงค์ตามความนึกคิดที่ตนได้ใฝ่ในไว้ทุกอย่าง



ภาพที่ 2.1 แสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs)

ที่มา: ชงชัย สันติวงษ์ (2539 : 384)

สรุปทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เป็นการตั้งสมมติฐานความต้องการของคน โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้น ตามลำดับจากขั้นพื้นฐานไปสู่ขั้นสูง คือ ความต้องการทางด้านกายภาพ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคง ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม และความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด โดยทฤษฎีนี้สามารถนำไปปรับใช้เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานให้เกิดคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีได้

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยประสงค์จะศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยใช้พนักงานถือถุงกอล์ฟ ในสถานประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟ ภายในจังหวัดชลบุรี เป็นกลุ่ม

ตัวอย่าง จากองค์ประกอบที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นว่ามีคุณสมบัติของเกณฑ์ในการบ่งบอกคุณภาพชีวิตการทำงาน แต่ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวบ่งชี้หรือเกณฑ์การประเมินคุณภาพชีวิตการทำงาน ทั้ง 8 ด้านของ Edgar F. Huse และ Cummings เพราะมีเนื้อหาครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ของคุณภาพชีวิตการทำงานค่อนข้างสมบูรณ์ และมีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในการวิจัย

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร อาจกล่าวได้ว่า เริ่มต้นจากการที่ Howard S. Becker (1960 อ้างถึงใน จีราวรรณ, 2539 : 7) ได้สร้าง “Side-Bet Concept” โดยแนวคิดนี้พิจารณาความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นผลจากการที่พนักงานเปรียบเทียบซึ่งน้ำหนักว่า หากเขาออกจากองค์กรไปจะสูญเสียอะไรบ้าง เนื่องจากการที่พนักงานเข้าไปเป็นสมาชิกขององค์กรในช่วงระยะเวลาหนึ่งจะก่อให้เกิดการลงทุน เรียกว่า “Side-Bet” ซึ่งอาจปรากฏในรูปของเวลา กำลังกาย กำลังสติปัญญาที่เสียไป ตลอดจนการยอมเสียโอกาสบางอย่างไป เช่น โอกาสในการเป็นสมาชิกขององค์กรอื่น เมื่อเป็นเช่นนี้ พนักงานย่อมหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับตอบแทนจากองค์กรในระยะยาว เช่นบำเหน็จบำนาญ หรือกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ ซึ่งนอกเหนือไปจากค่าตอบแทนรายเดือน แต่ถ้าเขาลาออกก่อนครบกำหนดก็เท่ากับเขาลงทุนแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาไปโดยได้รับผลประโยชน์ไม่คุ้มค่า เพราะฉะนั้น การที่คนเราได้เข้ามาทำงานหรือเป็นสมาชิกขององค์กร ยั่งยืนเท่าไร ก็เท่ากับว่าการลงทุนของเขาได้สะสมเพิ่มขึ้น นำมาซึ่งความยากลำบากที่จะตัดสินใจลาออกจากองค์กร เพราะหากตัดสินใจลาออก ย่อมหมายถึงเกิดการสูญเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร สรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรเริ่มต้นมาจากแนวความคิดที่ว่า พนักงานได้เปรียบเทียบระหว่างการเป็นสมาชิกขององค์กรกับการลาออกจากองค์กรว่าเขาจะสูญเสียโอกาสและผลประโยชน์บางอย่างไป เพราะการได้เข้าทำงานหรือเป็นสมาชิกขององค์กรถือเป็นการลงทุนของพนักงานที่สะสมกันมาพร้อมกับผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนจากองค์กร

2.2.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

จากแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรดังกล่าวข้างต้น ได้มีนักวิชาการให้ความหมายเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไว้ ดังนี้

Buchanan (1974) ได้ให้นิยามของความผูกพันองค์กรไว้ว่า

1. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร (Identification) โดยการเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน ยอมรับในค่านิยมและวัตถุประสงค์ขององค์กร และถือเสมือนหนึ่งว่าเป็นของตนเอง เช่นกัน

2. การเข้ามามีส่วนร่วมในองค์การ (Involvement) โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์การตามความสามารถของตนอย่างเต็มที่

3. ความจงรักภักดีต่อองค์การ (Loyalty) เป็นความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ

Porter et. al (1974 อ้างถึงใน สุภววรรณ. 2542 : 6) ได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การว่า ความผูกพันต่อองค์การเป็นความสัมพันธ์ที่จะแสดงออกถึงความเชื่อมโยงทั้งหมดระหว่างพนักงานกับองค์การเป็นความเข้มข้นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องในการทำงานให้กับองค์การ โดยความผูกพันต่อองค์การนี้จะมีคุณลักษณะ 3 ประการ ดังนี้

1. ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ
2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อองค์การ
3. ความปรารถนาที่จะดำรงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์การ

Mowday et. al. (1982 : 27) ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การว่าเป็นการแสดงออกที่มากกว่าความจงรักภักดีที่เกิดขึ้นตามปกติ เพราะความผูกพันเป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นและผลักดันให้บุคคลเต็มใจที่จะอุทิศตัวเองเพื่อการสร้างสรรค์ให้องค์การอยู่ในสภาพที่ดีขึ้น

Steers (1991 : 79) เห็นว่าความผูกพันต่อองค์การเป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์การซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึง

1. ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ หมายถึงการยอมรับในแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย และมีค่านิยมที่สอดคล้องเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับองค์การ

2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์การ หมายถึง การใช้ความสามารถ ความพยายามของตนเองอย่างเต็มที่เพื่อให้งานขององค์การประสบความสำเร็จ

3. ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภายในองค์การ หมายถึง ความต้องการของพนักงานที่มีความสมัครใจอยู่ปฏิบัติงานในองค์การ ไม่คิดหรือมีความต้องการที่จะลาออกจากการเป็นสมาชิกขององค์การ

Miner (1992 : 124) ได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิดของ Mowday และคณะ โดยแบ่งแนวคิดของความผูกพันต่อองค์การออกเป็น 2 ด้านคือ

1. ความผูกพันทางด้านพฤติกรรม (Behavior Commitment) เป็นความผูกพันต่อองค์การในรูปของพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างต่อเนื่องคงเส้นคงวา คือ เมื่อคนเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์การจะมีการแสดงออกในรูปของพฤติกรรมอย่างต่อเนื่อง คงเส้นคงวาในการทำงาน โดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน และพยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพ เนื่องจากได้เปรียบเทียบผลได้ผลเสียที่

เกิดขึ้นจากการที่เขาได้ลงทุนลงแรงไปในองค์กร และเป็นการยากหรือเป็นไปได้ที่จะเรียกการลงทุนส่วนนั้นกลับคืนมา

2. ความผูกพันทางด้านทัศนคติ (Attitudinal Commitment) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งต่างจากแนวคิดแรกที่เป็นผลเนื่องจากการเปรียบเทียบผลได้ผลเสียที่จะเกิดขึ้นมากกว่าคำนึงถึงความรู้สึกที่บุคคลจะแสดงออกถึงความผูกพันต่อองค์กรเชิงทัศนคติในรูปของความเชื่อมั่นและยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรความตั้งใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะทำงานให้กับองค์กรและความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะรักษาสถานภาพสมาชิกขององค์กรได้

ภรณ์ กิรีติบุตร (2529 : 94) ได้ให้ความหมายว่า ความผูกพันต่อองค์กร สามารถแยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความผูกพันเป็นทางการ (formal attachment) ต่อองค์กรซึ่งแสดงออกโดยการไปปรากฏตัวทำงานตามเวลาที่กำหนดและความผูกพันทางจิตใจและความรู้สึก (commitment) ซึ่งหมายถึง พนักงานมีความผูกพันหรือสนใจอย่างจริงจังต่อเป้าหมาย ค่านิยมและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และเต็มใจที่จะทุ่มเทพลังการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

ธีระ วิชรธรรมสาธิต (2532 : 20) ได้นิยาม ความผูกพันต่อองค์กร โดยเน้นที่พฤติกรรมที่แสดงออกมาของสมาชิกขององค์กรในรูปของความสม่ำเสมอของพฤติกรรม กล่าวคือ เมื่อสมาชิกขององค์กรมีความผูกพันต่อองค์กรจะแสดงออกในรูปของพฤติกรรมที่ต่อเนื่องหรือคงเส้นคงวาในการทำงาน ความต่อเนื่องในการทำงานโดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน การที่สมาชิกผูกพันต่อองค์กรและพยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพไว้โดยไม่โยกย้ายไปไหนก็อาจเนื่องมาจากได้เปรียบเทียบกับอย่างอื่นแล้ว นับเป็นผลได้ผลเสียที่เกิดขึ้น หากละทิ้งสมาชิกภาพหรือลาออกจากองค์กรไป

กานดา จันทร์แย้ม (2538 : 19-20) ได้กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึงสิ่งที่แสดงออกซึ่งสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลกับองค์กร ถ้าพนักงานยังมีความผูกพันต่อองค์กรมากเท่าไร แนวโน้มที่จะลาออกหรือละทิ้งองค์กรไปก็ลดน้อยลงเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม แนวคิดเรื่องความผูกพันต่อองค์กรอาจมองได้ 3 แนวทาง ได้แก่

1. มองว่าพนักงานที่ทำงานกับองค์กรโดยไม่ลาออกไปไหน เพราะเขามีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กร
2. มองว่าพนักงานต้องการอยู่กับองค์กรเพราะเขาจำเป็นต้องอยู่ ไม่เช่นนั้นเขาจะสูญเสียผลประโยชน์หลายอย่างที่เขาควรจะได้จากการลงทุนของเขา
3. มองว่าพนักงานผูกพันกับองค์กรเพราะเขาคิดว่าเขาควรจะต้องอยู่หรือทำสิ่งที่ควรจะทำ ทั้งนี้เพื่อความรับผิดชอบต่อองค์กรที่เขาเป็นสมาชิกอยู่

จากความหมายของความผูกพันต่อองค์กรที่มีหลากหลายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความสัมพันธ์ของพนักงานที่มีความพึงพอใจในการทำงานในองค์กรที่ตนเป็นสมาชิก โดยแสดงออกในด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ใช้ความพยายามอย่างเต็มความสามารถเพื่อประโยชน์ขององค์กร และมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป

สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้นิยามความหมายของ Steers เป็นแนวทางในการศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ซึ่ง Steers กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. ความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
2. ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร

3. ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร

ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่า ความผูกพันต่อองค์กรในนิยามความหมายของ Steers ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย

2.2.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

Steers and Porter (1983 : 441-451) ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรสามารถจัดเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลพบว่า อายุ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร และการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ทางลบต่อความผูกพันต่อองค์กร

2. ลักษณะของงานหรือบทบาทที่เกี่ยวข้องในงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร มีการศึกษาพบว่า งานที่เพิ่มคุณค่าจะเพิ่มความผูกพัน บทบาทที่ชัดเจน และความสอดคล้องของบทบาทมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร

3. การออกแบบขององค์กร โครงสร้างที่หลากหลาย มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรพบว่า ระดับของความเป็นทางการ ความมั่นใจในหน้าที่ การกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการมีกรรมสิทธิ์ในการควบคุมตนเองของพนักงานในองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

4. ลักษณะและคุณภาพของประสบการณ์ในงานที่เกิดขึ้น ในช่วงระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร เช่น พนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร พนักงานรู้สึกว่างค์การไว้วางใจที่จะดูแลความสนใจของพนักงาน ความรู้สึกว่าคุณค่ามีความสำคัญต่อองค์กร และการที่ความคาดหวังของพนักงานพอดีกับงาน ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

Meyer et. al. (1993 : 539-540) ได้สรุปว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีลักษณะอันเป็นองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. ความผูกพันตอบสนอง บุคคลจะผูกพันและคงอยู่กับองค์กรตราบนานเท่าที่ความคาดหวังและความพึงพอใจจากความต้องการพื้นฐานด้านประสบการณ์ในงานได้รับการตอบสนอง
2. ความผูกพันต่อเนื่อง บุคคลผูกพันต่อองค์กรเนื่องจาก ได้คำนวณเปรียบเทียบถึงสิ่งที่ได้ลงทุนไปกับองค์กรและการสูญเสียเมื่อต้องลาออก
3. ความผูกพันทางจิตใจ บุคคลผูกพันต่อองค์กรด้วยความรู้สึกรักและรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ

Cherrington (1994 : 276) ได้สรุปว่า ความผูกพันต่อองค์กรเกิดจากปัจจัยดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ที่มีอายุมาก และอยู่ในองค์กรนาน จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูง ผู้ที่มีแรงจูงใจภายในมากจะมีความผูกพันมาก เพศหญิงมีแนวโน้มผูกพันต่อองค์กรมากกว่าเพศชาย ตลอดจนผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะผูกพันต่อองค์กรมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง
2. ลักษณะของงาน ได้แก่ การทำงานที่มีความสำคัญ การได้มีส่วนร่วมในงานจะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรสูง และหากมีความขัดแย้งในบทบาทและสับสนในงาน จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรลดลง
3. ลักษณะขององค์กร ได้แก่ องค์กรที่มีการกระจายอำนาจให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จะสร้างให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร และเห็นว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพิงได้

