ผลงานทางวิชาการ

เรื่อง

การศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย

โดย

นางจารุมน บุญสิงห์

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ ตำแหน่งเลขที่ 22

ฝ่ายอำนวยการ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ ตำแหน่งเลขที่ 22

ฝ่ายอำนวยการ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย

ชื่อผลงาน : การศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัยและเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรกรมอนามัย จำแนกตามหน่วยงานกลุ่มภารกิจ 4 กลุ่ม (ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ.2552) ได้แก่ 1)ภารกิจอำนวยการ 2)ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ 3)ภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม และ 4)ภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 สถิติที่ใช้ในการศึกษาคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานสังกัดกรมอนามัยส่วนใหญ่ร้อยละ 80 รับรู้แล้วว่ากรมอนามัยประกาศวัฒนธรรมองค์กร “HEALTH” ผ่านหลายช่องทางการรับรู้ได้แก่ โปสเตอร์ เอกสาร แผ่นพับ เว็บไซต์และหนังสือเวียนตามลำดับ มีเพียงกลุ่มภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ได้รับรู้ “HEALTH” จากผู้บังคับบัญชาเป็นส่วนใหญ่ ส่วนช่องทางการสื่อสาร (Communicate Channel) ที่เหมาะสม พบว่า ร้อยละ 96.99 ของหน่วยงานได้รับการสื่อสารจากผู้บริหารระดับสูงเช่นเดียวกัน สำหรับความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร “HEALTH” พบว่ามีความเข้าใจประเด็นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกรมอนามัยเป็นลำดับสูงสุด ส่วนน้อยเท่านั้นเป็นกลุ่มภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการบรรลุผลสำเร็จของงาน นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความแตกต่างทางความคิดเห็นของบุคลากรต่อการดำเนินงานตามกรอบวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ทั้งหมด 6 เรื่อง พบส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันมากนัก ยกเว้นเรื่องการเคารพสิทธิซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น (T: Trust) พบในกลุ่มภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่เท่านั้นที่มีความแตกต่างสูงกว่าหน่วยงานอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 จากการศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ในแต่ละกลุ่มภารกิจมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ได้แก่ ศูนย์อนามัยที่ 1- 12 ที่มีความแตกต่างกับกลุ่มภารกิจอื่นมากที่สุด อาจด้วยอิทธิพลบริบทของพื้นที่และบทบาทของผู้ปฏิบัติอยู่หน้างาน

คำสำคัญ : การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร

ABSTRACT

The aim of this research was to investigate staffs' perceptions of organizational culture (HEALTH) in sectors under the Department of Health. In this study, secondary data from an academic work entitled A Study on Development of Organizational Culture under Department of Health from Public Sector Development Group accomplished in 2015 were employed together with documentary research. The samples of this study were divided into four groups (according to ministerial regulations applied to Department of Health, Ministry of Public Health, 2009) comprising 1) administration cluster, 2) health promotion cluster, 3) environmental health cluster, and 4) regional strategic planning cluster. Frequency, percentage, mean, standard deviation, and one-way ANOVA were conducted in data analysis.

The findings were that over 80 percent of the staffs under the Department of Health were informed that the Department of Health announced the organizational culture (HEALTH) through many channels, such as posters, document, leaflet, website, and circulated letters respectively. For regional strategic planning cluster, result showed that most staffs were informed "HEALTH" message by their supervisors. In term of appropriate communication channel, the result showed that 96.99% of sectors were mostly informed by high executive level as well. For understanding of the personnel on complying with "HEALTH" found that the highest understanding was building Department of Health characteristics, while only a few from regional strategic planning cluster who prioritized on task achievement. Furthermore, researcher also analyzed idea differences among staffs on complying all 6 organizational culture of the Department of Health, "HEATLH" and found that there was no significant difference. However, among regional strategic planning cluster staffs found that "rights respective of each other, both yourself and the others" (T: Trust) showed significant differences in term of statistic from other sectors at 0.5. From the study on staffs' perceptions of organizational culture (HEALTH) in each cluster showed differences in opinion, especially in regional strategic planning cluster, which are Regional Health Promotion Center 1 – 12. All 12 Regional Centers showed the most differences compared to other clusters, which could be influenced by context of areas and roles of field-service operators.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จากความอนุเคราะห์จากหลายท่านที่เกี่ยวข้องทั้งจากภายในและภายนอกกรมอนามัย ในการให้คำปรึกษาแนะนำ ข้อคิดเห็น และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างดียิ่ง จนกระทั่งสามารถจัดทำเอกสารทางวิชาการนี้ให้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ นางศรีวิภา เลี้ยงพันธุ์สกุล ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย ในฐานะผู้บังคับบัญชาที่ให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้าน ให้คำชี้แนะ คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณนางสาวรุ่งนภา เยี่ยมสาคร นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ที่ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุนข้อมูลจากผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” รวมถึงการให้คำปรึกษา แนะนำในการดำเนินงานจนแล้วเสร็จ

ขอขอบคุณนางสาวชัญญา อนุเคราะห์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ ศูนย์อนามัยที่ 1 เชียงใหม่ นางสาวพันตรี วิเศษธนวัฒน์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร นายพศิน พิริยหะพันธุ์ นักวิเทศสัมพันธ์ปฏิบัติการ ศูนย์ความร่วมมือระหว่างประเทศ ที่ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งในด้านวิชาการ ด้านการประสานงาน สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานจัดทำเอกสารการศึกษาครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณ ทุกท่านที่ให้กำลังใจและสนับสนุนการดำเนินงานด้วยดีตลอดมา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์แก่องค์กรและผู้สนใจทั่วไปต่อไป

นางจารุมน บุญสิงห์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย	3
1.5 กรอบแนวคิดการศึกษา	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	7
บทที่ 3	11
วิธีการศึกษา	13
บทที่ 4	16
ผลการศึกษา/ อภิปรายผล/ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	16
4.1 ผลการศึกษา	16
4.2 อภิปรายผลการศึกษา	18
4.3 ข้อเสนอเชิงนโยบาย	19
4.4 การนำไปใช้ประโยชน์	20
4.5 ความยุ่งยากในการดำเนินงาน/ปัญหา/อุปสรรค (ของผู้ดำเนินการ)	20
บรรณานุกรม	21
ภาคผนวก	22

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของบุคลากรกรมอนามัยจำแนกตามประเภท 13
ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของบุคลากรกรมอนามัยจำแนกเป็นรายหน่วยงานและกลุ่มภารกิจ 14
ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ความแตกต่างของความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย 17
ตาราง 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบหน่วยงานระหว่างกลุ่มภารกิจใดที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe . 18

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การศึกษาวัฒนธรรมในองค์กรได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน ผู้นำองค์กรชั้นนำต่างให้ความสำคัญมากเป็นอันดับต้นๆ หลายองค์กรพยายามมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดขึ้น เพื่อการปรับเปลี่ยนความเชื่อของคนให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีผลกระทบต่อองค์กร ทั้งในด้านเทคโนโลยี ที่สามารถทำให้การทำงานงานง่ายและเข้าถึงได้มากขึ้น ยุคโลกาภิวัตน์ที่จัดขนาดองค์กรให้เล็กลง มีการกระจายอำนาจออกไปให้บริการอย่างกว้างขวางเฉพาะพื้นที่ การปฏิรูประบบราชการ ปรับโครงสร้างการทำงานและปรับเปลี่ยนบทบาทให้เหมาะสม ดังนั้น กลไกความสำเร็จในการบริหารองค์กรเชื่อมโยง (Alignment) ของพลังความไว้วางใจสูงสุดร่วมกัน ของทุกๆ คนที่ทำงานในองค์กร (Shared Organization Trust) รวมกลุ่มของคนให้มีระเบียบและดำเนินการไปสู่เป้าหมาย รวมถึงการเชื่อมโยงให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน ต้องอาศัยศูนย์รวมของจิตใจเป็นตัวนำ เพราะแต่ละบุคคลต่างมีจิตใจและบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป สิ่งที่จะหลอมรวมความแตกต่างให้อยู่ด้วยกัน ภายในหน่วยงานที่ตนเองปฏิบัติหน้าที่อยู่ให้สอดคล้องและทำงานไปในทิศทางเดียวกันได้ คือ “วัฒนธรรม” การมีวัฒนธรรมการทำงานที่ดีสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและสอดรับไปกับความเปลี่ยนแปลงกระแสของความผันผวนสังคม โดยเฉพาะภาครัฐซึ่งมีภารกิจที่มิได้หวังผลกำไร จึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับองค์กรภาครัฐ

วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญและสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการพัฒนาระบบราชการและการปฏิบัติราชการของภาครัฐ ดังจะเห็นจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2561) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการประชาชน กำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐมีการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ ค่านิยม และหล่อหลอมการสร้างวัฒนธรรมองค์การให้ข้าราชการ และในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาองค์การให้มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีขีดสมรรถนะและมุ่งมั่นในการปฏิบัติราชการ มีความคิด เชิงยุทธศาสตร์ ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมของข้าราชการในการปฏิบัติงาน ล้วนมีการกำหนดประเด็นเรื่องวัฒนธรรมเพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพระบบราชการ ซึ่งกรมอนามัยตระหนักและเห็นความสำคัญอย่างยิ่งต่อเรื่องดังกล่าว จึงได้ประกาศวัฒนธรรมองค์กร “เรา...ชาวกรมอนามัย จะเป็นต้นแบบสุขภาพ มีจริยธรรม ปฏิบัติงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ เรียนรู้ร่วมกัน เคารพและเชื่อมั่นกันและกัน พร้อมเป็นหนึ่งเดียว” คือ HEALTH ได้แก่ H: Health เป็นต้นแบบสุขภาพ E: Ethics มีจริยธรรม A: Achievement มุ่งผลสัมฤทธิ์ L: Learning เรียนรู้ร่วมกัน T: Trust เคารพและเชื่อมั่น H: Harmony เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้บุคลากรได้ยึดถือและมุ่งมั่นในการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติราชการในความรับผิดชอบของตน ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมกรมอนามัย

นอกจากนี้ การประกาศนโยบายสำคัญ (เข็มมุ่ง) กรมอนามัย โดยมีความมุ่งมั่นให้ประชาชน ชุมชน และสังคม สามารถดูแลสุขภาพตนเองป้องกันและลดปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ รวมทั้งปัจจัยกำหนดสุขภาพได้อย่างเหมาะสมโดยการขับเคลื่อนและวิธีการทำงานแบบคร่อมและข้ามสายงาน ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงานแบบสหสาขาวิชาชีพที่รวมบุคลากรด้านส่งเสริมสุขภาพและด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม เป็นการทำงานที่ต้องอาศัยการประสานความร่วมมือ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนในองค์กรที่ต้องอยู่ร่วมกัน ทำงานร่วมกัน เป็นหัวใจและจิตวิญญาณของการขับเคลื่อนการดำเนินงานส่งผลต่อการบรรลุเข็มมุ่งกรมอนามัยให้ประสบความสำเร็จ

จากการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการสร้างวัฒนธรรม การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์วัฒนธรรมองค์กรภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2561) รวมถึงการกำหนดวัฒนธรรมองค์กรและนโยบายสำคัญ (เข็มมุ่ง) ของกรมอนามัย และปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เห็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับการปฏิบัติงานและพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรอันจะส่งผลถึงการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับคุณภาพการพัฒนาระบบราชการ อย่างมีธรรมาภิบาล ทำให้ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย และเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรกรมอนามัย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นการศึกษาประชากรกรมอนามัยคือบุคลากรทุกคนในสังกัดกรมอนามัย ซึ่งปฏิบัติงานจริง ณ หน่วยงานส่วนกลางและหน่วยงานส่วนกลางของกรมอนามัยที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ พนักงานกระทรวงสาธารณสุขและลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 3,597 คน โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำกลุ่มประชากรดังกล่าวข้างต้น มาวิเคราะห์จำแนกตามหน่วยงานกลุ่มภารกิจ 4 กลุ่ม (ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ.2552) ได้แก่

1) ภารกิจอำนวยการ ได้แก่ สำนักงานเลขานุการกรม กองการเจ้าหน้าที่ กองคลัง กองแผนงาน

2) ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ สำนักทันตสาธารณสุข สำนักโภชนาการ สำนักส่งเสริมสุขภาพ สำนักโภชนาการ

3) ภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กองประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ

4) ภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ได้แก่ ศูนย์อนามัยที่ 1 - 12

โดยมุ่งหวังให้องค์กรใช้เป็นข้อมูลนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์/แนวทางในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร และใช้ประกอบในการขับเคลื่อนพัฒนาระบบราชการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย และเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรกรมอนามัย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ด้านระยะเวลา เดือนตุลาคม 2560 – **กันยายน 2561**

ด้านกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ พนักงานกระทรวงสาธารณสุขและลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 3,597 คน ซึ่งปฏิบัติงานจริง ณ หน่วยงานส่วนกลางและหน่วยงานส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค โดยผู้ศึกษาได้จำแนกตามกลุ่มภารกิจ1) ภารกิจอำนวยการ 2) ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ 3) ภารกิจด้านอนามัย สิ่งแวดล้อม 4) ภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่

ด้านวิธีการศึกษา ศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 และเป็นการสืบค้นและวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) สถิติที่ใช้ในการศึกษาคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova)

โดยในแบบสอบถามของผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การรับรู้วัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 ความเข้าใจวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 การพัฒนาวัฒนธรรม

ซึ่งผู้ศึกษาได้พิจารณาคัดเลือกประเด็นเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบหาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย ตามตัวแปรอิสระคือหน่วยงานตามกลุ่มภารกิจ จากผลการตอบแบบสอบถาม 2 ส่วน ดังนี้

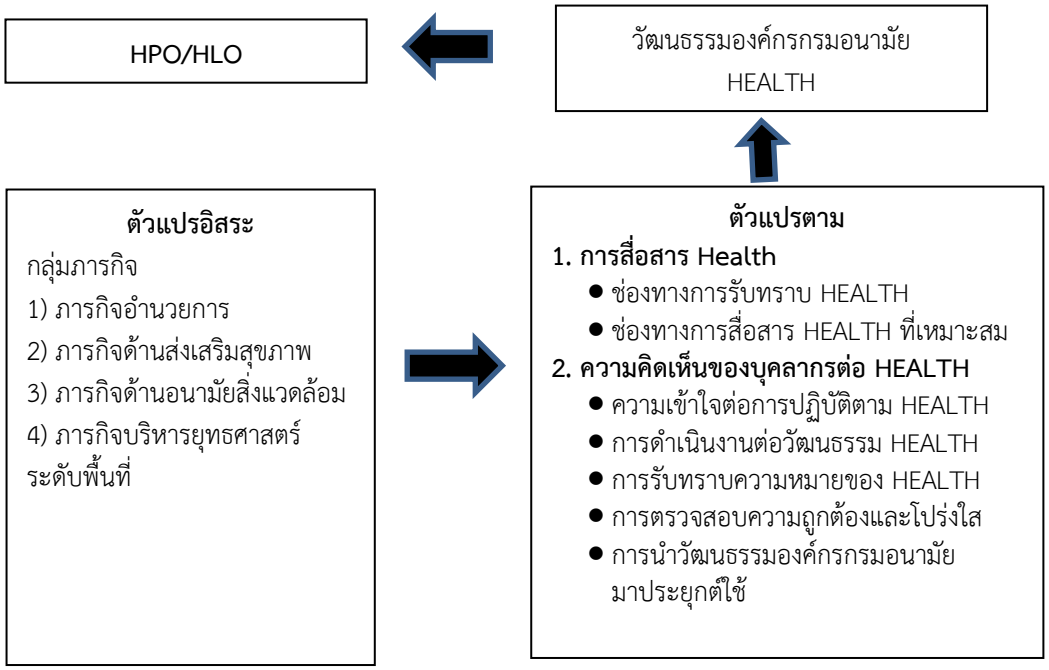
ส่วนที่ 2 : จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ 1. ช่องทางการรับทราบวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 2. ช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) ที่มีความเหมาะสม

ส่วนที่ 3 : จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ 1. ความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 2. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 3. ช่องทางการรับทราบความหมายของวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 4. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) เกี่ยวกับการตรวจสอบความถูกต้องและโปร่งใสของการดำเนินงานที่ผ่านมา 5. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการนำวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย HEALTH ในแต่ละกลุ่มภารกิจไม่มีความแตกต่าง

1.5 กรอบแนวคิดการศึกษา



1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ใช้เป็นข้อมูลให้องค์กรนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์/แนวทางในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร และขับเคลื่อนการพัฒนาระบบราชของกรมอนามัยให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.6.2 เกิดรูปแบบใหม่ๆ ในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่จะส่งผลให้บุคลากรและองค์กรเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

1.7 นิยามศัพท์

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึงแบบแผนหรือวิถีชีวิตขององค์กรที่สมาชิกยอมรับและยึดถือปฏิบัติร่วมกันเป็นทั้งแบบแผนทางความคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ขององค์กร และเป็นแบบแผนทางการกระทำขององค์กรและปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในองค์กร

การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ช่องทางที่บุคลากรกรมอนามัยในแต่ละกลุ่มภารกิจได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

หน่วยงานตามกลุ่มภารกิจ หมายถึงการแบ่งหน่วยงานตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ.2552) ได้แก่ 1)ภารกิจอำนวยการ 2)ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ 3)ภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม และ 4)ภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่

บทที่ 2
วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิชาการ เรื่องการศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทบทวนทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากเอกสาร ตำรา บทความ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล และอภิปรายผล ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

2.3 แนวคิดมุมมองเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการไทย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร ได้มีผู้ศึกษาและและรวบรวมไว้มากมายหลายท่าน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้มีผู้ศึกษาความหมายและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมองค์กรไว้ ดังนี้

ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมองค์กร”

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยมความเชื่อและแบบแผนทางพฤติกรรมที่ยอมรับและปฏิบัติโดยสมาชิกขององค์กรเนื่องจากองค์กรจะสร้างวัฒนธรรมที่พิเศษของพวกเขาเองขึ้นมา แม้แต่องค์กรภายในอุตสาหกรรมเดียวกันและแสดงวิถีทางของการดำเนินงานที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมองค์กรที่ดีจะต้องปรับตัวเขากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอุปสรรคต่อบริษัทเพื่อที่จะเผชิญหน้ากับการคุกคามทางการแข่งขันหรือการรับเอาการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมสามารถนำไปสู่การชะงักงันและความล้มเหลวในที่สุด (ภคนิจ ศรัทธา, 2549, สมยศ นาวีการ, 2546: 119 – 120 อ้างถึงใน ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555)

วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กรเช่นเดียวกับวิสัยทัศน์ กลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กร แม้แต่วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นมโนทัศน์ที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ผู้บริหารอาจจะสร้างองค์กรได้ แต่นักบริหารต้องสร้างความรู้สึกผูกพันอยากทำงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และทำงานด้วยพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ความรู้สึกผูกพันอยากทำและพฤติกรรมที่เหมาะสมนี้ สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ด้วยการอาศัยวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวสร้าง (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2542 อ้างถึงใน ชิดชนก แตงอ่อน, 2557)

วัฒนธรรมองค์กรหมายถึง รูปแบบ ความรู้สึกนึกคิด และวิธีปฏิบัติของสมาชิกในองค์กรที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างของสมาชิกในแต่ละองค์กร และเป็นแบบแผน ความเชื่อที่ยึดถือร่วมกัน เพื่อให้คนที่อยู่ในองค์กรทราบว่า การกระทำใดที่เป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอรับได้โดยต้องมีการสื่อสารถ่ายทอดและเผยแพร่ให้เข้าใจตรงกันทุกระดับทั่งทั้งองค์กร (ชิดชนก แตงอ่อน, 2557)

วัฒนธรรมองค์กร คือ ระบบของสิ่งที่ก่อให้เกิดความเข้าใจกันในแนวทางการประพฤติและแนวทางในการทำงานและความสัมพันธ์ (Glue) ในองค์กรนั้นๆ ซึ่งสามารถชี้ได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรตามความหมายที่มีการศึกษาผลในการวางแผนการบริหาร (Management) องค์กรโดยตรง เป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางในการวางกลยุทธ์ (Strategy) และรวมไปถึงเป็นแนวโน้มในการสร้างวิสัยทัศน์ (Vision) ขององค์กรนั้นๆ ของเป็นแนวทางที่องค์กรใช้เป็นหลักในการสร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จ (วรวุฒิกิจสิริศาล, 2553, หน้า 8 อ้างถึงใน วสุนธรา รตโนภาส และคณะ, 2558)

“วัฒนธรรม” มักจะเชื่อมโยงกับพฤติกรรมองค์กร กระบวนการทำงานในองค์กร หรือ ความเป็นผู้นำในองค์กร จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมมิได้หมายรวมถึงทุกๆ อย่างที่เกิดขึ้นในองค์กร ในอดีตมีการแปลความหมายของคำว่าวัฒนธรรมออกมา อย่างมากมาย ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละบุคคลว่าจะมองในรูปแบบใด เช่น นักมานุษยวิทยาอาจมองว่า วัฒนธรรมเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีการปฏิบัติสืบต่อกันมาภายในกลุ่มชนกลุ่มหนึ่ง นักสังคมวิทยา อาจมองว่าเป็นความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมหนึ่งๆ ที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ส่วนนักบริหารและจัดการ อาจมองว่า วัฒนธรรม คือ กลยุทธ์ ลักษณะโครงสร้างขององค์กร และการควบคุมภายในองค์กร ในโลกปัจจุบัน มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ถึงเทคโนโลยีต่างๆ สิ่งแวดล้อมที่ได้เปลี่ยนแปลงไป องค์กรต่างๆ ต้องมีการพัฒนาความสามารถของตนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยที่ทุกคนในองค์กรต้องมีความกระตือรือร้นในการหาวิธีการที่จะมาปรับเปลี่ยนในการพัฒนาการทำงานของตน ตลอดจนพฤติกรรมที่คนในองค์กรยึดถือเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งแบบแผนพฤติกรรมที่บุคคลในองค์กรยึดถือเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อ ค่านิยม นั่นก็คือวัฒนธรรมองค์กร (พรรัตน์ รัตนศิริวงศ์ พยาบาลวิชาชีพ 7 ศูนย์บำบัดรักษายาเสพติดสงขลา)

วัฒนธรรมองค์การมีความเชื่อมโยงกับผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน หมายความว่าวัฒนธรรม องค์การอาจจะมีส่วนส่งเสริมให้เกิดผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน (สุดารัตน์ โยธาบริบาล วารสารวิทยบริการ ปีที ๒๒ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๔)

ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร (วุฒิชัย สังขรัตน์ (2555, น. 13) อ้างถึงใน ชิดชนก แตงอ่อน, 2557)

องค์กรสมัยใหม่นิยมแสดงค่านิยมขององค์กรไว้ในวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร ทำให้สามารถรับรู้รับทราบค่านิยมขององค์กรได้ชัดเจนขึ้น จึงแบ่งลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร ดังนี้

1. วัฒนธรรมเด่น (Dominant Culture) เป็นวัฒนธรรมหลักของคนในองค์กรโดยรวม เห็นได้จากค่านิยมหลักขององค์กรนั้นๆ วัฒนธรรมประเภทนี้ จะเป็นวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ที่รับรู้และยอมรับและเข้าใจร่วมกัน

2. วัฒนธรรมย่อย (Subculture) จะเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มงาน หรือแผนกงาน ซึ่งในองค์กรหนึ่งๆ ที่มีหลายกลุ่มงานหรือหลายแผนกงานก็มีวัฒนธรรมย่อยๆ หลายแบบก็ได้

3. วัฒนธรรมเข้มแข็ง (Strong Culture) หมายถึงวัฒนธรรมที่มีน้ำหนักมาก คนเห็นพ้องต้องกันและยอมรับมากจึงเปลี่ยนแปลงยาก วัฒนธรรมที่เข้มแข็งจะมีผลต่อการควบคุมพฤติกรรมได้มาก และทำให้สมาชิกในองค์กรมีแรงยึดเหนี่ยวกันสูง มีความจงรักภักดีและผูกพันองค์กรมาก

4. วัฒนธรรมที่อ่อนแอ (Weak Culture) จะเป็นวัฒนธรรมที่คนอาจจะไม่เห็นพ้องต้องกันมากและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย และไม่ค่อยมีน้ำหนักต่อสมาชิกเท่าไหร่ ซึ่งจะปรากฏในองค์กรที่พึ่งก่อตั้งหรือองค์กรที่มีอายุไม่ยาวนัก วัฒนธรรมจึงอาจยังไม่มีน้ำหนักต่อสมาชิกมากเท่าใดนัก

ชิดชนก แตงอ่อน (2557) กล่าวว่า ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการประพฤติปฏิบัติร่วมของคนในองค์กร หากผู้บริหารทำความเข้าใจในลักษณะวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในองค์กร จะสามารถวางแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

รูปแบบวัฒนธรรมองค์กร โดยทั่วไปแบ่งเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ (สมยศ นาวีการ, (2541) อ้างถึงใน พรรัตน์ รัตนศิริวงศ์)

1. วัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมอยู่ที่ผู้นำที่มีบารมี หรือผู้ก่อตั้งองค์กรและเป็นค่านิยมที่มุ่งหน้าที่ คือ การสร้างคุณค่าแก่ผู้ใช้บริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ซึ่งวัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการอาจจะไม่มั่นคงและเสี่ยงภัยเพราะเป็นวัฒนธรรมที่ขึ้นอยู่กับผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว

2. วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ (Strategic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมที่มุ่งหน้าที่และได้กลายเป็นขนบธรรมเนียมและเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเพณีขององค์กร เป็นค่านิยมที่มั่นคงและมุ่งภายนอกระยะยาว

3. วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง (Chauvinistic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งภายในความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์กรอย่างตาบอด และการให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศของสถาบัน วัฒนธรรมองค์การรูปแบบนี้อาจแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางพิธีศาสนาหลายอย่าง ความจงรักภักดีและความผูกพันต่อค่านิยมของผู้นำบารมีอย่างเข้มแข็งและการมุ่งภายใน มุ่งพวกเรา และมุ่งพวกเขา จะกระตุ้นความพยายามให้มุ่งที่การรักษาความเป็นเลิศของสถาบันเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย

4. วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร (Exclusive Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร ในฐานะที่คล้ายคลึงกับสโมสรที่เลือกสรรสมาชิก ซึ่งภายในสถานการณ์บางอย่างการเลือกสรรจะเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ซึ่งองค์การจะทุ่มเทอย่างหนักเพื่อที่จะสร้างภาพพจน์ของความเหนือกว่าและการเลือกสรรขึ้นมา

หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์การมีหน้าที่ 3 ประการคือ (Gutknecht (1982), กริช, 2538 อ้างถึงใน วสุนธรา รตโนภาส และคณะ) กล่าวไว้ว่า

1. เป็นเกณฑ์ในการสร้างกฎ ข้อบังคับ วัฒนธรรมช่วยสร้างให้สมาชิกมีกฎทางสังคมในการตีความหรือแสดงพฤติกรรมในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้อง

2. เป็นสิ่งกระตุ้นวัฒนธรรมช่วยให้สมาชิกมีศรัทธา เป็นแรงจูงใจให้แต่ละคนปรับลักษณะเฉพาะของตนให้มีบทบาท ค่านิยม ฯลฯ ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การ

3. เป็นเครื่องมือผนึกกำลังวัฒนธรรมช่วยให้สมาชิกผสมผสานติดต่อสมาคมกันและร่วมมือกัน ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมาย

ส่วนความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร ตามแนวคิดของ บุญคลี ปลั่งศิริ(2548) สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. วัฒนธรรมองค์กรเป็นเครื่องมือด้านการบริหารและการพัฒนาองค์กรชนิดหนึ่งที่ถือว่าเป็นเครื่องมือระดับสุดยอดในการพัฒนาองค์กร ด้วยวัฒนธรรมองค์กรเป็นกรอบวิธีการปฏิบัติของ คนในองค์กรนั้น ๆ นอกเหนือจากกฎระเบียบ ข้อบังคับที่มีอยู่

2. วัฒนธรรมองค์กรเป็นที่ยึดถือและเป็นที่ยอมรับขององค์กรนั้น ๆ ด้วยเพราะวัฒนธรรมองค์กรมักจะไม่มีการเขียนไว้เป็นตัวบทที่ชัดเจน เช่น กฎระเบียบขององค์กร

3. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนในองค์กร

4. วัฒนธรรมองค์กรสะท้อนให้เห็นกระบวนการคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมของคนในองค์กร

5. วัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร ด้วยเพราะหากองค์กรใดมีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งและไม่ยืดหยุ่น จะทำให้การทำงานของสมาชิกในองค์กรมีอุปสรรค

6. วัฒนธรรมองค์กรสามารถใช้เป็นตัวกำหนดทิศทางขององค์กรมากกว่าที่จะใช้เป็นกฎระเบียบข้อบังคับ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ความหมายคำว่า “การรับรู้”

เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวในการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารทัศนคติและความคาดหวัง

ของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับสารการจัดการสารเข้าด้วยกันและการตีความที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างรอบตัวต่างกัน ดังนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน (เมตตา กฤตวิทย์และคณะ, 2530, หน้า 69 อ้างถึงในสุรพงศ์ แสงสำลี (2545)

การรับรู้ คือ กระบวนการ ที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือกการประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมา ให้ความหมาย และได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา (Schiffman & Kanuk, นิตยา สุภาภรณ์, 2552 อ้างถึงใน กันต์สุดา โกญจนาท , 2558)

Peter Drucker กล่าวว่า การรับรู้ คือ ความจริง (Reality) ของสิ่งนั้น หมายความว่า ความจริงของสิ่งต่างๆ คือ การรับรู้ต่อสิ่งนั้นๆ นั่นเอง ไม่มีใครรู้ว่าตัวตนจริงๆ ของสิ่งนั้นเป็นอย่างไร แต่รับรู้ว่าสิ่งนั้นคืออะไร การรับรู้จึงเป็นความจริง ของสิ่งนั้น (นายประเสริฐ พันธุ์เรืองสกาว , 2556)

ประเสริฐ พันธุ์เรืองสกาว (2556) ได้กล่าวถึง กระบวนการรับรู้ (Perception Process) เป็นกระบวนการทางความคิด (Cognitive process) ที่ประกอบด้วย สิ่งเร้า (stimuli) ซึ่งอยู่ในสิ่งแวดล้อมของการดำเนินชีวิต กระบวนการรับรู้ (Perception Process) ซึ่งประกอบด้วย การสังเกต เลือก และการแปลความหมาย และก่อให้เกิดการ ตอบสนอง (Response) โดยมีทัศนคติ ความรู้สึก แรงจูงใจ พฤติกรรม

การเลือกรับรู้ (Perceptual selection) เมื่อบุคคลเปิดรับต่อสิ่งเร้าและตั้งใจรับต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบแล้ว บุคคลจะเลือกสรรเฉพาะสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการ และทัศนคติของตนเท่านั้น ในแต่ละกรณีดังกล่าว บุคคลจะเลือกเปิดรับต่อสิ่งเร้าโดยอาศัยพื้นฐานทางจิตวิทยาของตนเองเป็นหลัก และด้วยเหตุที่สิ่งเร้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่มากมายหลายรูปแบบ กระบวนการเลือกรับรู้จึงแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเปิดรับ การตั้งใจรับและการ เลือกรับรู้รายละเอียด

1.การเปิดรับ (Exposure)

การเปิดรับเกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสของบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าทำให้เกิด ความรู้สึก เช่น การได้เห็น การได้ยิน การได้ฟัง และการได้กลิ่น เป็นต้นการเปิดรับอาจเกิดขึ้น หรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้นหรือไม่บุคคลจะเลือกเฉพาะสิ่ง เร้าที่สนใจและจะหลีกเลี่ยงไม่เผชิญกับสิ่งเร้าที่ไม่สำคัญและไม่น่าสนใจ

2. การตั้งใจรับ (Attention)

การตั้งใจรับเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจะแบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะอันเป็นกิจกรรมทางจิตใจ (Mental activity)

3. การเลือกรับรู้ (Selective perception)

บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่มากระทบจะไม่รับรู้ทุกอย่างเนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีความต้องการ ทัศนคติ ประสบการณ์และคุณลักษณะส่วนบุคคลต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน การเลือกรับรู้ หมายความว่า บุคคล2 คน อาจรับรู้โฆษณาแตกต่างกันคนหนึ่งอาจเชื่อตามที่กล่าวอ้าง แต่อีกคนหนึ่งอาจพิจารณาคำกล่าวอ้างนั้นว่าไม่เป็นความจริง

การเลือกรับรู้ของบุคคล เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนในกระบวนการรับรู้นั่นคือ การเลือกเปิดรับ (selective exposure) เกิดขึ้นเพราะความเชื่อของบุคคลเป็นตัวชักจูงให้บุคคลเลือกสิ่งที่จะฟังหรือ สิ่งที่จะอ่าน การเลือกจัดองค์ประกอบ (selective organization) เกิดขึ้น เพราะบุคคลจัดข้อมูล สอดคล้องตามความเชื่อของเขารวมทั้ง

การเลือกแปลความหมาย (selective interpretation) เกิดขึ้น เพื่อว่าสิ่งที่รับรู้มานั้นจะได้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติจองตนที่มีอยู่เดิม

การจัดองค์ประกอบการรับรู้ (Perceptual Organization) การจัดองค์ประกอบการรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลจัดข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันให้ เป็นระเบียบเพื่อให้มีความหมายที่เข้าใจได้มากขึ้นและเพื่อให้สามารถแสดงพฤติกรรมตอบสนอง ได้ถูกต้อง

หลักพื้นฐานของการจัดองค์ประกอบการรับรู้คือ “การรวมกลุ่ม” (integration) ซึ่งหมายความว่า บุคคลรับรู้สิ่งเร้าในลักษณะเป็นภาพรวม (an organized whole) ไม่ได้มองสิ่งเร้าแต่ละส่วนที่แยกกันการมองเป็นภาพรวมจะช่วยให้การประมวลข้อมูลเพื่อให้เข้าใจความหมายได้ง่าย เข้าซึ่งสอดคล้องตามหลักจิตวิทยาของเกสตัลท์ (Gestale psychology) ที่กล่าวไว้ว่า "ส่วนรวมมีความสำคัญมากกว่าส่วนย่อยรวมกัน" (The whole is greater than the sum of the parts)

คำว่า“Gestalt” เป็นภาษาเยอรมันซึ่งหมายถึงองค์ประกอบที่รวมกันทั้งหมด หรือรูปแบบรวม (Total configuration or whole pattern) ทฤษฎีของเกสตัลท์ที่เกี่ยวกับการรวมกลุ่มเพื่อการรับรู้ที่สำคัญได้แก่ หลักการเติมส่วนที่ขาดให้สมบูรณ์ หลักการจัดกลุ่ม และหลักองค์ประกอบรอบข้าง ดังนี้

หลักการเติมส่วนขาดให้สมบูรณ์ (Principle of closure)

