

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศไทยเองเกิดปัญหาหุ้รล้อมด้าน ทำให้สภาพแวดล้อมทางการตลาดซบเซาลง การแข่งขันเพื่อความอยู่รอดจึงเข้มข้นทั้งของเจ้าของสินค้า ผู้จัดการจำหน่าย ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ส่งผลให้ต้องปรับเปลี่ยนการบริหารงานและระบบต่างๆ ในทุกส่วนงาน ภายใต้เป้าหมายเดียวกันคือขายสินค้าให้มาก ขึ้นสามารถเก็บเงินจากลูกค้าได้ครบตามจำนวน ส่งของให้ถึงมือลูกค้าครบตามจำนวนและตรงทันเวลาที่ ลูกค้าสั่ง ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ยังเป็นปัญหาที่ไม่สอดคล้องกัน ในภาวะเช่นนี้ผู้บริหารงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องพัฒนาและกำหนดแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับสถานการณ์และการเติบโตขององค์กรเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น บริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมาย พนักงานมีผลตอบแทนเป็นแรงจูงใจที่ยุดิ ธรรม ลูกค้าให้ความร่วมมือและทุกฝ่ายทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข

การทำงานในทางพระพุทธศาสนาจะให้ความสำคัญกับการทำงานที่ไม่คั่งค้างถึงกับสอนว่าการทำงานไม่ให้คั่งค้างเป็นมงคลชีวิตในมงคลสูตรข้อที่ ๑๔ ชื่อว่า ทำการงานไม่อาทูลคั่ง ค้าง การงานได้แก่ อุบายเครื่องเลื ยงชีวิต มีการทำนา ทำสวน คำขาย รับราชการ เป็นต้น แบ่งย่อย มี ๒ อย่าง คืองานทางโลกและงานทางธรรม "ในฐานะของชาวบ้านก็ต้องให้ ความสำคัญกับการทำงานทางโลก เพื่อบำบัดทุกข์บำรุงสุขของ ตนเอง ครอบครัว ประเทศชาติ ศาสนา ให้มั่นคงสมบูรณ์ให้อยู่ดีกินดี ให้เจริญรุ่งเรือง" นอกจากนี้ยังพบว่าการทำงานที่

จากสถานการณ์ทั่วโลก ประเทศต่างๆ กำลังสู้ญ่อยู่กับวิกฤติเศรษฐกิจโลก แต่ประเทศไทยนอกจากจะสู้กับปัญหาภายนอกหรือวิกฤติเศรษฐกิจโลกแล้ว ยังต้องสู้กับวิกฤติปัญหาภายในอีก ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกกำลังดิ่งลงเหวก็ทำให้เกิดผลตามมาคือ คนลดการ เดินทาง เมื่อคนลดการเดินทาง การซื้อขายก็ลดลง ย่อมทำให้กำลังซื้อในปีหน้าลดลงไป จึงทำให้หลายๆ บริษัท ที่มีการแข่งขันกันทั้งทางด้านสินค้าและบริการ ต้องหากลยุทธ์ในการชนะใจลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพของสินค้า ราคา โปรโมชัน และการให้บริการหลังการขาย เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า แต่ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ พนักงานของบริษัทซึ่งมีหน้าที่ของแต่ละส่วนที่แตกต่างกัน จึงต้องอาศัยทักษะความรู้ความสามารถ ทั้งพนักงานขาย พนักงานบริการ ช่าง ซึ่งเป็นบุคคลที่ถือว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เนื่องจากพนักงานเหล่านี้จะเป็นบุคคลที่เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนบริษัทต่างๆ ในการพบปะและให้คำแนะนำในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

บริษัทแคนนอน ก็เป็นหนึ่งในบริษัทที่ต้องมีการแข่งขันกับบริษัทอื่นในการขายสินค้าและบริการ ซึ่ง บริษัทแคนนอนก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. ๒๔๘๖ (ค.ศ. ๑๙๔๓) โดยมี โยะชิโตะ โกะโร และ อุชิโตะ ชะบุโร เป็นผู้ก่อตั้งร่วม เมื่อแรกก่อตั้งนั้นใช้ชื่อบริษัทว่า เซกิ โคงะกุ เค็นกิวโจะ โดยมุ่งหมายที่จะค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนากล้องถ่ายภาพคุณภาพสูง ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๔๘๗ (ค.ศ. ๑๙๔๔) บริษัทได้นำกล้องแบบแรกออกสู่ตลาด โดยตั้งชื่อว่า Kwanon ซึ่งมีที่มาจาก คันนง อันเป็นนามของพระโพธิสัตว์กวนอิมในภาษาญี่ปุ่น ต่อมาบริษัทได้เปลี่ยนชื่อให้ทันสมัยขึ้นเป็น แคนนอน ในปีต่อมา แคนนอนมีสำนักงานถึง ๑๙๕ แห่งทั่วโลก และมีพนักงานกว่าเก้าหมื่นคนทำงานในส่วนการวิจัยและพัฒนาการผลิต การขาย และกิจกรรมทางการตลาด

ในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ของแคนนอน จัดจำหน่ายโดย บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด^๑ ก่อตั้งในปี พ.ศ. ๒๕๓๗ วันนี้แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) เป็นสาขาของบริษัทแคนนอน อิงค์ ประเทศญี่ปุ่น มีพนักงานกว่า ๕๐๐ คน เราทุกคนอุทิศตนเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค เราเชื่อว่า การที่ จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความร่วมมือกันเป็นอย่างดีจากพนักงานทุกคน ลูกค้าทุกท่าน รวมถึงสังคมของเราซึ่งเราอยู่อาศัยและทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทั้งทางด้านอุปกรณ์ด้านภาพดิจิทัล และเครื่องใช้สำนักงานด้วย

แคนนอนมีปรัชญา^๒ ของบริษัท เรียกว่า “เคียวเซ” หรือ “การดำรงอยู่และทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ส่วนรวม” โดยมีเป้าหมายที่จะเติบโตเป็นกลุ่มบริษัทชั้นนำระดับโลกอย่างแท้จริง อีกทั้งยังมีนโยบายการบริหารเพื่อสร้างความอุดมสมบูรณ์และความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่คนบนโลก ในปี ๒๕๔๔ ซึ่งเป็นปีแรกในศตวรรษที่ ๒๑ แคนนอนได้เริ่มเฟส II ของ “แผนการพัฒนาไปสู่กลุ่มบริษัทชั้นนำระดับโลก” โดยมีเป้าหมาย คือ การเป็นกลุ่มบริษัทชั้นนำระดับโลก หลักปฏิบัติของกลุ่มบริษัทแคนนอนนี้ได้ให้คำนิยามบทบาทในการบริหารของกลุ่มบริษัทแคนนอน และกำหนดมาตรฐานเฉพาะในเรื่องของหลักปฏิบัติที่ผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มบริษัทแคนนอนจะต้องปฏิบัติตามในการปฏิบัติหน้าที่ของตน

แคนนอนยังมีแนวทางปฏิบัติที่เป็นสากลภายใต้แนวคิดในการดำเนินกิจการ โดยอาศัยหลักจิตวิญญาณทั้งสาม ได้แก่ การริเริ่มด้วยตนเอง (Self Motivation) คือ การมุ่งมั่นทำสิ่งต่างๆ ให้ก้าวหน้าไปได้ด้วยตนเอง การปกครองตนเอง (Self Management) คือ การบริหารตนเองให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน และการตระหนักรู้ด้วยตนเอง (Self Awareness) คือ การมีทัศนคติที่ดีต่องานของเราโดยการรู้ถึงตำแหน่ง บทบาท สถานะ

^๑บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด, แคนนอนประเทศไทย, <http://www.canon.co.th>

^๒คณะกรรมการการบริหารของ Canon Inc., หลักปฏิบัติกลุ่มบริษัทแคนนอน, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด, ๒๕๔๕), หน้า ๑.

ของตน เรามีความเชื่อและปฏิบัติกันมายาวนาน ในหลักการที่ว่า เราควรมีทัศนคติที่ดีต่องานของเราโดยการเรียนรู้ถึงตำแหน่ง บทบาท สถานะของตน คือ การตระหนักด้วยตนเอง (Self Awareness)

ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัดนี้ ที่พบคือ ในด้านความพอใจพนักงานบางส่วนยังทำหน้าที่ของตนเองไม่เต็มความสามารถ ด้านความเพียรพนักงานบางส่วนมีความอดทนในการให้บริการหรือให้คำปรึกษาไม่ดีเท่าที่ควร ด้านความคิดมุ่งไปพนักงานบางส่วนยังขาดการเอาใจใส่ในตัวสินค้าและบริการน้อยเกินไปเนื่องจากคิดว่าไม่ใช่หน้าที่ของตนเองที่ต้องรับผิดชอบ ด้านความไต่ตรองพนักงานบางส่วนยังขาดการไต่ตรองหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น กับตัวสินค้าและบริการไม่มีการวางแผนในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง และยังขาดการตรงต่อเวลา เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ การนำหลักอิทธิบาท ๔^๓ คือ ฉันทะ (ความพอใจ คือ ความต้องการที่จะทำ ใฝ่ใจรักจะทำสิ่งนั้นอยู่เสมอ และปรารถนาจะทำให้ได้ผลดียิ่งๆ ขึ้นไป) วิริยะ (ความเพียร คือ ขยันหมั่นประกอบสิ่งนั้นด้วยความพยายาม เข้มแข็ง อดทน เอาธุระไม่ทอดถอน) จิตตะ (ความคิดมุ่งไป คือ ตั้งจิตรับรู้ในสิ่งที่ทำและทำสิ่งนั้นด้วยความคิด เอาจิตผูกใฝ่ไม่ปล่อยใจให้ฟุ้งซ่านเลื่อนลอยไป อุทิศตัวอุทิศใจให้แก่สิ่งที่ทำ) วิมังสา (ความไต่ตรอง หรือทดลอง คือ หมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญตรวจตราหาเหตุผล และตรวจสอบข้อยังหย่อนในสิ่งที่ทำนั้น มีการวางแผน วัตถุประสงค์วิธีแก้ไขปรับปรุง) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการดำเนินกิจการ ตามหลักจิตวิญญาณทั้งสามของบริษัท ดังกล่าวข้างต้น เพื่อศึกษาวิเคราะห์การปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นวิธีการที่จะทำให้ได้ทราบถึงการปฏิบัติงานภายในองค์กรตามหลักอิทธิบาท ๔ และเพื่อเป็นที่จะนำผลการศึกษาวิเคราะห์ไปใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นการพัฒนาทางด้านจิตใจ และพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากหน้าที่ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละแผนกมีความสำคัญเท่าเทียมกันทุกแผนกซึ่งต้องอาศัยความรักในงาน ความเพียร ความเอาใจใส่อุทิศตัวอุทิศใจให้งาน และความไต่ตรองคิดค้นวิธีแก้ไขปรับปรุง ดังนี้ การนำหลักพุทธธรรมโดยเฉพาะหลักอิทธิบาท ๔ มาศึกษาวิเคราะห์การปฏิบัติงานภายในองค์กร บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด จะสามารถทำให้ทราบถึงผลการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในองค์กรและแนวทางแก้ไขในการปฏิบัติงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