2.2.3 ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร

Steers (1977 : 122-123) เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กร คือ

1. พนักงานผู้ที่มีความผูกพันต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร จะแสดงส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรในระดับสูง
2. พนักงานผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง จะมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการดำรงอยู่กับองค์กร เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่บุคคลเชื่อถือ
3. พนักงานผู้ที่มีความผูกพันเป็นเสมือนหนึ่งเดียวกับองค์กรในระดับสูง จะเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมในงานมากขึ้น เนื่องจากมีความเชื่อว่างานของตนเป็นตัวเชื่อมไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร
4. พนักงานผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง จะเต็มใจใช้ความพยายามเพื่อองค์กรและขยายผลการทำงานไปสู่การมีผลงานในระดับสูง

Baron (1986 : 165) ได้สรุปว่า ความผูกพันต่อองค์การมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของพนักงาน คือ

1. เมื่อใดที่ความรู้สึกผูกพันของพนักงานแต่ละคนมีระดับสูง อัตราการขาดงานและอัตราการออกจากงานต่ำ
 2. ความผูกพันที่สูงจะมีผลทำให้บุคคลอยากค้นหางานอื่นน้อยลง
 3. ความผูกพันในองค์การมีส่วนเกี่ยวข้องกับความพยายามและคุณภาพในการทำงาน
- พนักงานที่มีความผูกพันต่อบริษัทของเขาจะมีความพยายามอย่างมากและเต็มใจลงทุนเพื่อบริษัท นั่นคือ ผลการปฏิบัติงานของพวกเขาจะดีขึ้น

ภรณ์ กิรีติบุตร (2529 : 97) กล่าวว่า ความรู้สึกผูกพันจะนำไปสู่ผลที่สัมพันธ์กับความมีประสิทธิภาพขององค์การ ดังนี้

1. พนักงานซึ่งมีความรู้สึกผูกพันอย่างแท้จริงต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ การมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์การอยู่ในระดับสูง
2. พนักงานซึ่งมีความรู้สึกผูกพันอย่างสูง มักมีความปรารถนาอย่างแรงที่จะคงอยู่กับองค์การต่อไป เพื่อทำงานขององค์การให้บรรลุเป้าหมายซึ่งตนเองเลื่อมใสศรัทธา
3. โดยเหตุที่บุคคลมีความผูกพันต่อองค์การ และเลื่อมใสศรัทธาในเป้าหมายขององค์การ บุคคลซึ่งมีความผูกพันดังกล่าวมักมีความผูกพันอย่างมากต่องาน เพราะเห็นว่างานคือ หนทางที่ตนจะสามารถทำประโยชน์กับองค์การให้บรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ
4. บุคคลซึ่งมีความรู้สึกผูกพันสูงจะเต็มใจที่จะใช้ความพยายามมากพอสมควรในการทำงานให้กับองค์การ ทำให้มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดีกว่าคนอื่น

สรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์การมีความสำคัญยิ่งต่อองค์การ เพราะความผูกพันต่อองค์การจะทำให้บุคคลมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเชื่อมั่นในจุดมุ่งหมายขององค์การ มีการแสดงระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์การสูง และการขาดงานหรือการลาออกโดยสมัครใจจะมีอัตราต่ำ จึงกล่าวได้ว่า ความผูกพันต่อองค์การ มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ ดังนั้น แต่ละองค์การจะต้องพยายามรักษาพนักงานของตนไว้ โดยมุ่งสร้างให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์การให้มากที่สุด เพื่อให้การทำงานเกิดความต่อเนื่องและคุ้มค่าในการลงทุนด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

2.3.1 ความหมายและลักษณะของการบริการ

Kotler (2000) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมใดที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่มีการส่งมอบกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ใช้บริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะด้านที่มีความแตกต่างจากสินค้า 4 ประการ ผู้บริหารธุรกิจบริการต้องมีความเข้าใจความแตกต่างดังกล่าว เพราะมีความสำคัญต่อการออกแบบโปรแกรมทางการตลาดให้รองรับกับลักษณะเฉพาะด้านของการบริการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริการไม่คงที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Variability)

ระดับคุณภาพการบริการเปลี่ยนแปลงตามผู้ให้บริการ เวลา หรือสถานที่ ยกตัวอย่าง เช่น การบริการเสริมสวยด้านทรงผม ช่างตัดผมแต่ละคนจะมีฝีมือ และประสบการณ์ตัดแต่งทรงผมแบบเดียวกันที่แตกต่างกัน อาจจะมีการตัดแปลงทรงผมให้เหมาะสมกับสังคมในปัจจุบัน เป็นต้น ลูกค้าต้องหาข้อมูลงานบริการที่ต้องการเพิ่มเติม เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ผู้ให้บริการสามารถลดข้อจำกัดของการบริการในเรื่องนี้ โดยการควบคุมคุณภาพ เริ่มต้นจากการคัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการลูกค้าให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ เป็นมาตรฐานเดียวกัน กำหนดขั้นตอนการให้บริการในรูปแบบพิมพ์เขียวของการให้บริการ (Service Blueprint) ซึ่งแสดงขั้นตอนการให้บริการ และกระตุ้นเตือนพนักงานต้องระวังจุดที่มีโอกาสผิดพลาดรวมถึงการตรวจสอบความพอใจของลูกค้าโดยวิธีการรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า การวิจัยตลาด ฯลฯ

2. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability)

ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างกันสูง เนื่องมาจากการผลิต และการบริโภคงานบริการต้องเกิดขึ้นพร้อมกัน ซึ่งมีความแตกต่างจากสินค้าที่สามารถผลิตเป็นชิ้นงานไว้ในคลังสินค้าก่อน เพื่อรอจัดจำหน่ายต่อไป ดังนั้น การให้ความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการเป็นประโยชน์ต่อทั้ง 2 ฝ่าย ธุรกิจบริการต้องเพิ่มความสามารถในการผลิตงานบริการสำหรับลูกค้าเป็นกลุ่มที่มีจำนวนลูกค้าหลายคน เช่น การจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการให้บริการมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว

3. ไม่สามารถเก็บรักษาการบริการไว้ได้ (Perishability)

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการไม่สามารถเก็บรักษางานบริการเพื่อนำมาใช้ภายหลังได้ ส่งผลต่อช่วงเวลาที่มีลูกค้าจำนวนน้อย หรือไม่มีลูกค้า ธุรกิจงานบริการจึงเสียโอกาสในการขายอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ธุรกิจสายการบิน พบปัญหาในช่วงเวลานอกเทศกาลท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่มิวตภัย การก่อการร้ายที่ส่งผลต่อการเดินทาง โดยเครื่องบินจะพบว่ามีความถี่ที่บินเครื่องบินว่างเป็นจำนวนมาก หากเปรียบเทียบกับช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสนับสนุนให้คนเดินทางจะ

พบว่ามันไม่เพียงพอกับผู้โดยสารจำนวนมาก นักการตลาดบริการจึงต้องมีวิธีการจัดการอุปสงค์และอุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การบริการไม่มีตัวตน (Intangibility)

ลูกค้าไม่สามารถใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการประเมินผลงานบริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อ เพราะงานบริการไม่มีตัวตน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าไม่สามารถทราบผลการทำศัลยกรรมจะสวยงามมาก หรือน้อย ดังนั้น ลูกค้ามีความเสี่ยงสูงในการตัดสินใจซื้องานบริการ ลูกค้าจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์โดยตรงกับงานบริการประเภทเดียวกัน หรือจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือ นักการตลาดบริการต้องนำเสนอคุณภาพของการบริการผ่านสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ลูกค้าสามารถสังเกตได้ เช่น สถานที่ให้บริการที่มีความสะอาดและปลอดภัย พนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ สัญลักษณ์ขององค์กรที่สื่อความหมายแสดงความสามารถในผลงานบริการ และราคาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และรับประกันความพอใจ

ชำนาญ ภู่อี่ยม (2537) กล่าวอธิบายถึงความหมายและลักษณะทั่วไปของบริการ ดังนี้ บริการ (Services) หมายถึง การกระทำ หรือการปฏิบัติ (Performances) อันแสดงออกในรูปของความสะอาดสบาย ความปลอดภัย เช่น การคมนาคม การสื่อสาร การประกันภัย ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้

คุณสมบัติที่สำคัญของบริการมี 2 ประการ

1. ผู้ใช้บริการมักจะมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการหลาย ๆ อย่าง เช่น โรงแรม สถานเสริมความงาม เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการที่ให้บริการ
2. บริการที่ไม่มีบริการคงคลัง ดังเช่น สินค้าคงคลัง อันเนื่องมาจากลักษณะที่จับต้องไม่ได้ดังกล่าวข้างต้น

นอกจากนี้ การบริการ (Service) เมื่อเราแยกออกมาแปรรูปเป็นความหมายต่าง ๆ ตามตัวอักษรได้ดังนี้ คือ (อ้างถึงใน กิตติศักดิ์ ฟูงสุข. 2543 : 11-13)

1. S คือ แนวความคิดรวบยอดในการบริการ (Service Concept) และการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้มาติดต่อ หรือมาขอใช้บริการ และรับบริการ ก่อนอื่นเราจะต้องมี Concept คือ แนวความคิดรวบยอด การให้บริการที่ดีต่อลูกค้า นั้นเป็นหน้าที่โดยตรง และต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะลูกค้า นั้นต้องการมารับบริการ และได้รับความพึงพอใจมากที่สุด จะเห็นได้ว่า ภัตตาคาร หรือสวนอาหารที่มีบริการที่ดีนั้น ต่อให้อยู่ไกลแค่ไหนลูกค้าก็พากันไปอุดหนุน

2. E คือ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะ เป็นพนักงานต้อนรับ พนักงานขาย ยามรักษาการณ์ ฯลฯ ซึ่งเห็นลูกค้าเข้ามา ก็ต้องทำการต้อนรับ และกล่าวทักทายด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม และต้องมีความพร้อมที่จะสนองความ

ต้องการของลูกค้า และคอยสังเกตว่าลูกค้าต้องการอะไรบ้าง หรือต้องการให้ช่วยเหลืออะไรบ้าง ต้องรีบไปบริการทันที

3. R คือ ความพร้อม (Readiness) และความรวดเร็ว (Rapidness) หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็ว ฉับพลัน ทันใจ และทันเวลา ตัวอย่างเช่น ในธนาคารเมื่อลูกค้าเข้าไปติดต่อที่จะฝากหรือถอนเงินก็ตาม เขาต้องการเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีความพร้อม และให้บริการเขาด้วยความรวดเร็ว หรืออยู่ซ่อมรถยนต์ เราต้องมั่นใจว่า เมื่อลูกค้าเอารถมาซ่อม เราต้องมีอะไหล่พร้อม และต้องรีบจัดการซ่อมรถยนต์ให้ลูกค้าเสร็จโดยเร็ว ก็จะทำให้ลูกค้ามีความพอใจ และประทับใจอย่างแน่นอน และข้อสำคัญทำให้เราซ่อมรถได้เร็วและได้จำนวนมากขึ้น นั่นก็คือ ได้เงินเร็วขึ้นและมากขึ้นนั่นเอง

4. V คือ ความมีคุณค่า (Values) หมายความว่า ไม่ว่าจะให้บริการประเภทใด ท่านต้องทำทุกวิถีทางที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเสมอว่า เมื่อเขามารับบริการจากท่าน เขารู้สึกไม่ผิดหวัง และเห็นว่าการบริการของท่านนั้นมีคุณค่าสำหรับเขา ผู้ขายบริการนั้นสามารถสร้างคุณค่าได้ทั้งนั้น

5. I คือ ความสนใจ (Interesting) และความประทับใจ (Impressive) ซึ่งหมายถึงการให้ความสนใจอย่างจริงใจต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับและทุกคน โดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง หรือแบ่งชั้นวรรณะ เพราะไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตาม เขาต้องได้รับการบริการที่ดีด้วยกันทั้งนั้น

6. C คือ ความสะอาด (Cleanliness) ความถูกต้อง (Correctiveness) และไม่ตรีจิต (Courtesy) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขายบริการ นั่นคือ ไม่ว่าจะท่านจะทำธุรกิจในด้านใด สถานที่ของท่านจะต้องสะอาดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย คือ มีการดูแลบ้าน (House Keeping) ที่ดี เพราะใคร ๆ ก็ชื่นชมความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ในเรื่องของความถูกต้อง ตัวอย่างเช่น ลูกค้าสั่งอาหารก็ต้องนำอาหารที่สั่งมาให้ถูกต้อง ส่วนเรื่องความมีมิตรไมตรีจิต คือ การให้การต้อนรับด้วยความอบอุ่น แสดงความเป็นมิตร ให้การต้อนรับด้วยความอบอุ่นพูดจา กับลูกค้าด้วยความสุภาพอ่อนน้อม พร้อมทั้งจะรับฟังลูกค้าอย่างตั้งใจ และพร้อมที่จะช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความยินดีและเต็มใจ