หมายถึงบุคคลมีแนวโน้มรับรู้ภาพที่ไม่สมบูรณ์ให้เป็นภาพที่สมบูรณ์ เช่นการเติมคำในช่องว่างโดยอาศัยความรู้และประสบการณ์มาก่อนด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงอธิบายได้ว่า ทำไมเราจึงสามารถอ่านข่าวสารต่างๆ ที่ไม่สมบูรณ์เข้าใจได้ทั้งๆ ที่ขาดตัวอักษรหลายคำการนำหลักข้อนี้ไปประยุกต์ให้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อช่วยกระตุ้นให้บุคคลสนใจข่าวสารมากยิ่งขึ้น

หลักการจัดกลุ่ม (Principle of grouping)

บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นชุดหรือเป็นกลุ่มมากกว่าที่จะรับรู้เป็นหน่วยย่อยๆ ที่แยกกันอยู่การรวมข้อมูลเข้าด้วยกันหรือเป็นกลุ่ม (Chunking or Grouping information) จะช่วยให้บุคคลสามารถประเมินผลิตภัณฑ์ตราหนึ่งเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อีกตราหนึ่งได้หลักจิตวิทยาของเกสตัลท์ที่เกี่ยวกับการจัดกลุ่มที่สำคัญได้แก่ ความใกล้ชิดความคล้ายคลึง และความต่อเนื่อง

หลักองค์ประกอบรอบข้าง (Principle of context)

บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้วัตถุตามลักษณะขององค์ประกอบรอบข้างที่วัตถุนั้นแสดงให้เห็นการจัดวางชิ้นโฆษณาในสื่อที่มีลักษณะเด่นด้อยกว่ากันจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ต่างกันด้วย จากการศึกษาพบว่าชิ้นโฆษณาอย่างเดียวกันลงในโฆษณานิตยสารที่มีชื่อเสียงกว่าจะ ได้รับความเชื่อถือมากกว่าลงในนิตยสารที่มีชื่อเสียงด้อยกว่าซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบรอบ ข้างของสื่อ (media context) มีอิทธิพลต่อการรับรู้โฆษณาโดยตรง

การแปลความหมายการรับรู้ (Perceptual Interpretation)

สำหรับหลักที่สำคัญที่สุดขององค์ประกอบรอบข้างคือ “หลักภาพหลักกับพื้นภาพ” (figure ground principle) นักจิตวิทยาเกสตัลท์กล่าวว่า ในการจัดสิ่งเร้าให้เป็นภาพรวมบุคคลจะแยกความแตกต่างของส่วนที่เด่นมากกว่าเป็นภาพหลักซึ่งเป็นภาพปรากฏอยู่ส่วนหน้า (foreground) ส่วนสิ่ง เร้าที่มีส่วนเด่นน้อยกว่าเป็นภาพพื้นซึ่งปรากฏอยู่ส่วนหลัง

การแปลความหมาย หมายถึงกระบวนการที่บุคคลทำความเข้าใจว่าสิ่งเร้าที่รับเข้ามาคือ อะไรในการแปลความหมายนั้นบุคคลจะอาศัยข้อมูลความรู้และประสบการณ์ที่เก็บสะสมไว้ใน อดีตที่เกี่ยวที่เกี่ยวข้องในหน่วยเก็บความทรงจำมาใช้เพื่อแปลความหมายออกมาว่าสิ่งที่รับรู้เข้ามานั้น “ควรจะเป็นอะไร” ความโน้มเอียง

หรือความมีอคติส่วนบุคคลก็มีส่วนทำให้ผู้บริโภคแปล ความหมายผิดเพี้ยนไปไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารก็อาจเป็นได้ซึ่งสร้างความปวดหัวให้อย่างมากเพราะบ่อยครั้งตามที่กล่าวมาแล้วบุคคล 2 คนจะแปลความหมายสิ่งเร้าเดียวกันแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงและยิ่งไปกว่านั้นในการดำเนินงานการตลาด (ข้ามชาติ) ต่างวัฒนธรรม (cross-cultural marketing) จะต้องคำนึงความแตกต่างของการรับรู้และความเชื่อของแต่ละชาติ แต่ละวัฒนธรรมให้มากตัวอย่างเช่น สีจะมีความหมายแตกต่างกันแต่ละชาติ ดอกไม้สีเหลืองเป็นเครื่องหมายของความตายในประเทศเม็กซิโก แต่หมายถึง ความไม่ซื่อสัตย์ (คู่สมรสที่นอกใจ) ในประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วบุคคลมีวิธีการ 2 วิธี ที่จะช่วยให้การแปลความหมายการรับรู้ กระทำได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ การแยกประเภทการรับรู้กับการแปลความหมาย การรับรู้โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ รายละเอียดมีดังนี้

1. การแยกประเภทการรับรู้ (Perceptual categorization)

เป็นการจัดจำแนกข้อมูลเข้าหมวดหมู่อย่างมีเหตุผลเพื่อให้บุคคลนำมาใช้กลั่นกรองข้อความที่เคยผ่านการรับรู้มาแล้วได้รวดเร็วยิ่งขึ้นนอกจากนั้นการจัดประเภทข้อมูลยังช่วยให้บุคคล สามารถจัดข้อมูลใหม่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

2. การแปลความหมายการรับรู้โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Perceptual inferences)

เป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้า 2 อย่างอันเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ผ่านมาโดยไม่ต้องประเมินใหม่ โดยอาศัยความเชื่อหรือประสบการณ์เดิมมาเป็นเกณฑ์ตัดสินเพื่อลงความเห็น

กระบวนการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่สร้างประสบการณและการเรียนรู้ที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันและมีอิทธิพลนำไปสู่การกระทำ หรือพฤติกรรมตาง ๆ ของบุคคล กระบวนการรับรู้ มีขั้นตอนตาง ๆ ดังนี้ (จำเนียร ชวงโชติ (2532, หนา 71-72) อ้างถึงใน สุริโย ชัยโสภา 2549)

1) อาการสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะรับสัมผัสรับสิ่งเร้า หรือสิ่งเร้าผ่านเขามา กระทบกับอวัยวะรับสัมผัสตาง ๆ เพื่อให้คนเรารับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว 2) การแปลความหมายจากอาการสัมผัสสวนสำคัญที่จะชวยทำใหการแปล ความหมายดีหรือถูกตองเพียงใดนั้น ตองอาศัย (1) สติปัญญา หรือความเฉลียวฉลาด (2) การสังเกตพิจารณา (3) ความสนใจและความตั้งใจ (4) คุณภาพของจิตใจขณะนั้น

การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับวัฒนธรรมองค์กร เพราะวัฒนธรรมองค์กร คือ พฤติกรรมที่ เกิดจากการรับรู้ของบุคคลที่มีความสำคัญมากกว่าข้อเท็จจริง ถึงแม้ว่าการรับรู้จะได้รับอิทธิพลจาก การรับรู้ข้อเท็จจริง แต่บุคคลอาจมองสิ่งเดียวกันแต่มีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้ ดังนั้น การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลจัดระเบียบและตีความความรู้สึกของตนเองเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การรับรู้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีพลังงานมา กระตุ้นอวัยวะความรู้สึก ซึ่งเรียกว่า พลังงานที่ส่งเข้า (Input) การสนองตอบผลที่ออกมา (Output) ระบบการรับรู้จึงมีการทำงานอยู่ 2 ประการ (รัจรี นพเกตุ, 2549 อ้างถึงใน บุญพร ศิริรัตนะ, 2554) คือ

1. จะต้องมีความฉับไวต่อพลังงานที่ส่งเข้ามา

2. จะต้องสามารถตอบโต้หรือส่งผลออก เมื่อมีพลังงานส่งเข้ามา การที่เราสามารถนำหลักการรับรู้มาสร้างเครื่องจักรกลซึ่งเป็นผลผลิตทางวิทยาศาสตร์ได้ แสดงว่า เราสามารถศึกษาการ รับรู้ได้ในเชิงวิทยาศาสตร์เช่นกัน

นอกจากนี้การรับรู้ที่แตกต่างกันของบุคคลยังเกิดจาก ผู้รับรู้ ความมุ่งหมาย และสถานการณ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548 อ้างถึงใน บุญพร ศิริรัตนะ, 2554) ดังนี้

1. ผู้รับรู้ (The perceiver) เมื่อบุคคลมองดูเป้าหมายและพยายามที่จะตีความหมายถึงสิ่งที่เขามองว่าคืออะไร การตีความนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ สิ่งที่เกี่ยวเนื่อง อย่างมากกับการรับรู้ได้แก่ ทัศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ในอดีต และความคาดหวัง โดยมี รายละเอียดดังนี้

1.1 ทัศนคติ (Attitudes) คือ แนวโน้มของบุคคลที่จะเข้าใจ (Cognitive) รู้สึก (Feel หรือ Effect) และแสดงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

1.2 เหตุจูงใจ (Motives) แรงจูงใจภายในบุคคลที่กระตุ้นความต้องการที่เป็นที่พอใจหรือ ความต้องการที่ไม่เป็นที่พอใจ จากพฤติกรรมบุคคลและอาจมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้

1.3 ความสนใจ (Interest) เป็นความสนใจของผู้รับรู้ในเรืองใดเรืองหนึ่ง เช่น คนที่ชอบ เล่นกีฬา เมื่อมีเวลาว่างก็จะใช้เวลาในการเล่นกีฬา เป็นต้น