^๓พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, (กรุงเทพมหานคร : มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๖), หน้า ๑๖๐.

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔

๑.๒.๒ เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

๑.๒.๓ เพื่อศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย

๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้จะศึกษาการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ คือ ซึ่งประกอบด้วย จันทะ (ความพอใจรักใคร่ในการปฏิบัติงาน) วิริยะ (ความเพียรพยายามปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ) จิตตะ (การเอาใจใส่ในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย) และวิมังสา (การพิจารณาใคร่ครวญหาเหตุผลและวางแผนในการปฏิบัติงาน)

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

๑.๓.๓ ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ,อายุ,การศึกษา ,ฝ่ายที่สังกัด ,รายได้และอายุการทำงาน

ตัวแปรตาม คือประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ คือ จันทะ, วิริยะ, จิตตะ และวิมังสา

๑.๓.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยระหว่างเดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ รวมเป็นระยะเวลา ๖ เดือน

๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ

๑.๔.๑ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอิทธิบาท ๔ เป็นอย่างไร

๑.๔.๒ ปัจจัยด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝ่ายที่สังกัด และประสบการณ์ทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด หรือไม่อย่างไร

๑.๔.๓ แนวทางการประยุกต์ใช้หลักอิทธิบาท ๔ ในการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นอย่างไร

๑.๕ สมมติฐานการวิจัย

๑.๕.๑ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามหลักอิทธิบาท ๔ แตกต่างกัน

๑.๕.๒ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามหลักอิทธิบาท ๔ แตกต่างกัน

๑.๕.๓ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามหลักอิทธิบาท ๔ แตกต่างกัน

๑.๕.๔ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มีรายได้ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามหลักอิทธิบาท ๔ แตกต่างกัน

๑.๕.๕ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มีฝ่ายที่สังกัดต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามหลักอิทธิบาท ๔ แตกต่างกัน

๑.๕.๖ พนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามหลักอิทธิบาท ๔ แตกต่างกัน

๑.๖ คำจำกัดความของศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ประสิทธิภาพ หมายถึง การปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มุ่งให้งานสำเร็จ มีความขยันหมั่นเพียร มุ่งมั่นในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ ศึกษาหาความรู้ ค วามเชี่ยวชาญในหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบ

การปฏิบัติงาน หมายถึง การสร้างความเชื่อมโยงและความชัดเจนให้กับเป้าหมายในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด ทุกระดับในองค์กร เพื่อให้พนักงานในองค์กรปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน

หลักอทิบาท ๔ หมายถึง ธรรมที่เป็นเหตุให้ประสบความสำเร็จหรือหลักการปฏิบัติเพื่อเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

ฉันทะ หมายถึง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

วิริยะ หมายถึง ความเพียรพยายามในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

จิตตะ หมายถึง ความเอาใจฝักใฝ่ในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

วิมังสา หมายถึง ความใคร่ครวญหาเหตุผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) หมายถึง ๑๗๙/๓๔-๔๕ อาคาร บางกอกซิตีทาวเวอร์ ชั้น ๙-๑๐ ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๒๐

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้, ฝ่ายที่สังกัด และ ประสบการณ์ทำงาน ของพนักงานบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับ

๑.๗.๑ ได้ทราบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอทิบาท ๔

๑.๗.๒ ได้ทราบผลการเปรียบเทียบ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด ตามหลักอทิบาท ๔ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

๑.๗.๓ ได้ทราบแนวทางการนำหลักอทิบาท ๔ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง(ไทยแลนด์) จำกัด

๑.๗.๔ ผลการวิจัยที่ได้ ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น