7. E คือ ความอดกลั้น (Endurance) และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (Emotional Control) ผู้ให้บริการ หรือผู้ขายบริการที่ดีนั้น ต้องมีคุณสมบัติที่พิเศษอย่างหนึ่ง คือความอดกลั้นและการรู้จักควบคุมอารมณ์ เพราะลูกค้าที่เข้ามาต่างคนก็ต่างจิตต่างใจ ดังนั้น จึงเป็นเรื่องยากในการที่จะให้บริการให้ถูกใจแก่ทุกคน

8. S คือ ความจริงใจ (Sincerity) ในการให้บริการลูกค้า นั้น ท่านจะต้องรู้จักยิ้ม และมีความรู้สึกในทางบวกเกิดขึ้น โดยจะต้องแสดงให้ลูกค้าเห็นทั้ง กาย วาจา ท่าทาง ตลอดจนสีหน้า และแววตา ว่าท่านมีความจริงใจและเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกดีใจในการให้บริการแก่ลูกค้า

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2545 : 41-42) ได้กล่าวถึงลักษณะจำเพาะ 13 ประการที่บ่งบอกว่า เป็นงานบริการ ดังนี้

1. ผลผลิต หรือสิ่งป้อนออก มีลักษณะจับต้องได้ยาก (Intangible)
2. ผลผลิตมักมีความหลากหลาย เบี่ยงเบน และหารูปแบบที่เป็นตัววัดเทียบให้ตรงกับมาตรฐานได้ยาก
3. งานบริการมักต้องส่งมอบ หรือถูกสัมผัส และบริโภค หรือใช้ประโยชน์จากลูกค้า โดยทันทีที่ผลิตออกมา
4. ในกระบวนการให้บริการ จะมีการสัมผัสบริการ โดยลูกค้าเป็นส่วนมาก ตลอดกระบวนการให้บริการนั้น ๆ เป็นอย่างมากเสมอ
5. ในกระบวนการให้บริการ ลูกค้ามักจะต้องมีบทบาท หรือเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม ในขณะที่ทำการให้บริการนั้น ๆ เป็นอย่างมากเสมอ
6. ทักษะ หรือความชำนาญเฉพาะตัวมักถูกส่งมอบสู่ลูกค้าโดยตรง
7. งานบริการไม่อาจทำการผลิตออกมาเหมือนการผลิตแบบมวล หรือ Mass Production ได้
8. ในงานบริการต้องอาศัยการตัดสินใจ และสามัญสำนึกของปัจเจกชนผู้ทำงานบริการ นั้น ๆ เป็นอย่างมาก
9. บริษัทผู้ทำธุรกิจบริการมักมีพนักงานจำนวนมาก หรือใช้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายใน ส่วนของบุคลากรสูงกว่าต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ
10. หน่วยให้บริการมักจะถูกกระจายอำนาจและแจกจ่ายกระจายตัวไปตั้งอยู่ในตำแหน่ง แห่งที่ใกล้ชิดกับลูกค้า
11. การวัดประสิทธิผลของงานบริการใด ๆ นั้นมักจะกระทำได้ยาก
12. การควบคุมคุณภาพงานบริการ มักทำได้เพียงการควบคุมที่กระบวนการให้บริการ
13. การกำหนดต้นทุนงานบริการที่ดี ราคาค่าบริการที่ดี มักกระทำได้อย่างหาหน่วยวัดที่ ใกล้เคียง หรืออยู่ในกรอบเดียวกันได้ยาก และลูกค้ามักจะเทียบราคากับความพอใจที่ได้เลือก ใช้ บริการอันนั้น มากกว่าที่จะคอยตระเวนหาบริการที่ถูกกว่า หรือพยายามบังคับบริการที่ตนชอบให้ ลดราคาค่าบริการลงมา

สรุปได้ว่า การบริการ คือ กระบวนการในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยัง ผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการนั้น โดยผู้ให้บริการมีหน้าที่ที่จะสนองความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

2.3.2 คุณภาพการบริการ

Parasuraman et. al. (1985) ได้พัฒนารูปแบบการบริการที่เกี่ยวข้องปัจจัยการกำหนดคุณภาพการบริการและช่องว่าง (Gap) หรืออุปสรรคที่ทำให้การบริการไม่เป็นไปตามความหวังของลูกค้า โดยปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ลูกค้าเข้าถึงการบริการ (Access)
การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสมที่สะดวกสบายในการเดินทาง
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
ความสามารถที่อธิบายลูกค้าให้เข้าใจอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence)
พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ
4. ความมีอัธยาศัย (Courtesy)
พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility)
องค์กรและพนักงานต้องสร้างความเชื่อถือ และความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability)
การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)
พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
8. ความปลอดภัย (Security)
การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ
9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถประเมินถึงคุณภาพการบริการ
10. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer)
พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สร้างความแตกต่างในธุรกิจบริการ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง และตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า จำเป็นต้องพิจารณาดังต่อไปนี้

1. การบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word-of mouth communications)

การประเมินคุณภาพการบริการมีความซับซ้อนมีผลต่อความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อ ลูกค้าต้องพิจารณาข้อเสนอต่าง ๆ ที่ผู้ขายนำเสนอ รวมถึงข่าวสารที่เกี่ยวข้องคุณภาพการบริการจากแหล่งบุคคลต่าง ๆ เช่น กลุ่มเพื่อน ผู้เชี่ยวชาญในสายการบริการ และแหล่งข้อมูลที่มีใช้บุคคล เช่น สื่อ ลูกค้าใช้ข้อมูล 2 แหล่งในการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เมื่อต้องตัดสินใจซื้อ ลูกค้าจะไว้วางใจข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งที่เป็นบุคคลมากกว่า เพราะสื่อที่ส่งถึงลูกค้านั้นแสดงให้เห็นถึงคุณภาพการบริการที่ผ่านมาได้น้อย การต่อต้านและประกาศห้ามโฆษณาในธุรกิจบริการบางประเภท

ผู้บริหารอุตสาหกรรมบริการให้ความสำคัญอิทธิพลของการบอกต่อแบบปากต่อปากในงานบริการ ความสำคัญนี้ส่งผลโดยตรงต่อความคาดหวังของลูกค้า เป็นการยากสำหรับลูกค้าที่จะประเมินคุณภาพการบริการก่อนซื้อจากประสบการณ์โดยตรง การบอกต่อแบบปากต่อปากจากเพื่อน ครอบครัว เป็นแหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อระดับความต้องการในบริการ การสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร สนับสนุนการให้ข้อมูลโดยการบอกต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีการหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าที่มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำในระยะยาว

2. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs)

ลูกค้าสามารถรับรู้คุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของลูกค้า ซึ่งตรงกับความคาดหวัง และนำไปใช้แก้ปัญหา ธุรกิจนำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในระดับบุคคล และกลุ่มลูกค้าจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่ต้องการแก้ไข การแก้ไขปัญหาทำได้หลายแนวทาง เช่น การซักเสื้อผ้า ลูกค้าสามารถเลือกซื้อเครื่องซักผ้า หรือจ้างคนงานซักเสื้อผ้า เป็นการตัดสินใจตามความต้องการของลูกค้าจะซื้อเครื่องมือหรือซื้องานบริการ

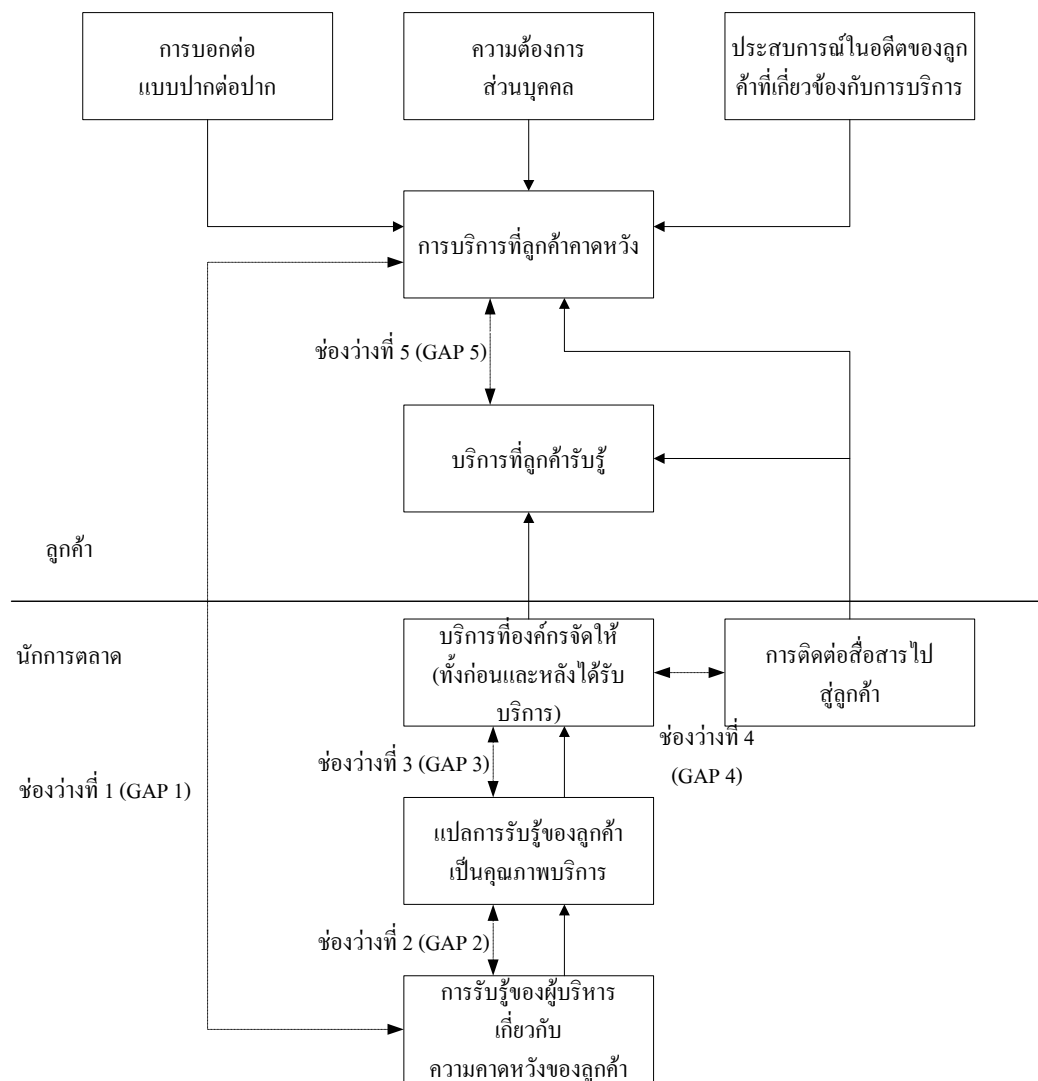
ความต้องการส่วนบุคคล เป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางของสินค้า หรือบริการที่มีศักยภาพสนองความต้องการ ผู้ให้บริการต้องส่งมอบคุณค่างานบริการตามที่ลูกค้าคาดหวังภายในขอบเขตที่เป็นไปได้ เช่น มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลายคณะ/สาขา สำหรับนักศึกษาทุกคนที่มีความต้องการประกอบวิชาชีพในแต่ละสาขา แต่คนบดในแต่ละคณะไม่สามารถทำหน้าที่ให้บริการแก่นักศึกษาที่เข้ามารับการศึกษาตามที่นักศึกษาคาดหวังได้หมดทุกคน แสดงว่าความต้องการเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดว่าลูกค้ากำลังให้ความสำคัญเรื่องใด ความต้องการนั้นยังเกี่ยวข้องกับพนักงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร สิ่งที่สำคัญในการสร้างความคาดหวังของลูกค้าส่งผลถึงคุณภาพการบริการที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้

3. ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (Past experiences)

ประสบการณ์ของการรับบริการเป็นผลมาจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อบริการ ประสบการณ์ของการรับบริการเรียกว่า การรับรู้บริการ (Parasuraman et. al. 1985,

Gronroos, 1990) ผู้บริหารองค์กรต้องทราบความคาดหวังของลูกค้าเพื่อเป็นเกณฑ์กำหนดคุณภาพการบริการที่ส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า