1.4 ประสบการณ์ในอดีต (Past experiences) คนเรารับรู้สิ่งต่างๆ จากการที่เรามีส่วน เกี่ยวข้องด้วย ก่อให้เกิดเป็นลักษณะนิสัย เป็นพื้นฐานในการคิดต่างๆ

1.5 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือพฤติกรรมซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ เช่น เรามีความคาดหวังว่าลูกต้องเก่ง ขยัน แต่ในความเป็นจริงอาจตรงกันข้ามกับที่เราคาดหวังก็เป็นได้

2. ความมุ่งหมายหรือเป้าหมาย (Target) เป้าหมายคือสิ่งที่ถูกสังเกตว่าเป็นที่ยอมรับและรับรู้ คนที่เสียงดังมักจะถูกสังเกตมากกว่าคนเงียบ เช่นเดียวกับคนที่น่าประทับใจอย่างมากก็จะถูก สังเกตมากกว่าคนที่ไม่น่าประทับใจ ลักษณะของเป้าหมาย ประกอบด้วย ความใหม่ ความ เคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลัง และความใกล้เคียง ซึ่งสามารถสร้างภาพของเป้าหมายตามที่เรา เห็น เช่น ภาพขนาดใหญ่ย่อมมองเห็นได้ชัดกว่าภาพขนาดเล็ก เป้าหมายไม่สามารถถูกมองใน ลักษณะเดี่ยว ๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีแนวโน้มที่จะ ทำให้เกิดการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ใกล้เคียงกันและคล้ายกันเข้าด้วยกัน

3. ลักษณะสถานการณ์ (Situation) เป็นสิ่งที่เรามองเห็นหรือเหตุการณ์ รอบสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้

การรับรู้จึงเป็นกระบวนการจัดระบบและให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินและการแสดงออก โดยพบว่า การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ จะได้รับผลกระทบจากทั้งปัจจัยภายในบุคคล เช่น ความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น ปัจจัยด้านสถานการณ์ เช่น เวลา สถานที่ในขณะที่มีการรับรู้ เป็นต้น

2.3 แนวคิดมุมมองเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัณรส มาลากุล ณ อยุธยา เสนอมุมมองการพัฒนาระบบราชการไทย การพัฒนาองค์การและการสร้างองค์การที่เรียนรู้ ในวารสารสถาบันพระปกเกล้า ปี 2546 เล่มที่ 2 ความว่า ในโลกยุค โลกาภิวัตน์ ประเทศจะต้องปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก และระบบราชการซึ่งเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของประเทศ ก็จะต้องมีการปฏิรูปเพื่อให้สามารถบริหารประเทศให้อยู่รอดและเจริญก้าวหน้าไปได้ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ทำให้โลกก้าวสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งทำให้ประเทศต่างๆ ต้องรับผลกระทบจากกระแสสำคัญ เช่น เศรษฐกิจเสรีไร้พรมแดน (Global Market Economy) สังคมบนฐานแห่งความรู้ (Knowledge-based Society) และ กระแสประชาธิปไตยและธรรมาภิบาล (Democratic Governance) ประเทศที่เรียนรู้ปรับตัวได้ทันโลกก็จะอยู่รอดและก้าวหน้าไปได้ในโลกของการแข่งขัน ส่วนประเทศที่ไม่สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้ทันกับโลกยุคโลกาภิวัตน์นี้ได้ ก็จะประสบปัญหาต่างๆ มากมาย ในการปรับเปลี่ยนระบบบริหารภาครัฐของไทยเพื่อรองรับกระแสโลกาภิวัตน์ เริ่มปรากฏเป็นรูปธรรมเมื่อได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน เมื่อเดือนตุลาคม 2545 ทำให้มีการปรับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการใหม่จาก 14 กระทรวง 1 ทบวง มาเป็น 20 กระทรวง และได้มีการกำหนดให้มีคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) โดยให้มีสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน

ก.พ.ร.) เป็นหน่วยงานขับเคลื่อนการปฏิรูประบบราชการ โดยการปฏิรูประบบราชการในยุคนี้จึงเรียกว่า “การพัฒนาระบบราชการ” เครื่องมือที่สำคัญคือ

1. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2550)

2. พระราชกฤษฎีกา ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ซึ่งออกตามมาตรา 3/1 และมาตรา 71/10(5) แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545

3. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการมอบอำนาจ พ.ศ. 2546

4. โครงการพัฒนาผู้นำการบริหารการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Action Learning Program) เพื่อพัฒนาผู้ว่าราชการจังหวัดและผู้บริหารของกระทรวงนำร่องในการบริหารการเปลี่ยนแปลงตามหลักการและแนวทางในการพัฒนาระบบราชการ

จุดมุ่งหมายของการพัฒนาระบบราชการในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2550) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า พัฒนาระบบราชการไทยให้มีความเป็นเลิศ สามารถรองรับกับการพัฒนาประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ โดยยึดหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และประโยชน์สุขของประชาช น โดยสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนในการพัฒนาระบบราชการ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ไว้ 7 ประการคือ

1. การปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงาน คือ การปรับเปลี่ยน ยุทธศาสตร์ (Strategy) ในการดำเนินงานให้เหมาะกับภาวะที่ต้องมีงานมากขึ้น แต่มีเงินและคนน้อยลง

2. การปรับปรุงโครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดิน คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้าง (Structure) มุ่งเน้นการจัดโครงสร้างโดยเชื่อมโยง “หน้าที่” (Function Departmentalization) คือ กระทรวง ทบวง กรม กับ “พื้นที่” (Regional Departmentalization) ซึ่งหมายถึงจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ในลักษณะเมตริกซ์ (Matrix) โดยให้ยึดจุดเน้นตามนโยบายของรัฐบาล ที่เรียกว่า “Agenda”คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้าง (Structure)

3. การรื้อปรับระบบการเงินและการงบประมาณ เป็นการนำเอาระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance-based Budgeting System) มาใช้โดยการกำหนดให้มีการทำคำรับรองผลการปฏิบัติราชการที่มีตัวชี้วัดผลงานอย่างชัดเจน และจัดสรรงบประมาณไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และให้ส่วนราชการได้มีอิสระในการบริหารจัดการโดยไม่ติดยึดกับกฎระเบียบต่างๆ จนมากเกินไป

4. การสร้างระบบบริหารงานบุคคลและค่าตอบแทนใหม่ คือการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานบุคคลเพื่อให้สามารถจัดการทรัพยากรบุคคล (Staff) ให้มีขีดสมรรถนะ และทักษะความสามารถ (Skill)

5. การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยม เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาระบบราชการ ซึ่งหากพิจารณาจากกรอบแนวคิด 7 S ก็คือ การปรับค่านิยมร่วม (Shared Values) ของระบบราชการ

6. การเสริมสร้างระบบราชการให้ทันสมัย โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและความทันสมัย

7. การเปิดระบบราชการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เป็นการปรับเปลี่ยนแบบแผนพฤติกรรม (Style) ในการปฏิบัติราชการ

บทที่ 3
วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย ซึ่งเป็นการศึกษาโดยวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรทุกคนในสังกัดกรมอนามัย ปฏิบัติงานจริง ณ หน่วยงานส่วนกลางและหน่วยงานส่วนกลางของกรมอนามัยที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ พนักงานกระทรวงสาธารณสุขและลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 3,597 คน โดยผู้ศึกษาได้นำกลุ่มประชากรดังกล่าว มาวิเคราะห์จำแนกหน่วยงานตามกลุ่มภารกิจ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) ภารกิจอำนวยการ ได้แก่ กลุ่มตรวจสอบภายใน กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานเลขานุการกรม กองการเจ้าหน้าที่ กองคลัง กองแผนงาน ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข

2) ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ สำนักทันตสาธารณสุข สำนักโภชนาการ สำนักส่งเสริมสุขภาพ สำนักโภชนาการ

3) ภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กองประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ

4) ภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ได้แก่ ศูนย์อนามัยที่ 1 - 12

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของบุคลากรกรมอนามัยจำแนกตามประเภท

ลำดับ	ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ข้าราชการ	1,865	51.85
2	ลูกจ้างประจำ	774	21.52
3	พนักงานราชการ	458	12.73
4	พนักงานกระทรวงสาธารณสุข	494	13.73
5	ลูกจ้างชั่วคราว	6	0.17
	รวม	3,597	100.00

ข้อมูล ณ วันที่ 8 กรกฎาคม 2557

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของบุคลากรกรมอนามัยจำแนกเป็นรายหน่วยงานและกลุ่มภารกิจ