การรวบรวมข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าเป็นศูนย์กลางข้อมูลลูกค้า เป็นแหล่งข้อมูลที่ทราบความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้ ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจากประสบการณ์ของการบริการที่ผ่านมาได้ เช่น ความต้องการที่พักเมื่อลูกค้าต้องเดินทางไปติดต่อธุรกิจ หรือเพื่อการท่องเที่ยวในต่างถิ่น โรงแรมที่ต้องเข้าพักถูกเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่เคยพักในโรงแรมต่าง ๆ มาก่อน หรือการเข้ารับการรักษาพยาบาลเป็นผู้ป่วยภายในโรงพยาบาลที่มีมาตรฐานทางการแพทย์ทั่วไปเปรียบเทียบกับบริการของโรงพยาบาลที่มีมาตรฐานทางการแพทย์ที่เสริมบริการต่าง ๆ เช่นที่พัก ห้องอาหารเป็นมาตรฐานของโรงแรมชั้นนำ ดังนั้นความคาดหวังของลูกค้าถูกกำหนดโดยอิทธิพลของประสบการณ์ในอดีตที่ลูกค้าได้สัมผัสการบริการโดยตรง



ภาพที่ 2.2 แสดงแบบจำลองคุณภาพการบริการ (The Service Quality Model)

ที่มา: ปราณี เอี่ยมละออภักดี (2548 : 6)

แบบจำลองคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman et. al. (1985 อ้างถึงใน ปราณี เอี่ยมละออภักดี. 2548 : 6-9) เป็นแบบจำลองที่กล่าวถึงแนวคิด ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญ การให้บริการเริ่มต้นจากลูกค้า องค์กรต้องบริหารงานที่มีประสิทธิภาพลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และบริการที่ลูกค้ารับรู้เมื่อได้รับบริการแล้ว ผลกำไรขององค์กรมาจากการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างลูกค้ากับองค์กรช่วยให้ต้นทุนด้านการดูแลลูกค้าต่ำลง

ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้จากการบริการที่ลูกค้าได้รับเป็นช่องว่างทั้ง 5 ระดับ ดังภาพที่ 2.2 แบบจำลองคุณภาพการบริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ช่องว่างระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า (GAP 1 : Gap Between Consumer Expectation and Management Perception)

ผู้บริหารงานบริการอาจจะไม่ทราบความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด ผู้บริหารงานบริการยึดตามความเข้าใจของตนเองเป็นหลัก ส่งผลให้การบริการคลาดเคลื่อนไปจากความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เนื่องจากไม่มีการทำวิจัยตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ข้อมูลการวิจัยตลาดบริการเพื่อประโยชน์แก่ลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ รวมถึงโครงสร้างขององค์กรงานบริการที่มีสายการบริหารงานหลายระดับชั้น ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงในส่วนกลาง ฝ่ายและแผนกเป็นระดับชั้นของสายบังคับบัญชาลากยาวออกไป อาจกำหนดนโยบายการบริหารงานไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารในรูปแบบมาตรฐานที่ลูกค้าต้องการ (GAP 2 : Gap Between Management Perception and Service-Quality Specifications)

ผู้บริหารงานบริการทราบความต้องการของลูกค้า แต่ในการบริหารงานไม่ได้นำความต้องการของลูกค้ากำหนดเป็นเป้าหมายมาตรฐานของการให้บริการ ไม่มีการกำหนดลักษณะคุณภาพการบริการที่มีความเหมาะสม มาตรฐานการบริหารงานบริการกำหนดตามความคิดเห็นของผู้บริหารงานบริการส่งผลให้ไม่มีการพัฒนาบริการใหม่ ๆ เพราะละเลยความต้องการของลูกค้าและไม่มีกระบวนการกำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

3. ช่องว่างระหว่างมาตรฐานบริการที่ได้กำหนดไว้กับบริการที่ส่งมอบ (GAP 3 : Gap Between Service-Quality Specifications and Service Delivery)

ผู้บริหารงานบริการได้กำหนดลักษณะคุณภาพการบริการไว้แล้ว แต่มีปัจจัยหลายประการส่งผลให้การบริการที่ลูกค้าได้รับไม่เป็นไปตามที่กำหนด เช่น พนักงานปฏิบัติงานไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากความขัดแย้งในบทบาท ระบบการประเมินผลงานไม่ชัดเจน ขาดการมอบหมายอำนาจ พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถหรือขาดการอบรมและไม่ให้ความร่วมมือกับองค์กร ทั้งหมดที่ได้กล่าวเป็นช่องว่างของงานบริการทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างวัตถุประสงค์และผลงานบริการ ความขัดแย้งของต้นทุนและการให้ผลตอบแทน

4. ช่องว่างระหว่างบริการที่ให้การติดต่อสื่อสารภายนอกให้ลูกค้าทราบ (GAP 4 : Gap Between Service Delivery and External Communications)

การติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าทราบถึงการให้บริการส่งผลต่อบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะรับรู้เมื่อได้รับการบริการแล้ว งานบริการที่พนักงานตั้งใจมอบให้อาจจะแตกต่างจากบริการที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ เนื่องจากพนักงานไม่มีความเข้าใจการตลาดภายในองค์กรระหว่างพนักงานขายกับพนักงานที่ให้บริการ การตลาดภายนอกองค์กร ไม่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้แก่ลูกค้า การโฆษณาเกินความเป็นจริง

5. ช่องว่างระหว่างบริการที่ลูกค้ารับรู้กับบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (GAP 5 : Gap Between Perceived Service and Expected Service)

คุณภาพการบริการจะแปรผันโดยตรงกับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่เกิดจากบริการที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับ เป็นผลมาจากการบอกต่อแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล และประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ลูกค้าได้รับ การเปรียบเทียบบริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ งานบริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพส่งผลให้ลูกค้าซื้อบริการซ้ำ แต่ถ้างานบริการที่รับรู้ดีกว่าที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะพูดว่า บริการไม่ดีด้วยคุณภาพส่งผลให้ตัดสินใจไม่ซื้องานบริการในครั้งต่อไป

คุณภาพของการให้บริการจะมีลักษณะดังนี้

1. ความเชื่อถือ (Reliability) ประกอบด้วย

- 1.1 ความสม่ำเสมอ
- 1.2 ความพึงพาได้

2. การตอบสนอง (Responsive) ประกอบด้วย

- 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
- 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
- 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
- 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย

- 3.1 สามารถในการให้บริการ
- 3.2 สามารถในการสื่อสาร
- 3.3 สามารถในการให้ความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. เข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย

- 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย

ซับซ้อนเกินไป

- 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย

- 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ให้บริการ
- 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะของงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย
 - 8.1 ความปลอดภัยทางกาย เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
 - 10.1 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ
 - 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการ สวยงาม สะอาด

Parasuraman et. al. (1988) ได้สร้างเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการจำแนก 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ วัสดุ และบุคคล ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นั้น ช่วยให้ลูกค้ารู้ว่าพนักงานมีความตั้งใจให้บริการเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability)

การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อใจไว้วางใจในงานบริการจากลูกค้า

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive)

พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ ศึกษาความต้องการของลูกค้า แต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางให้การให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

Kotler (1997 : 474) กล่าวว่าธุรกิจให้บริการมีงานที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่การเพิ่มความแตกต่างจากคู่แข่ง การเพิ่มคุณภาพของการบริการ และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ดังนี้

1. การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing Competitive Differentiation)

หากธุรกิจให้บริการไม่ต้องการแข่งขันด้านราคา จำเป็นต้องทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง โดยการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) รวมถึงลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative Features) ที่

แตกต่างจากคู่แข่งทั่วไป โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่ บริการพื้นฐานที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

1.1.2 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีเพิ่มเติมให้ออกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการ (Service Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการตอบสนองความคาดหวัง ในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ผ่านทางบุคลากร สภาพแวดล้อม และกระบวนการให้บริการ

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์ สำหรับธุรกิจให้บริการด้วยสัญลักษณ์ (Symbols) และตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

2. การบริหารคุณภาพการให้บริการ (Managing Service Quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง

โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก และจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ หลังจากใช้บริการแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับ หาก

บริการที่ได้รับต่ำกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในธุรกิจที่ให้บริการอีกต่อไป หากบริการที่ได้รับตรงหรือมากกว่าบริการที่คาดหวัง ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการของธุรกิจนั้นอีก

การบริหารธุรกิจบริการที่ดีเลิศนั้น จะต้องปฏิบัติดังนี้

1. แนวความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Concept) บริษัทที่มีการบริการที่ยอดเยี่ยมจะต้องมุ่งการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างที่สามารถสร้างความภักดีจากลูกค้าอย่างถาวร

2. มาตรฐานระดับสูง (High Standards) บริการที่ดีที่สุดจะต้องกำหนดมาตรฐานด้านการให้บริการระดับสูง

3. ระบบเพื่อติดตามการให้บริการ (Systems for Monitoring Service Performance) ธุรกิจต้องคอยตรวจสอบการทำงานด้านการให้บริการทั้งของบริษัทและของกลุ่มแข่งขันด้วยเครื่องมือนี้เพื่อใช้วัดผลการทำงาน

4. ระบบเพื่อแก้ปัญหาข้อเสนอนะของลูกค้ (Systems for Satisfying Customers' Complaint) เป็นระบบเพื่อรับคำติชมจากลูกค้า เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น

5. การตอบสนองความพึงพอใจทั้งของพนักงานและของลูกค้า (Satisfying Both Employees and Customers) บริษัทที่บริการเยี่ยมยอดต้องเชื่อถือว่าความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วย ฝ่ายบริหารจะให้การตลาดภายใน และสร้างสภาพแวดล้อมที่ให้การสนับสนุนพนักงานและให้รางวัลสำหรับการให้บริการที่ดี โดยการตรวจสอบความพึงพอใจของพนักงานในการทำงาน

การบริหารและประสิทธิภาพในการให้บริการ (Managing Productivity) ซึ่งสามารถทำได้ 7 วิธี คือ

1. การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญเพิ่มขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม
2. เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยการขอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง
3. เปลี่ยนบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้าง

มาตรฐานการให้บริการ

4. การให้บริการที่ปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น ๆ
5. การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
6. การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานเขาแทนแรงงานบริษัท
7. การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริการ

ธุรกิจให้บริการที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในแง่การลดคุณภาพของการบริการ รวมทั้งยังคงสามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าไว้ด้วย

Longnecker (1997 อ้างถึงใน ผกากรอง ถาวรเสถียรกุล. 2543 : 22) กล่าวว่า การให้บริการลูกค้าอาจจะมีประสิทธิผล หรือไม่มีประสิทธิผล ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวก ต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพการบริการมี 6 ปัจจัย คือ

1. มุ่งไปที่เป้าหมาย (Being on target) กำหนดและสนองตอบความคาดหวังของลูกค้า ทำสิ่งที่ให้สัญญาไว้ ณ สถานที่และเวลาตามสัญญา ให้ลูกค้าได้ทราบถึงสิ่งที่ผู้ให้บริการได้ปฏิบัติ
2. เอาใจใส่และเป็นธุระให้ (Care and Concern) ให้ความเห็นอกเห็นใจ ปรับอารมณ์ให้อยู่ในสภาวะทางจิตใจและความต้องการของลูกค้า เอาใจใส่ดูแลและเต็มใจที่จะช่วย
3. ปฏิบัติโดยทันที (Spontaneity) ให้อ่านใจผู้ให้บริการในการคิดและการสนองตอบอย่างรวดเร็ว ยินยอมให้ดุลพินิจและสติปัญญาในการตัดสินใจด้วยตนเองแทนที่จะต้องรอคำสั่งทำตามระเบียบ
4. การแก้ปัญหา (Problem Solving) อบรมและส่งเสริมผู้ให้บริการเรื่องการแก้ปัญหา ผู้ให้บริการต้องให้ความสนใจอย่างเต็มที่เมื่อลูกค้ามีปัญหา ลูกค้าจะจดจำการตอบสนองที่ดีไปตลอด จึงควรใช้โอกาสนี้แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงศักยภาพและความสามารถขององค์กร
5. การติดตามผล (Follow-up) การติดตามผลจะได้รับความสนใจจากลูกค้าและมักได้รับความนิยมนิยมชมชอบอย่างจริงจัง การติดตามผลสัมพันธ์กับการเอาใจใส่ และความเป็นมืออาชีพ จึงควรติดตามผลอย่างมีไหวพริบและสร้างชื่อเสียงให้เลื่องลือถึงคุณภาพของการให้บริการ
6. การกอบกู้ (Recovery) ลูกค้าที่ประสบปัญหามักตั้งความคาดหวังในการแก้ไขปัญหาไว้ต่ำ ดังนั้นลูกค้าจะประทับใจมาก หากการแก้ไขเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการที่มีคุณภาพสูงไว้ได้อย่างถาวร

จากการศึกษาของ Aday Anderson (อ้างถึงใน ร.ต.อ.วรรณิ เสาวภาคย์. 2539 : 6) การพิจารณาความสามารถของการบริการโดยวัดจาก

1. การให้บริการนั้นมีความยุติธรรมเสมอภาคทั่วหน้า ไม่ว่าผู้มาให้บริการจะเป็นใครก็ตามจะต้องเท่าเทียมกัน
2. รวดเร็ว ทันเวลา ตามความเร่งด่วนจำเป็น
3. เพียงพอทั้งในเรื่องด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์
4. มีความเอื้อเฟื้อ
5. มีความก้าวหน้า คือ การพัฒนาบริการทางด้าน ปริมาณ และคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ ซึ่งต้องรวมทั้งความพอเพียงของบริการที่มีอยู่นั้นเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการหรือไม่ และการเข้าถึงแหล่งบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงสถานที่ตั้ง การเดินทางและแหล่ง บริการนั้นมีความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ตลอดจนยังได้รับการยอมรับคุณภาพของบริการ (Receptability) และยอมรับสถานะของผู้ให้บริการด้วย

สำหรับธุรกิจบริการ การควบคุมคุณภาพถือเป็นความรับผิดชอบด้านการบริหารที่สูงสุด เนื่องจากสิ่งที่บริษัทขาย คือ บริการ และอนาคตของบริษัทขึ้นอยู่กับ การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า

2.4 ภาพรวมของธุรกิจสนามกอล์ฟ

2.4.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจสนามกอล์ฟจากอดีตสู่ปัจจุบัน

ระยะเริ่มแรกการดำเนินธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทยนั้นจะมีบริการเฉพาะสนามกอล์ฟอย่างเดียว และเน้นการเป็นสวัสดิการต่อพนักงานของราชการและรัฐวิสาหกิจเสียส่วนใหญ่ ต่อมานักธุรกิจเริ่มเห็นช่องทางในธุรกิจสนามกอล์ฟในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ได้มีการพัฒนารูปแบบสนามกอล์ฟควบคู่กับศูนย์กีฬาได้หลายๆ ประเภท พัฒนาการดังกล่าวคือสนามกอล์ฟสามพราน แต่การดำเนินการดังกล่าวยังต้องใช้เวลาหลายปีกว่าจะคุ้มทุน และทำกำไรได้ไม่มากนัก ดังนั้น พัฒนาการสนามกอล์ฟ ได้เริ่มมีการนำวิธีการจำหน่ายสิทธิการเป็นสมาชิกและการจัดสรรที่ดินเกิดขึ้น เช่น สนามกอล์ฟกรุงเทพกรีฑา แต่โครงการดังกล่าวไม่ได้เน้นที่การพัฒนาที่ดินยังคงเน้นไปที่สนามกอล์ฟ แต่ก็นับได้ว่าประสบความสำเร็จพอสมควรและต่อมาพัฒนาการสนามกอล์ฟเริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยเน้นถึงผลตอบแทนที่สูงขึ้น โดยหันไปเน้นที่การพัฒนาที่ดิน และให้สนามกอล์ฟเป็นเพียงจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจ โครงการดังกล่าวโครงการแรก ได้แก่ หมู่บ้านนวนธานี และนับตั้งแต่ พ.ศ.2530 เป็นต้นมารูปแบบการดำเนินงาน โครงการได้พัฒนาไปอย่างมาก โดยมีการดำเนินโครงการสนามกอล์ฟควบคู่กับการพัฒนาที่ดินรูปแบบต่าง ๆ เช่น บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม สวนเกษตร เป็นต้น

การขยายตัวของสนามกอล์ฟที่ผ่านมามีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการขยายตัวคือ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ จากตัวเลขการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2533-2535 นับได้ว่าเป็นอัตราที่สูงประเทศหนึ่งในโลก จึงส่งผลให้รายได้ประชาชาติ และความเป็นอยู่ของประชาชนไทยดีขึ้น จึงมีโอกาสนในการออกกำลังกาย พักผ่อนหย่อนใจกันมากขึ้น กีฬาออลท์จึงเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีความนิยมด้วยเช่นกัน

จากอดีตกีฬาออลท์เป็นกีฬาของคนมีฐานะดีทั้งทางสังคม และการเมืองรวมทั้งฐานะทางการบริหาร แต่ปัจจุบันความนิยมดังกล่าวได้ขยายตัวออกมาถึงชนชั้นกลางก็สามารถเล่นกอล์ฟได้ โดยมีตัวกระตุ้นที่สำคัญคือ กลุ่มบุคคลใกล้ชิด หัวหน้าที่ทำงาน เป็นต้น

จำนวนนักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีจำนวนมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผลของการส่งเสริมการลงทุนและการท่องเที่ยวของภาครัฐบาล

ด้านสังคม กีฬาออลท์ถือว่าเป็นกีฬาที่ช่วยเสริมสร้างมิตรภาพที่คืออย่างหนึ่งในสังคมไทย

2.4.2 โครงสร้างธุรกิจสนามกอล์ฟ

โครงสร้างธุรกิจสนามกอล์ฟจะประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ในการประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟ จะประกอบไปด้วยต้นทุนหลักๆ ดังนี้

- 1.1 ค่าที่ดินจะมีสัดส่วน ร้อยละ 35.00
- 1.2 ค่าพัฒนาที่ดินมีสัดส่วน ร้อยละ 25.00
- 1.3 ค่าออกแบบสนามกอล์ฟมีสัดส่วน ร้อยละ 2.00
- 1.4 ค่าก่อสร้างสนามกอล์ฟมีสัดส่วน ร้อยละ 20.00
- 1.5 ค่าก่อสร้างอื่นๆ มีสัดส่วน ร้อยละ 18.00

โดยทั่วไปสนามกอล์ฟขนาดมาตรฐาน 18 หลุม ต้องใช้ที่ดินอย่างน้อย 400-500 ไร่ ในการก่อสร้าง ดังนั้น ราคาที่ดิน และค่าพัฒนาที่ดินจะต้องพิจารณาถึงราคา และสภาพของการพัฒนาที่ดินอย่างเหมาะสม ส่วนการออกแบบสนามและค่าก่อสร้างนั้นจะขึ้นอยู่กับภาระเงินถึงการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ของโครงการว่าจะอยู่ในระดับใด ซึ่งบางแห่งต้องการเน้นถึงความเป็นมาตรฐาน และคุณภาพจึงนำเอานักกอล์ฟที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาเป็นผู้ออกแบบให้ ส่วนค่าก่อสร้างนั้น โดยเฉลี่ยแล้วขนาดสนามมาตรฐาน 18 หลุม ค่าก่อสร้างราว 100 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งยังไม่รวมค่าก่อสร้างอื่น ๆ เช่น สโมสร คลับเฮ้าส์ เป็นต้น ดังนั้นสัดส่วนของต้นทุนจะเป็นเท่าใดนั้นทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดทุกโครงการจะดำเนินการโดยมีการพัฒนาที่ดินควบคู่กับโครงการไปด้วย ทั้งนี้เพราะผลตอบแทนโครงการที่ดี หรือความเป็นไปได้ทางการเงินที่ดี เป็นปัจจัยกำหนดให้การดำเนินธุรกิจในอนาคตนี้ต้องดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาที่ดิน

2. โครงสร้างทางการตลาด

การดำเนินธุรกิจสนามกอล์ฟมีหลายรูปแบบ เช่น ควบกับสวนเกษตร คอนโดมิเนียม รีสอร์ท บ้านจัดสรร เป็นต้น การมีสนามกอล์ฟเป็นเพียงกำหนดจุดขาย (Selling Point) เพื่อสร้างรายได้และผลกำไรจากการพัฒนาที่ดินดังกล่าว ซึ่งโครงสร้างการตลาดพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product/Service) โครงการอาจจะมีผลิตภัณฑ์ คือ สนามกอล์ฟเพียงอย่างเดียว หรือควบคู่สนามกอล์ฟกับการพัฒนาที่ดินรวมถึงการบริการลูกค้า

2.2 ราคา (Price) สำหรับการตั้งราคาโครงการนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ คือ

1. ต้นทุนที่ดิน
2. สถานที่ตั้ง
3. ระดับมาตรฐานสนาม
4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

5. เศรษฐกิจในขณะนั้น

6. ราคาของกลุ่มแข่งขัน

2.3 ช่องทางการจำหน่าย (Place) ในอุตสาหกรรมนี้ พอสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตลาดใกล้ชิด (Captive Market) กลุ่มลูกค้าที่ใกล้ชิดกลุ่มผู้ดำเนิน โครงการ และผู้ที่คุ้นเคยในแวดวงเดียวกัน

2. การขายตรงถึงกลุ่มลูกค้า (Direct Sell) โดยการส่งจดหมาย ข่าวสาร การขอพบ โดยตรง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง เป็นสมาชิกกอล์ฟหลายแห่ง

3. บริษัทตัวแทน (Agency) คือ องค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหาประโยชน์และ อำนาจความสะดวกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสมาชิกสนามกอล์ฟ

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในปัจจุบันมีการจัดทำหลายรูปแบบพอสรุปได้ ดังนี้

1. การโฆษณา เน้นความเข้าใจ ถ่ายทอดข่าวสาร

2. การขายโดยพนักงานขาย เน้นการให้ข้อมูลเพิ่มเติมติดตามผล อำนาจความสะดวกให้ลูกค้า

3. การส่งเสริมการขาย เน้นการกระตุ้นความต้องการของลูกค้าเร่งเร้าให้เกิดการ ตัดสินใจ

4. การประชาสัมพันธ์ แนะนำโครงการต่อสื่อมวลชน สร้างภาพจน์เพื่อสร้าง ความมั่นใจต่อลูกค้า การเปิดโครงการอย่างหรูหรา

5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) โดยเป็นการขายตรงถึงลูกค้า

2.4.3 สักยภาพของธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทย

การแข่งขันของธุรกิจสนามกอล์ฟไม่รุนแรง เนื่องจากจำนวนสนามยังมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนนักกอล์ฟ และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในเกณฑ์ต่ำ แต่เกิดปัญหาขาดแคลนวัสดุในการก่อสร้าง รวมทั้งเงินทุนและวิศวกร สถาปนิก ดังนั้นอำนาจการต่อรองทางด้านผู้ดำเนินการก่อสร้าง และวิศวกรผู้ควบคุมโครงการจึงมีสูง ในแง่ของผู้ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ ย่อมเผชิญปัญหาราคาที่ดิน ซึ่งมีราคาสูงและการขายรวมที่ดินผืนใหญ่ในอนาคตย่อมยากขึ้น

เนื่องจากธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนสูง และใช้เนื้อที่ดินมากในแต่ละโครงการ รวมทั้งสนามกอล์ฟซึ่งเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยประเภทหนึ่ง ดังนั้นการเข้าสู่อุตสาหกรรมสนามกอล์ฟจึงต้องพิจารณาสถานะเศรษฐกิจซึ่งมีผลกระทบต่อธุรกิจประเภทนี้ทั้งเร็วและแรงกว่าธุรกิจประเภทอื่น ๆ เนื่องจากสนามกอล์ฟเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยดังที่กล่าวข้างต้น ในด้านการดำเนินการเช่นกันลักษณะภูมิประเทศ และ โดยเฉพาะเรื่องดินและน้ำเป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อการอยู่รอดของสนามกอล์ฟ

2.4.4 รูปแบบของธุรกิจสนามกอล์ฟ

ระยะเริ่มแรกเป็นธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไร ส่วนใหญ่เกิดขึ้นมาเพื่อจัดให้เป็นสวัสดิการแก่พนักงาน ดังนั้นสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะเป็นของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ

ในช่วงต่อมาก็พากอล์ฟได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้นในกลุ่มของผู้มีรายได้สูงทำให้นักธุรกิจมองเห็นช่องทางในเชิงพาณิชย์ และได้นำธุรกิจกอล์ฟมาพัฒนาขึ้นในเมืองไทยเป็นยุคที่สนามกอล์ฟก้าวเข้าสู่ธุรกิจกีฬาอย่างแท้จริงมีการลงทุนสร้างสนามกอล์ฟพร้อมศูนย์กีฬาและธุรกิจต่อเนื่อง ซึ่งสนามกอล์ฟสามพรานเป็นกลุ่มแรกที่ริเริ่มเอาสนามกอล์ฟมาพัฒนาร่วมกับสปอร์ตคลับหรือคลับเฮาส์ ตามด้วยร้านอาหาร และเครื่องคั้ม ร้านจำหน่ายและซ่อมแซมอุปกรณ์กอล์ฟ แต่ในความเป็นจริงธุรกิจสนามกอล์ฟเหล่านี้ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทำกำไรได้ไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากว่าต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างนานในการคืนทุน คือ ประมาณ 15-20 ปี

ที่ผ่านมาการดำเนินการด้านการลงทุนของธุรกิจกอล์ฟ มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป อาศัยหัวระยะเวลาที่ยาวนาน จึงสามารถจัดเก็บรายได้ให้เข้าจุดคุ้มทุน เนื่องด้วยงบลงทุน โดยเฉพาะการจัดสร้างสนามและสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นสูงมาก แต่การจัดเก็บรายได้ในระยะแรกนั้นเป็นเพียงค่าบริการที่ได้รับจากนักกีฬาที่ใช้บริการ ซึ่งในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จึงได้มีการปรับเปลี่ยนการลงทุน โดยอาจกล่าวได้ว่ามีการลงทุนใน 2 ลักษณะ คือ