ลำดับ	หน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	ภารกิจอำนวยการ		
1	กลุ่มตรวจสอบภายใน	19	0.53
2	กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	12	0.33
3	ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข	28	0.78
4	สำนักงานเลขานุการกรม	55	1.53
5	กองการเจ้าหน้าที่	73	2.03
6	กองคลัง	64	1.78
7	กองแผนงาน	37	1.03
8	สำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง	11	0.31
9	สำนักความร่วมมือระหว่างประเทศ	5	0.41
10	สำนักสร้างและการจัดการความรู้	14	0.39
	ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ		
11	กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	44	1.22
12	สำนักทันตสาธารณสุข	87	2.42
13	สำนักโภชนาการ	57	1.59
14	สำนักส่งเสริมสุขภาพ	194	5.39
15	สำนักอนามัยการเจริญพันธุ์	91	2.53
	ภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม		
16	กองประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ	52	1.45
17	สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ	44	1.22
18	สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม	71	1.97
19	ศูนย์ห้องปฏิบัติการกรมอนามัย	24	0.67
	ภารกิจด้านบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่		
20	กลุ่มพัฒนาความร่วมมือฯ จ.เชียงใหม่	24	0.67
21	ศูนย์พัฒนาอนามัยพื้นที่สูง จ.ลำปาง	46	1.28
22	ศูนย์อนามัยที่ 1 กรุงเทพฯ	281	7.81
23	ศูนย์อนามัยที่ 2 สระบุรี	92	2.56
24	ศูนย์อนามัยที่ 3 ชลบุรี	107	2.98
25	ศูนย์อนามัยที่ 4 ราชบุรี	267	7.42
26	ศูนย์อนามัยที่ 5 นครราชสีมา	172	4.78
27	ศูนย์อนามัยที่ 6 ขอนแก่น	328	9.12
28	ศูนย์อนามัยที่ 7 อุบลราชธานี	148	4.11
29	ศูนย์อนามัยที่ 8 นครสวรรค์	331	9.20
30	ศูนย์อนามัยที่ 9 พิษณุโลก	114	3.17
31	ศูนย์อนามัยที่ 10 เชียงใหม่	289	8.03
32	ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช	162	4.50

ลำดับ	หน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
33	ศูนย์อนามัยที่ 12 ยะลา	249	6.92

แหล่งข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 และจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ บทความ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากผลการตอบแบบสอบถามของผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 และการสืบค้นและวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) สถิติที่ใช้ในการศึกษาคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

โดยในแบบสอบถามของผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในปี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การรับรู้วัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 ความเข้าใจวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 การพัฒนาวัฒนธรรม

ซึ่งผู้ศึกษาได้พิจารณาคัดเลือกประเด็นเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบหาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย ตามตัวแปรอิสระคือหน่วยงานตามกลุ่มภารกิจ จากผลการตอบแบบสอบถาม 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 2 : จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ 1. ช่องทางการรับทราบวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 2. ช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) ที่มีความเหมาะสม

ส่วนที่ 3 : จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ 1. ความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 2. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 3. ช่องทางการรับทราบความหมายของวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 4. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) เกี่ยวกับการตรวจสอบความถูกต้องและโปร่งใสของการดำเนินงานที่ผ่านมา 5. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการนำวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง

บทที่ 4
ผลการศึกษา/ อภิปรายผล/ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.1 ผลการศึกษา

จากการศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย ตามตัวแปรอิสระคือหน่วยงานตามกลุ่มภารกิจ 4 กลุ่มภารกิจ โดยคัดเลือกประเด็นข้อคำถามจากผลการตอบแบบสอบถาม 2 ส่วน เพื่อนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติม ดังนี้

ส่วนที่ 2 : จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่

1. ช่องทางการรับทราบวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH)
2. ช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ที่มีความเหมาะสม

ส่วนที่ 3 : จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่

1. ความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH)
2. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH)
3. ช่องทางการรับทราบความหมายของวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH)
4. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) เกี่ยวกับการตรวจสอบความถูกต้องและโปร่งใสของการดำเนินงานที่ผ่านมา
5. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการนำวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง

ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ตอบแบบประเมินว่ารับรู้ว่ากรมอนามัยมีการประกาศวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ร้อยละ 80.00 ขึ้นไป สำหรับภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ มีเพียง 4 หน่วยงาน ที่มีผลการตอบแบบประเมินเรื่องการรับรู้ น้อยกว่าร้อยละ 80.00 โดยพบว่าหน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพและภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ตอบแบบประเมินเรื่องช่องทางการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร สูงสุด 3 ลำดับ ได้แก่ 1) โปสเตอร์/เอกสาร/แผ่นพับ 2) Website ของกรมอนามัย 3)หนังสือเวียน ตามลำดับ สำหรับภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ พบว่า ช่องทางรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรจากผู้บังคับบัญชา

สำหรับประเด็นเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) วัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ที่มีความเหมาะสม พบว่า ร้อยละ 96.97 ของหน่วยงานทั้ง 4 กลุ่มภารกิจ มีผลการตอบแบบประเมินประเด็นช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดคือ การประกาศของผู้บริหารระดับสูง ประเด็นเรื่องการประเมินความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) พบว่า บุคลากรหน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม เข้าใจว่าประเด็นที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร คือการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกรมอนามัยเป็นอันดับสูงสุด และการบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจกรมอนามัยเป็นอันดับรองลงมา โดยหน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ เข้าใจว่าประเด็นที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร คือการบรรลุผลสำเร็จของงาน เป็นอันดับสูงสุด

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) พบว่า ในวัฒนธรรมแต่ละเรื่องนั้น ความคิดเห็นของแต่ละกลุ่ม

ภารกิจไม่แตกต่างกันมากนัก ยกเว้น เรื่อง (T: Trust) บุคลากรกรมอนามัยมีลักษณะในการดำเนินงานในแบบเคารพสิทธิซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น ดังนั้น จึงดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่าหน่วยงานในกลุ่มภารกิจใดที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน พบว่า หน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ มีความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (HEALTH) ในเรื่อง บุคลากรของกรมอนามัยมีลักษณะในการดำเนินงานในแบบเคารพสิทธิซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น (T: Trust) สูงกว่าหน่วยงานสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (ตาราง 4)

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ความแตกต่างของความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย

องค์ประกอบ		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Health Model	ระหว่างกลุ่ม	.152	3	.051	1.166	.340
	ภายในกลุ่ม	1.263	29	.044		
	รวม	1.416	32			
Ethics	ระหว่างกลุ่ม	.270	3	.090	2.525	.077
	ภายในกลุ่ม	1.034	29	.036		
	รวม	1.305	32			
Achievement	ระหว่างกลุ่ม	.315	3	.105	2.128	.118
	ภายในกลุ่ม	1.430	29	.049		
	รวม	1.745	32			
Learning	ระหว่างกลุ่ม	.335	3	.112	2.367	.091
	ภายในกลุ่ม	1.369	29	.047		
	รวม	1.704	32			
Trust	ระหว่างกลุ่ม	.729	3	.243	6.769	.001
	ภายในกลุ่ม	1.041	29	.036		
	รวม	1.769	32			
Harmony	ระหว่างกลุ่ม	.348	3	.116	2.104	.121
	ภายในกลุ่ม	1.599	29	.055		
	รวม	1.947	32			

ตาราง 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบหน่วยงานระหว่างกลุ่มภารกิจใดที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe

กลุ่มภารกิจ		สนับสนุน	ส่งเสริมสุขภาพ	อนามัยสิ่งแวดล้อม	บริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่
	ค่าเฉลี่ย	**3.21**	**3.36**	**3.25**	**3.54**
สนับสนุน	3.21	-	-.15700 (.524)	-.04000 (.988)	-.33286* (.003)
ส่งเสริมสุขภาพ	3.36		-	.11700 (.838)	-.17586 (.382)
อนามัยสิ่งแวดล้อม	3.25			-	-.29286 (.081)

* P<0.05

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละกลุ่มภารกิจสำหรับประเด็นเรื่องความเห็นของบุคลากรที่มีต่อความเข้าใจความหมายของวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ประเด็นเรื่องความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) เกี่ยวกับการตรวจสอบความถูกต้องและโปร่งใสของการดำเนินงานที่ผ่านมา และประเด็นเรื่องความเห็นของบุคลากรที่มีต่อการนำวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง พบว่าในแต่ละประเด็น ผลการเปรียบเทียบของแต่ละกลุ่มภารกิจไม่ต่างกัน

4.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย

โดยจำแนกตาม 4 กลุ่มภารกิจครั้งนี้ มีประเด็นข้อสังเกตที่น่าสนใจ ดังนี้

4.2.1 ประเด็นเรื่องช่องทางการรับทราบวัฒนธรรมองค์กร พบว่าหน่วยงานกลุ่มภารกิจที่อยู่ในส่วนกลาง รับทราบผ่านช่องทาง โปสเตอร์/เอกสาร/แผ่นพับ มากที่สุด ส่วนกลุ่มภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ช่องทางที่รับทราบผ่านผู้บังคับบัญชา สรุปได้ว่า ช่องทางที่บุคลากรได้รับทราบเรื่องวัฒนธรรมองค์กรระหว่างกลุ่มภารกิจส่วนกลางและภูมิภาคมีความแตกต่างกัน เป็นการรับทราบและสื่อสารผ่านเอกสารและผ่านตัวบุคคล ผู้ศึกษาเห็นว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้บริหารในการบริหารงาน ควรที่จะให้มีการสื่อสารทั้งสองรูปแบบทั้งที่เป็นเอกสารและผู้บังคับบัญชา (Downward Communication) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เกิดความเข้าใจร่วมกัน และสร้างการมีส่วนร่วมภายในองค์กร นำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