1. การลงทุนโดยวิธีจัดเก็บค่าสมาชิกล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อทดแทนเงินกู้ ตลอดจนเป็นการลดเกณฑ์การเสี่ยง เนื่องด้วยสามารถคำนวณ ค่าการลงทุน และการดำเนินธุรกิจได้ใกล้เคียงกับกลุ่มสมาชิกที่ใช้บริการ

2. การลงทุนโดยใช้เงินร่วมจากกลุ่มบุคคล หรือจากแหล่งสถาบันการเงินทั้งในและต่างประเทศ การลงทุนในกรณีนี้มักเป็นการลงทุนในโครงการใหญ่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บ้านพัก และที่ดินจัดสรรครบครัน

การผนวกธุรกิจพัฒนาที่ดินเข้ากับธุรกิจสนามกอล์ฟนั้นในเชิงธุรกิจแล้วจะถือว่าเป็นการพัฒนาในรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมกับการลงทุนมากขึ้น ซึ่งรูปแบบใหม่นี้ถือกำเนิดขึ้นมาโดยสนามกอล์ฟกรุงเทพกีฬาเมื่อปี พ.ศ.2512 แต่ก็ยังเป็นธุรกิจที่สร้างมาโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจัดสวัสดิการให้กับนักกอล์ฟได้รับความสะดวกสบายในการเล่นกอล์ฟมากกว่าที่จะหวังผลกำไร ต่อมาในช่วงหลังก็มีกลุ่มนักธุรกิจที่มองเห็นช่องทางการทำกำไรจากธุรกิจสนามกอล์ฟโดยการเอาธุรกิจพัฒนาที่ดินเข้ามาผนวกกับสนามกอล์ฟอย่างเต็มตัว โดยที่ใช้สนามกอล์ฟเป็นจุดขาย และเกี่ยวผลกำไรจากการพัฒนาที่ดิน โครงการแรกที่ทำคือ นวธานี ซึ่งถือได้ว่าเป็นต้นแบบแห่งอุตสาหกรรมยุคใหม่

รูปแบบธุรกิจสนามกอล์ฟได้พัฒนาจากกีฬาสมัครเล่นประเภทหนึ่งเป็นกีฬาเชิงธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์อย่างสมบูรณ์เมื่อปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา โดยมีการใช้สนามกอล์ฟเป็นจุดดึงดูดให้ซื้อที่ดินและบ้านในบริเวณสนามกอล์ฟไว้เป็นที่พักอาศัยหรือเพื่อการพักผ่อน นอกจากนี้ยังได้สิทธิ

สมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟอีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงในการซื้อขายที่ดินและสิทธิของสมาชิกสนามกอล์ฟในแต่ละโครงการ ธุรกิจสนามกอล์ฟที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมาต่อเนื่องจนถึงต้นทศวรรษนี้เป็นเพราะการทำรายได้ที่มีมูลค่าสูงจากการขายบ้านและที่ดินมากกว่ากิจการสนามกอล์ฟเพียงอย่างเดียว หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเป็นผลที่เกิดจากการพัฒนารูปแบบธุรกิจสนามกอล์ฟเข้ากับการพัฒนาที่ดินนั่นเอง ซึ่งรูปแบบของการพัฒนาที่ดินควบคู่กันมีหลายอย่างทั้งที่เป็นสวนเกษตร บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม และรีสอร์ท

การประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่มีความต้องการใช้ที่ดินจำนวนมาก การเพิ่มขึ้นของโครงการสนามกอล์ฟแต่ละโครงการ ก็จะหมายถึงที่ดินที่ถูกใช้ไปไม่น้อยกว่า 500-600 ไร่ รวมทั้งนโยบายของภาครัฐบาลที่มองเห็นโครงการสนามกอล์ฟเป็นของฟุ่มเฟือยไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา รูปแบบของธุรกิจสนามกอล์ฟก็เริ่มเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด เมื่อประเทศไทยประสบภาวะเศรษฐกิจการเจ้าหน้าที่ดินรวมทั้งแหล่งเงินทุนในการดำเนินโครงการสนามกอล์ฟก็ยากยิ่งขึ้น จากรูปแบบสนามกอล์ฟมาตรฐานสากลผนวกกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีหลายต่อหลายโครงการต้องหยุดโครงการ ชะลอโครงการ พฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไป ความฟุ่มเฟือยก็น้อยลงตามอำนาจกำลังซื้อ โครงการสนามกอล์ฟต่าง ๆ ก็ชะลอ และเงียบไปกับสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

2.5 ลักษณะการทำงานและผลตอบแทนของพนักงานถือถุงกอล์ฟ

2.5.1 งานหลักของพนักงานถือถุงกอล์ฟในสนามกอล์ฟ

การทำงานรับจ้างบริการแบกถุงกอล์ฟ พนักงานถือถุงกอล์ฟทุกคนจะมีหมายเลขประจำตัว เมื่อถึงหมายเลขของตนแล้วพนักงานก็จะได้ “ลงรอบ” (ลงไปแบกถุงกอล์ฟในสนามกอล์ฟ สำหรับนักกอล์ฟใช้คำว่า “ออกรอบ”) หน้าที่ของพนักงานถือถุงกอล์ฟเมื่อลงรอบไปแล้วคือ พนักงานถือถุงกอล์ฟจะเป็นผู้ช่วยนักกอล์ฟในการปฏิบัติตามกฎของสนามกอล์ฟ และปฏิบัติตามกติกาของกีฬาอล์ฟ

หน้าที่ของพนักงานถือถุงกอล์ฟ จะเริ่มตั้งแต่การขึ้นแท่นสำหรับตีลูกออกไป (TEE-OFF) หลุมที่ 1 ตีลูกออกไปตามแนวสนาม (Fair Way) ซึ่งต้องตีฝ่าอุปสรรค เช่น ต้นไม้ พุ่มไม้ ทราย น้ำ เนินเขา จนกว่าลูกกอล์ฟจะขึ้นบนแท่น (Green) สำหรับตีลูกกอล์ฟลงหลุมที่ 1 และจะดำเนินเรื่อยไปจนครบทุกหลุม

นอกจากนี้พนักงานถือถุงกอล์ฟยังต้องคอยรับหน้าที่ ดูแลอุปกรณ์ไม้ตีกอล์ฟ ลูกกอล์ฟ ให้สะอาดเรียบร้อย คอยหยิบเปลี่ยนอุปกรณ์ให้นักกอล์ฟ ในขณะที่กำลังเดินอยู่ในสนาม คอยคูทิศทางและจุดตกของลูกกอล์ฟ คอยดูระยะที่นักกอล์ฟตีไปไกลแค่ไหน จดจำนวนครั้งที่นายตี จดแต้มเสียก็แต้ม พร้อมกับคอยซ่อมสนามโดยใช้ทรายกลบตามจุดที่นักกอล์ฟตีหญ้าเปิดไว้ เหล่านี้

เป็นเพียงหน้าที่ขั้นพื้นฐาน ยังไม่ต้องใช้ประสบการณ์มาก เมื่อมีประสบการณ์มากขึ้นแล้ว แคดดี้จะสามารถทำหน้าที่แนะนำแก่นักกอล์ฟได้ โดยบอกระยะการตีที่แม่นยำ การบอกน้ำหนักและทิศทางการตีควรจะไปทางซ้ายหรือขวา บอกข้อควรระวังและอุปสรรคของสนามว่ามีอะไรบ้างในการตีแต่ละครั้ง บอกข้อบกพร่องในการตีของนักกอล์ฟ เป็นต้น

2.5.2 การจ้างงาน รายได้ และสวัสดิการของพนักงานถือถุงกอล์ฟ

2.5.2.1 การจ้างงานของพนักงานถือถุงกอล์ฟ

สนามกอล์ฟไม่ได้เป็นผู้จ้างงานโดยตรง สนามกอล์ฟมีบทบาทเป็นผู้จัดหางานให้กับพนักงานถือถุงกอล์ฟ แบบมีเงื่อนไขและไม่มีการผูกมัดอย่างเป็นทางการ ลักษณะการทำงานทางสนามจะเป็นผู้กำหนดราคาค่าบริการ (Caddy Fee) วางระเบียบในการลงรอบ โดยมีหัวหน้าพนักงานถือถุงกอล์ฟเป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยของพนักงาน ให้เป็นไปตามเงื่อนไขข้อกำหนดต่าง ๆ ของทางสนาม

2.5.2.2 รายได้และเงินรางวัล

รายได้ของพนักงานถือถุงกอล์ฟจะมาจากจำนวนค่าบริการแคดดี้ โดยสามารถนำบัตรเหล่านั้นมาขึ้นเงินกับทางสนาม ซึ่งในแต่ละสนามจะหักเงินจำนวนหนึ่งไว้สำหรับเป็นสวัสดิการต่าง ๆ ให้กับพนักงาน นอกจากบัตรแคดดี้แล้ว พนักงานถือถุงกอล์ฟยังอาจจะได้รับรายได้พิเศษจากการตบรางวัลจากนักกอล์ฟเป็นเงิน “ทิป” (Tip) นอกจากนี้รายได้ของพนักงานถือถุงกอล์ฟยังขึ้นอยู่กับจำนวนนักกอล์ฟที่มาตีในแต่ละวัน ส่งผลต่อความถี่ในการได้ลงรอบ จำนวนนักกอล์ฟจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับวันหยุดนักขัตฤกษ์ ฤดูกาล แข่งขัน ฤดูกาล เป็นต้น

2.5.2.3 สวัสดิการ

แม้ว่าพนักงานถือถุงกอล์ฟเป็นลักษณะการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ แต่ในแต่ละสนามกอล์ฟก็ได้จัดให้มีเงินสวัสดิการพนักงานถือถุงกอล์ฟ เพื่อเป็นการช่วยเหลือสงเคราะห์แก่พนักงานและครอบครัวในเรื่องต่าง ๆ เช่น การเจ็บป่วย การเสียชีวิต เป็นต้น

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต

คุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี เป็นสิ่งที่สร้างความมั่นคงให้แก่ตัวพนักงาน และองค์การในการทำงานและยังส่งผลต่อความเจริญรุ่งเรืองในด้านอื่น ๆ เช่น สภาพสังคม เศรษฐกิจ ของประเทศได้ ดังมีผู้ศึกษางานวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

วอลตัน (1973 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของผู้ใช้แรงงานอุตสาหกรรมพบว่าความต้องการมาตรฐานการดำรงชีวิตของบุคคลในสังคมยุคอุตสาหกรรม

สูงขึ้น แต่รูปแบบงานไม่ตอบสนองความต้องการนั้น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการสนใจแต่เฉพาะการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และเศรษฐกิจ ไม่คำนึงที่จะตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้แรงงาน เช่น ความคาดหวังด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น การพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง เป็นต้น บุคคลเหล่านี้จึงเกิดภาวะความแปลกแยก การขาดงานและการลาออกจากงานตามมา

ทวิศรี กริทอง (2529 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคัดสรรกับคุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ผลการวิจัยพบว่า พยาบาลวิชาชีพมีคุณภาพชีวิตในการทำงาน อยู่ในระดับปานกลาง พยาบาลวิชาชีพที่มีคู่สมรสแล้ว มีคุณภาพชีวิตสูงกว่าพยาบาลที่เป็นโสด คุณภาพชีวิตของพยาบาลวิชาชีพไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องอายุ ประสบการณ์และตำแหน่ง อายุและขนาดของโรงพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของพยาบาลวิชาชีพ

พิไลสรร แดงสอาด (2532 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของคนงานประจำเรือ โดยทำการศึกษากับคนประจำเรือ 2 ระดับ คือ ระดับเจ้าหน้าที่ประจำเรือและลูกเรือที่ทำงานเดินเรือทะเลระหว่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า คนประจำเรือส่วนใหญ่ มีอายุโดยเฉลี่ยสูงกว่ามาตรฐาน ในเรื่องอายุคนประจำเรือของมาตรฐานแรงงานสากล สำหรับสภาพการจ้างงานคนประจำเรือเกือบทั้งหมด ได้รับการจ้างโดยการทำสัญญาจ้าง ที่มีเกือบครึ่งหนึ่งต้องทำงานทุกวัน สัปดาห์ละ 7 วัน มีชั่วโมงการทำงานวันละ 8 ชั่วโมง แล้วยังต้องทำงานล่วงเวลาอีก วันละ 3-4 ชั่วโมง ไม่ได้สิทธิการหยุดในวันหยุดตามประเพณี ในด้านทัศนคติของคนประจำเรือที่มีต่อสภาพการจ้างงานและการทำงาน พบว่า คนประจำเรือส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สภาพการจ้างงาน สภาพการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงานมีความเหมาะสม ที่เห็นว่าไม่เหมาะสมเฉพาะในเรื่อง สิทธิวันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดตามประเพณี และบริการเพื่อการพักผ่อน จากผลการศึกษาสรุปว่า เมื่อพิจารณาตามมาตรฐานแรงงานสากลและมีคุณภาพชีวิตในการทำงานแล้ว ปรากฏว่าคนประจำเรือทั้งสองระดับ แม้จะมีระดับคุณภาพชีวิตการทำงาน ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก แต่คุณภาพชีวิตการทำงานที่ปรากฏยังไม่เป็นที่น่าพอใจ เนื่องจากแรงงานกลุ่มนี้ยังไม่มีมาตรฐานการทำงานที่แน่นอน ไม่ได้รับการคุ้มครองดูแล รวมทั้งการส่งเสริมให้มีสภาพความเป็นอยู่และสภาพการทำงานที่ดี

สุทิน สายสงวน (2533 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการในสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร ที่ประจำสำนักงานเกษตรอำเภอภาคใต้ โดยให้คุณภาพชีวิตการทำงาน วัดจากมิติด้านความพึงพอใจในการทำงานกับมิติสุขภาพจิตในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่าข้าราชการส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าความขัดแย้งทางบทบาท ความคลุมเครือทางบทบาท และความเสียเปรียบสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพชีวิตการทำงานทั้งสองมิติ แต่ความค้ำจุนทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิตการทำงานทั้งสองมิติ

สุจินดา อ่อนแก้ว (2537 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของอาจารย์ใน สหวิทยาลัยทวารวดี ผลการวิจัยโดยรวมพบว่าคุณภาพชีวิตการทำงานของอาจารย์ตาม องค์ประกอบ 8 ด้านโดยภาพรวมพบว่า รายการที่มีผู้ระบุไว้สูงสุดในแต่ละด้านคือ

- 1) ด้านค่าตอบแทนที่อยู่ดีธรรมและเพียงพอได้แก่อาจารย์ที่จะไม่เปลี่ยนงาน
- 2) ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพได้อยู่ในระดับที่ปลอดภัย
- 3) การพัฒนาความสามารถของบุคคลได้แก่ การให้การสนับสนุน และการส่งเสริมการ พัฒนาความสามารถ
- 4) ความก้าวหน้า และความมั่นคงในการทำงาน ได้แก่ การส่งเสริมให้ก้าวหน้าใน ตำแหน่งหน้าที่ และการทำงานที่มั่นคง
- 5) ด้านบูรณาการทางสังคม ได้แก่ เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับในความรู้ความสามารถ
- 6) ด้านธรรมเนียมในองค์กร ได้แก่ มีการเคารพในสิทธิส่วนบุคคล
- 7) ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานและชีวิตด้านอื่น ๆ ได้แก่อาจารย์พอใจกับการใช้ เวลาเพื่อทำงาน ครอบครัว สังคม และการมีเวลาส่วนตัว
- 8) ด้านการเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสังคม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนใน ด้านวิชาการ

กัลยา ดิษฐ์เจริญ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ระดับกลางในอุตสาหกรรมขนาดกลางเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาเฉพาะมิติความพึงพอใจในการทำงาน 5 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ลักษณะงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผลตอบแทนหรือรายได้ และปัจจัย จูงใจกับปัจจัยภูมิหลังประชากร ผลการศึกษาพบว่า พนักงานระดับกลางในอุตสาหกรรมขนาด กลางเขตกรุงเทพมหานคร จะมีระดับคุณภาพชีวิตการทำงานในมิติความพึงพอใจในการทำงานอยู่ ในระดับปานกลาง

มาชากิ โอชิยาม่า (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตด้านการทำงานร่วมกันและ ความสัมพันธ์กับผู้อื่นในองค์กรในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม เพื่อนของคณงานในนิคมฯ มีความเหนียวแน่น มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีการพูดคุยกันใน หลายด้าน การเกิดขึ้นของกลุ่มส่วนใหญ่เกิดจากความสัมพันธ์ที่เริ่มจากกลุ่มเล็กและมาประกอบขึ้น เป็นความสัมพันธ์ระดับกลุ่ม ในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานเกือบทั้งหมดสามารถเข้า กับเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี

อักษร ดำรงสุกิจ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของแรงงานใน โรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) โรงงาน บางปะอิน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการจำนวน 220 คน พบว่า พนักงานมีระดับ คุณภาพชีวิตในการทำงานระดับปานกลาง และปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของ

แรงงาน คือ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงาน ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ในการพิจารณาในมิติย่อย พบว่า ความยุติธรรมและความเสมอภาคในการทำงานมีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และประสบการณ์ในการทำงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดองค์การมีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและอายุของพนักงาน

ปาริชาติ ธีระวิทย์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความเครียดของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นพนักงานจำนวน 341 คน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลไม่มีอิทธิพลต่อความเครียดของพนักงานระดับปฏิบัติการ พนักงานที่รับรู้ว่างานหนัก จะมีความเครียดมากกว่าพนักงานที่รับรู้ในเรื่องปริมาณงานว่าไม่หนักในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.07-0.0001 พนักงานที่มีความคลุมเครือในบทบาทจะมีความเครียดด้านต่าง ๆ มากกว่าพนักงานที่ไม่มีความคลุมเครือในบทบาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.03-0.006 พนักงานที่มีความขัดแย้งในบทบาท จะมีความเครียดด้านต่าง ๆ มากกว่าพนักงานที่ไม่มีความขัดแย้งในบทบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001-0.0001 พนักงานที่มีอายุมากกว่า 24 ปี มีคุณภาพชีวิตด้านค่าตอบแทนที่ดีกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า 24 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พนักงานที่มีการศึกษาเทียบเท่าหรือสูงกว่าอนุปริญญา มีคุณภาพชีวิตด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยมากกว่าพนักงานที่มีการศึกษาค่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนปลายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และคุณภาพชีวิตโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พนักงานที่มีสภาพภาพสมรส มีคุณภาพชีวิตด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและครอบครัวดีกว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0001 พนักงานที่มีความขัดแย้งในบทบาทจะมีคุณภาพชีวิตด้านค่าตอบแทนที่ดีกว่าพนักงานที่ไม่มีความขัดแย้งในบทบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความเครียดมีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพชีวิตของพนักงาน ในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05-0.0001

กวนัย น้อยวงศ์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท มินิแบไทย จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงาน และศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานปฏิบัติการจำนวน 365 คน พบว่าพนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์ในการทำงาน ไม่มีผลทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าพนักงานที่มีอายุต่างกัน คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

สถยดี สิงหรวงกูร (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานระหว่างพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กับพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด

(มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเลือกศึกษาตัวแปร ซึ่งประกอบด้วยประเภทธนาคาร และปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ประเภทของงานที่ทำ ตำแหน่งงานและเงินเดือน ตัวแปรตาม คือ คุณภาพชีวิตในการทำงาน 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโต และมั่นคง ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การส่งเสริมความก้าวหน้าในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการยกย่องนับถือ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานของทั้งสองธนาคาร มีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและแตกต่างกันอยู่ 2 ด้าน คือด้านลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและมั่นคง และด้านค่าตอบแทนที่ไม่เป็นธรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 พบว่าปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน พบว่าปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านอายุ ระยะเวลา ในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ทำ และเงินเดือนมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5

2.6.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร

Meyer et. Al. (1993 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรและต่ออาชีพ : ศึกษาและทดสอบสามองค์ประกอบของแนวคิด ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนพยาบาลของมหาวิทยาลัยควีน จำนวน 336 คน และพยาบาลรัฐออนตาริโอ ประเทศแคนาดา จำนวน 603 คน โดยวัดความผูกพันสามองค์ประกอบ คือ ความผูกพันด้านความรู้สึกรัก ความผูกพันด้านการลงทุน ความผูกพันด้านความรับผิดชอบ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันด้านความรู้สึกรัก แต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันด้านความรับผิดชอบ ระยะเวลาเรียนมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันด้านความรู้สึกรักและด้านความรับผิดชอบ แต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันด้านการลงทุน ความผูกพันด้านความรู้สึกรัก และด้านความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจคงอยู่ ความผูกพันด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจคงอยู่ ระดับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันด้านความรู้สึกรักและด้านความรับผิดชอบ แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันด้านการลงทุน ความผูกพันทั้งสามแบบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเข้าร่วมกิจกรรม ความผูกพันต่อองค์กร และความผูกพันต่ออาชีพ สามารถพยากรณ์การเข้าร่วมกิจกรรม ความตั้งใจลาออก ความจงรักภักดี การขาดงาน ความเฉื่อยชา การช่วยเหลือผู้อื่นและการบริหารเวลา

Liou (1995 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความเข้าใจเรื่องความผูกพันของพนักงานในองค์กรสาธารณะ : ศึกษากรณีศูนย์ควบคุมประพตติวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในศูนย์กลางคุมประพตติวัยรุ่นสหรัฐอเมริกา พบว่า ตัวแปรความคลุมเครือในบทบาทความเชื่อมั่นใน

หัวหน้างาน การปฐมนิเทศ ความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในงาน ความเชื่อมั่นในองค์กร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความผูกพันต่อองค์กร โดยความเชื่อถือในองค์กร

จิราวรรณ หาดทรายทอง (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง ความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานการประสานครหลวงสำนักงานใหญ่ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พบว่าพนักงานการประสานครหลวง มีความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ประเด็นความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้า ในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและประเด็นความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กรอยู่ในระดับสูง และความแตกต่างเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงาน และระดับตำแหน่ง) ไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างกันของความผูกพันต่อองค์กร แต่ความแตกต่างเกี่ยวกับประสบการณ์ในการทำงาน (ความสำคัญของตนต่อองค์กร ความพึงพอใจขององค์กร ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กรและทัศนคติต่อเพื่อร่วมงานและองค์กร) ก่อให้เกิดความแตกต่างกันของความผูกพันต่อองค์กร

ชลดา ลิทธิสุวรรณ (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่ องค์กรพัฒนาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชน ในเขต กรุงเทพมหานคร มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง และไม่พบว่าลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ส่วนลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานในองค์กร พบว่า มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

รัชดาภรณ์ เต็มพงศ์พันธุ์ (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานของกลุ่มบริษัทธุรกิจเอกชน ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคหนึ่ง พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน อัตราเงินเดือน โบนัสและค่าตอบแทนอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งระดับการศึกษา และประสบการณ์การเข้ารับการฝึกอบรม ไม่พบว่ามี ความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยค่าจูน และด้านปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีตัวแปร 5 ตัว ที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ แรงจูงใจในการทำงานด้านปัจจัยค่าจูนทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานและความรับผิดชอบ และปัจจัยส่วนบุคคล 1 ด้าน คือ ระยะเวลาทำงาน ซึ่งตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ตัวนี้ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.7954 ($r = 0.7954$) และสามารถอธิบายความแปรผันของความผูกพันต่อองค์กร ได้ร้อยละ 63.26

สรายุทธ ปฐมาประกร (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจ ในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในโรงงานผลิตน้ำอัดลมแห่งหนึ่ง ในจังหวัด ปทุมธานี พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับปานกลางและมีความผูกพัน ต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงและยังพบว่าพนักงานที่มีอายุ สถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.001 และ 0.01 ตามลำดับ และความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่าง 0.02 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r = 0.631$)

วัฒนา ศรีสม (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึง แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อ องค์กร ของพนักงานส่งเสริมการขายสินค้าอุปโภค บริโภค ของบริษัท ไบโอ คอนซูเมอร์ จำกัด พบว่าแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานส่งเสริมการขายสินค้าอุปโภค บริโภค มีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเมื่อมีการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ในแต่ละด้าน ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน ในแต่ละด้านต่อความ ผูกพันต่อองค์กรแล้ว พบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้วยปัจจัยค่าจูง ได้แก่ ด้านนโยบาย และการ บริหารองค์การด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพ การทำงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคงในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยการจูงใจ ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าใน การทำงาน ด้านความเจริญเติบโตในอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพัน ต่อองค์กรปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานส่งเสริมการขายสินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีอายุ สถานภาพการ สมรส ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน โบนัสและค่าตอบแทนอื่น ๆ ต่าง ๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิไลวรรณ แพรกสงฆ์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง ระดับการเพิ่มอำนาจในงานระดับ ความผูกพันต่อองค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มอำนาจในงานกับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ พบว่า พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตยาง รถยนต์มีระดับการเพิ่ม อำนาจในงานและระดับความผูกพันต่อองค์กรในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ มีผลต่อระดับความผูกพัน ต่อองค์กรได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระยะเวลา ปฏิบัติงานในองค์กร การเพิ่มอำนาจในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .001 มีค่าสหสัมพันธ์ .544

อรปภากร รัตนหิรัญกร (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง ความพึงพอใจในการทำงานและ ความผูกพันองค์กร ของข้าราชการกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พบว่า การมีส่วนร่วมในการ บริหารงานบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันองค์กร และเพศ สถานภาพการสมรส และระยะเวลาในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันขององค์กร

พรรณชนะ ใจชุ่มชื่น (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนขององค์กรแบบการนำชีวิตตน พฤติกรรมการปฏิบัติงาน และคุณภาพชีวิตในการทำงานของหัวหน้างานระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรม และศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลของตัวแปรคุณภาพชีวิตในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือพนักงานระดับหัวหน้างานระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขนาดกลางจำนวน 204 คน ใน 4 โรงงาน ผลการศึกษาพบว่า หัวหน้างานระดับต้นมีการสนับสนุนขององค์กร แบบการนำชีวิตตน พฤติกรรมการปฏิบัติงาน และคุณภาพชีวิตในการทำงานในระดับปานกลาง การสนับสนุนขององค์กรมีความสัมพันธ์กับแบบการนำชีวิตตนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อายุ อายุงาน รายได้ การสนับสนุนขององค์กรและแบบการนำชีวิตตนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 พฤติกรรมการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อายุงาน รายได้ การสนับสนุนขององค์กร แบบการนำชีวิตตน และ พฤติกรรมการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลกับคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วรรณุช ทองไพบูลย์ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง บรรยากาศขององค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท นิปปอนเพนต์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า บรรยากาศขององค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับกลาง และบรรยากาศขององค์กรมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งแสดงว่าถ้าบรรยากาศภายในองค์กรยิ่งดีมากขึ้นก็จะทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรสูงขึ้น พร้อมทั้งจะทุ่มเทความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จขององค์กร

สกวรัตน์ อินทุสมิต (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงาน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า พนักงานไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับสูง มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับที่สูง และมีความตั้งใจที่จะลาออกในระดับต่ำ และยังพบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ($r = 0.755$) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยพบว่า ความเหลื่อมล้ำของอำนาจมีความสัมพันธ์ทางลบกับความผูกพันต่อองค์กร ($r = 0.355$) การหลีกเลี่ยง ความไม่แน่นอน ความเป็นปัจเจกนิยม ความเป็นกลุ่มนิยม ความเป็นชายและความเป็นหญิง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ($r = 0.537, 0.531, 0.632, 0.833$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางลบกับความตั้งใจที่จะลาออก ($r = 0.214$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อำพร เขาวนะพานิช (2543 : บทคัดย่อ) ได้มีการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของแรงงานฝีมือในอุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริมนทล พบว่า แรงงานฝีมือในอุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีความผูกพันต่อองค์การในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลในด้านเพศและอายุ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ โดยเพศชายมีความผูกพันต่อองค์การมากกว่าเพศหญิง และแรงงานฝีมือที่เริ่มทำงานตั้งแต่อายุ 18 ปี เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้น ความผูกพันต่อองค์การจะลดลงจะกระทั่งมีอายุ 31 ปีขึ้นไป จึงจะมีความผูกพันเพิ่มขึ้น สำหรับปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติและความรู้สึกที่ดีของบุคคลต่อองค์การที่เกิดจากการทำงานในองค์การทุกปัจจัยที่ศึกษา ซึ่งได้แก่งานที่ทำ ความเข้าใจในกระบวนการของงาน การมีส่วนร่วมในการบริหาร การรับทราบการป้อนกลับของผลการปฏิบัติงาน ความคาดหวังในโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน ความรู้สึกที่องค์การเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์การ

2.6.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การ

บุษยาณี จันทร์เจริญสุข (2537 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพชีวิตงานกับความผูกพันองค์การ ของข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า ข้าราชการสถาบัน มีระดับความผูกพันต่อองค์การและการรับรู้คุณภาพชีวิตงานโดยรวมสูง ในประเด็นของลักษณะส่วนบุคคลนั้น สายงาน ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่ง ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันองค์การ แต่ไม่พบว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า มีระดับความผูกพันองค์การสูงกว่าผู้ที่อายุน้อยกว่า และผู้ชายมีระดับความผูกพันองค์การสูงกว่าผู้หญิง และพบว่า การรับรู้คุณภาพชีวิตงานของข้าราชการสถาบันทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับองค์การ และกลุ่มตัวแปรที่มีอำนาจอธิบายความผูกพันองค์การของข้าราชการทั้งสถาบัน คือ การประจักษ์ตน ความภูมิใจในองค์การ รายได้ อายุและโอกาสพัฒนาศักยภาพตามลำดับ กลุ่มตัวแปรหลักที่สามารถอธิบายความผูกพันองค์การของทุกสายงาน คือ การประจักษ์ตนและความภูมิใจในองค์การ

พรทิพย์ ทับทิมทองคำ (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ของข้าราชการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า ข้าราชการสาย ข ที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง และหน่วยงานที่สังกัดต่างกัน จะมีความผูกพันในองค์การไม่แตกต่างกัน ยกเว้นกรณีที่มี ระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกัน จะมีความผูกพันในองค์การแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนข้าราชการสาย ค ที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงานในหน่วยงานและหน่วยงานที่สังกัดต่างกัน จะมีความผูกพันในองค์การไม่แตกต่างกัน ยกเว้นกรณีที่มีระดับตำแหน่งต่างกัน จะมีความผูกพันในองค์การแตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการ พบว่า ข้าราชการทั้งสาย ข และ ค มีคุณภาพชีวิตการทำงานเฉลี่ยทุกด้านในระดับปานกลาง โดยมีคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความภูมิใจในองค์การ อยู่ในระดับมาก ด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านรายได้และประโยชน์ตอบแทน ด้านโอกาส พัฒนาศักยภาพ ด้านความก้าวหน้า ด้านสังคมสัมพันธ์ ด้านลักษณะการบริหาร ด้านภาวะอิสระจากงาน และด้านการประจักษ์ตน อยู่ใน

ระดับปานกลาง ทั้งนี้ข้าราชการสาย ข ที่มี เพศ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง และหน่วยงานที่สังกัดต่างกัน จะมีคุณภาพชีวิตการทำงานเฉลี่ยทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นกรณีข้าราชการสาย ข ที่มีอายุและระยะเวลาปฏิบัติงานในหน่วยงานต่างกัน จะมีคุณภาพชีวิตการทำงานเฉลี่ยทุกด้านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับข้าราชการสาย ค ที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงานในหน่วยงาน ระดับตำแหน่ง และหน่วยงานที่สังกัดต่างกัน จะมีคุณภาพชีวิตการทำงานเฉลี่ยทุกด้านไม่แตกต่างกัน สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันกับคุณภาพชีวิตการทำงาน 8 ด้าน พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานด้าน โอกาสพัฒนาศักยภาพ ด้านความก้าวหน้า ด้านสังคมสัมพันธ์ ด้านลักษณะการบริหาร ด้านภาวะอิสระจากงาน ด้านความภูมิใจในองค์กร และด้านการประจักษ์ตน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพชีวิตการทำงานด้านรายได้และประโยชน์ตอบแทน ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กร ($r = 1.102$)

จรรุวรรณ โหระ (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ศึกษากรณีเฉพาะวิทยาเขตนนทบุรีและวิทยาเขตเพาะช่าง จำนวน 182 คน พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ความผูกพันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และด้าน โอกาสก้าวหน้าในการพัฒนาความสามารถเป็นตัวพยากรณ์ความผูกพันได้ดีที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

พรสุข อัสวินเวศน์ (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง คุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษากรณีโรงงานวัดบูรณะเบ็ดเตล็ด กรมการอุตสาหกรรมทหาร ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ข้าราชการกลาโหม รวท.อท.ศอพท. มีความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง ยกเว้นด้านภาวะอิสระจากงานของข้าราชการกลาโหมชั้นสัญญาบัตรอยู่ในระดับต่ำ และผลการทดสอบสมมติฐานโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า สถานภาพการทำงาน รายได้และประโยชน์ตอบแทน สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ โอกาสพัฒนาศักยภาพ ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน สังคมสัมพันธ์ ธรรมเนียมในองค์กร ภาวะอิสระจากงานและความภูมิใจในองค์กร มีผลทำให้ข้าราชการกลาโหม รวท.อท.ศอพท. มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน โดยที่คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการกลาโหม รวท.อท.ศอพท. ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ส่วนระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงานและลักษณะสายงาน ไม่พบว่า มีผลทำให้ข้าราชการกลาโหม รวท.อท.ศอพท. มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน เมื่อทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงจนสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ พบว่า กลุ่มตัวแปรที่มีอำนาจอธิบายความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกลาโหม

รวท.อท.ศอพท. ในภาพรวม ได้แก่ รายได้และประโยชน์ตอบแทน ภาวะอิสระจากงานและสังคม สัมพันธ์ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์โดยจำแนกตามสถานภาพการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวแปรที่ร่วมทำนายความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกลาโหมชั้นสัญญาบัตร ได้แก่ ภาวะอิสระจากงานและระดับการศึกษา กลุ่มตัวแปรที่ร่วมทำนายความผูกพันต่อองค์กรของลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว ได้แก่ รายได้และประโยชน์ตอบแทนและระยะเวลาการทำงาน

ทิพวรรณ ศิริคุณ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบรรษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง พบว่า ในภาพรวมพนักงานบรรษัทบริหารสินทรัพย์มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูง ประเด็นของลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรและยังพบว่า ความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม การบูรณาการทางสังคม (การทำงานร่วมกัน) ความก้าวหน้า และมั่นคงในการทำงาน อายุ มีอำนาจร่วมกัน พยากรณ์ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบรรษัทบริหารสินทรัพย์สถาบันการเงิน

ภัทรา หิรัญรัตนพงศ์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทใดกิน อินดัสทรีส์(ประเทศไทย) จำกัด พบว่าพนักงานที่มีอายุมาก อายุงานมาก และสมรสแล้ว จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่า พนักงานที่มีอายุน้อย อายุงานน้อยและโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.003, 0.001 และ 0.08 ตามลำดับ และพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำแต่ไม่ถึงกับมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังพบว่า พนักงานที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานทั้งที่เป็นจริงและคาดหวังสูงจะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานทั้งที่เป็นจริงและคาดหวังต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 0.002 ตามลำดับ และพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานทั้งที่เป็นจริงและคาดหวังต่างกันน้อยจะมีความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานทั้งที่เป็นจริงและที่คาดหวังต่างกันมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิชาญ สุวรรณรัตน์ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานฝ่ายปฏิบัติการบิน มีคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับปานกลางและมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง และยังพบว่า พนักงานฝ่ายปฏิบัติการบินที่มีตำแหน่งงานและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่าคุณภาพชีวิตในการ

ทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.516

พิชญ์ธินี ดีผลิผล (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทไทย แอร์พอร์ต กราวด์ เซอร์วิสเชส จำกัด พบว่า พนักงานบริษัทไทย แอร์พอร์ต กราวด์ เซอร์วิสเชส จำกัด ส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้งโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านรายได้และผลประโยชน์ตอบแทน สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน สังคมสัมพันธ์ ด้านธรรมเนียมในองค์กร ด้านภาวะอิสระจากงาน และมีความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสพัฒนาศักยภาพและด้านความภูมิใจในองค์กรอยู่ในระดับสูง และพบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมและคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านรายได้และผลประโยชน์ตอบแทน สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน สังคมสัมพันธ์ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และพบว่าพนักงานที่มีประเภทของงานต่างกันมีคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพแลด้านสังคมสัมพันธ์ต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอายุงาน ไม่พบว่ามีคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้งรายด้านและโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ไม่พบว่าพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน แต่พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรรเสริญ เตชะบุรพา (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเล พบว่าพนักงานบริษัท อีสทอนมารีไทม์ (ประเทศไทย) จำกัด มีระดับการรับรู้คุณภาพชีวิตในการทำงาน และระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ในประเด็นของลักษณะส่วนบุคคล พบว่า สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่เพศ อายุ และอายุงาน ที่แตกต่างกัน ไม่พบว่ามี ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การรับรู้คุณภาพชีวิตในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า โอกาสก้าวหน้าและพัฒนาความสามารถ ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ระดับการศึกษา และค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม มีอำนาจร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มาริสสา ทรงพระ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในเขตนิกมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่า พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปาน

กลาง และมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และพนักงานที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ต่างกัน มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่พนักงานที่มี เพศ ต่างกัน มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมแตกต่างกัน และพนักงานที่มี เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่พนักงานที่มี อายุ ต่างกัน มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวมแตกต่างกัน และพนักงานที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 8 ด้าน คือ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านรายได้และผลตอบแทน คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย และส่งเสริมสุขภาพ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านโอกาสพัฒนาศักยภาพ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านสัมพันธภาพในองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านธรรมณูญในองค์กร คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว และคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความภูมิใจในองค์กรแตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมแตกต่างกัน

นุชชา ภิญโญภาพ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาบริษัทขายส่งข้ามชาติแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และศึกษาเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน และศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร และศึกษาตัวพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรจากคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานของบริษัทขายส่งข้ามชาติแห่งหนึ่ง เฉพาะสาขาที่อยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลรวม 8 สาขา จำนวน 279 คน พบว่าระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 และคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 และคุณภาพชีวิตด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล ประชาธิปไตยในองค์กร และสภาพการทำงานที่ดีและปลอดภัยต่อสุขภาพ สามารถร่วมพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 27.8