4.2.2 ประเด็นเรื่องช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม พบว่า หน่วยงานทุกกลุ่มภารกิจมีความเห็นว่า การสื่อสารโดยการประกาศจากผู้บริหารระดับสูง เป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุด กล่าวโดยสรุปว่า บุคลากรให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมองค์กร และให้ความสำคัญต่อระดับผู้บริหาร ที่จะเป็นการแสดงบทบาทการนำองค์กร (Leadership) สอดคล้องกับ PMQA หมวด 1 เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานเรื่องวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลทำให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จร่วมกัน และสู่การเป็นองค์กรที่สมรรถนะสูง (HPO) ต่อไป

4.2.3 ประเด็นเรื่องการประเมินความเข้าใจต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร (HEALTH) ของบุคลากรหน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม พบว่า

การปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร จะนำไปสู่การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกรมอนามัย ส่วนกลุ่มภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ เห็นว่าหากมีการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร จะทำให้เกิดการบรรลุผลสำเร็จของงาน ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า บุคลากรกรมอนามัยส่วนกลางเห็นถึงการสร้างเอกลักษณ์ ความเป็นตัวตนของหน่วยงานสอดคล้องกับ Core Business Process ที่หน่วยงานวิชาการส่วนกลาง(สายบน) และ cluster เป็นฝ่ายออกแบบและผลิตสินค้า/บริการ ตามกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ (Production line) ที่จะต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์หน่วยงานอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน หน่วยงานกลุ่มภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ซึ่งจะต้องทำหน้าที่สร้างเครือข่ายในระดับพื้นที่เพื่อร่วมพัฒนาและสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ของกรมฯ จึงเล็งเห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ทั้งประเด็นการสร้างเอกลักษณ์และประเด็นการบรรลุผลสำเร็จของงาน กรมอนามัยควรมีการเสริมสร้างและสนับสนุนให้ขับเคลื่อนทั้งสองประเด็นไปพร้อมๆ กันได้ ตามหลักการ 8 ขั้นตอน กระบวนการเปลี่ยนแปลงของ John P. Kotter ที่กรมอนามัยเลือกใช้เพื่อให้องค์กรมีความสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง และจะทำให้การเปลี่ยนแปลงกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ที่บุคลากรมีความพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยน มีการพัฒนาไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นอยู่เสมอ (จากหนังสือรวมพลัง เปลี่ยนกรมอนามัย)

4.2.4 จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นแตกต่างกัน พบว่า บุคลากรของหน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (HEALTH) ในเรื่อง T: Trust (บุคลากรของกรมอนามัยมีลักษณะในการดำเนินงานในแบบเคารพสิทธิซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น) สูงกว่าหน่วยงานกลุ่มภารกิจอำนวยการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าจากผลการวิเคราะห์นี้สามารถแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของหน่วยงานภูมิภาคซึ่งทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ จึงให้ความสำคัญเรื่องการเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน การยอมรับฟังความคิดเห็นของของผู้รับบริการ/ประชาชน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กรมจึงควรส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความยั่งยืนในการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายมากยิ่งขึ้น

4.3 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

4.3.1 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร โดยควรให้มีการประเมินสภาพของวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอยู่ และประเมินความเหมาะสมหรือคุณค่าที่มีต่อองค์กร เพื่อให้เป็นไปในแนวทางที่เหมาะสม ทำให้การปฏิบัติราชการของหน่วยงานมีคุณภาพเป็นกรมอนามัย 4.0 ส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพ รวมทั้งทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

4.3.2 ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรภายใน ภาคีเครือข่ายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นเพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่ดี กรมอนามัยต้องสร้างความร่วมมือ (Collaboration) ทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึงความต้องการสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ (Assessment) มีวิธีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมาย ก่อให้เกิดการพัฒนาระยะยาวอย่างยั่งยืน

4.3.3 วัฒนธรรมองค์กรส่งต่อผลการปฏิบัติงาน (Job performance) หากกรมอนามัยผลักดันขับเคลื่อนจริงจังให้วัฒนธรรมองค์กรมีความเข้มแข็ง โดยไม่จำเป็นต้องดำเนินการพร้อมๆ กัน ทุกประเด็น แต่พิจารณาเลือกเรื่องที่จะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมาก่อนเป็นลำดับแรก (first priority) เช่น ประเด็นเรื่อง E: Ethics การปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม ทำงานที่มุ่งความเป็นเลิศ ผลิตสินค้าและบริการที่ดีที่ลูกค้าพึงพอใจ ประเด็นเรื่อง A: Achievement มุ่งมั่นรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย ก็จะนำพาให้กรมอนามัยพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูงและความเป็นเลิศ (High Performance Organization)

4.3.4 เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุจุดยืน(positioning) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยกระดับ (Scaling up) ขีดความสามารถและมาตรฐานการทำงานให้อยู่ในระดับสูง สอดคล้องประเด็น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปฏิรูประบบงานสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูงและมีธรรมาภิบาล พร้อมทำงานรับการเปลี่ยนแปลง (Re role, Re process) จึงเห็นควรสร้างระบบการกำกับและประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเข้มข้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร HEALTH

4.3.5 จากการทบทวนวรรณกรรม ผลงานวิจัย บทความ พบว่า โดยสรุปภาพรวม วัฒนธรรมองค์กรเป็นเครื่องมือด้านการบริหารและการพัฒนาองค์กรชนิดหนึ่งที่ถือว่าเป็นเครื่องมือระดับสุดยอดในการพัฒนาองค์กร ด้วยวัฒนธรรมองค์กรเป็นกรอบวิธีการปฏิบัติของคนในองค์กรนั้น ๆ นอกเหนือจากกฎระเบียบข้อบังคับที่มีอยู่ อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนและสะท้อนให้เห็นกระบวนการคิด การตัดสินใจและพฤติกรรมของคนในองค์กร ดังนั้น การที่กรมอนามัยได้เลือกนำเกณฑคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award : PMQA) มาเป็นแนวทางขับเคลื่อนกรมอนามัยมุ่งสู่การเป็นองคกรสมรรถนะสูงได้นั้น วัฒนธรรมองค์กรควรจะเป็นหนึ่งในเครื่องมือสนับสนุนที่สำคัญ ที่กรมอนามัยควรนำมาใช้ขับเคลื่อนเพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายการเป็นองค์กร HPO ต่อไปได้

4.4 การนำไปใช้ประโยชน์

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานที่มีบริบท (Context) หรือบทบาท (Role) ต่างกันตามกลุ่มภารกิจทั้งในด้านวิชาการ ด้านสนับสนุน และการทำงานของหน่วยงานในพื้นที่นั้น แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะเฉพาะของภารกิจของหน่วยงาน ช่องว่าง (Gap) และโอกาสในการพัฒนาในมิติและบริบทต่างๆ ซึ่งกรมอนามัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้ ดังนี้

4.4.1 ประเด็นเรื่องช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กร ผู้บริหารสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการบริหารงานให้มีการสื่อสารทั้งสองรูปแบบทั้งที่เป็นเอกสารและผู้บังคับบัญชา (Downward Communication) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เกิดความเข้าใจร่วมกัน และสร้างการมีส่วนร่วมภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานในทุกกลุ่มภารกิจให้ความสำคัญกับการที่ผู้บริหารจะเป็นบุคคลที่สื่อสารในเรื่องดังกล่าว

4.4.2 การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร ของหน่วยงานที่มีบริบทต่างกันตามกลุ่มภารกิจ กรมอนามัยสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการออกแบบเครื่องมือการพัฒนาและออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานที่สอดคล้องเหมาะสมกับหน่วยงานให้ดีขึ้นต่อไปได้

4.5 ความยุ่งยากในการดำเนินงาน/ปัญหา/อุปสรรค (ของผู้ดำเนินการ)

เนื่องจากผู้ศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ดำเนินการตั้งแต่ปี 2558 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ ทำให้การกำหนดตัวแปรในการศึกษามีข้อจำกัด รวมถึงผลการเปรียบเทียบอาจเกิดความล่าช้าต่อการดำเนินงานในระยะต่อไป

บรรณานุกรม

กรมอนามัย, แผนยุทธศาสตร์กรมอนามัย พ.ศ. 2553 – 2556, สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด, 2552

ดร.บัณฑิต นิจถาวร, (2561), การสร้างความไว้วางใจ (Trust) ในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง, http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/645581

ชิดชนก แตงอ่อน, (2557), ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพยาบาลวิภาวดีกับการแสดงพฤติกรรมด้านสมรรถนะหลัก, (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, (2555), วัฒนธรรมในองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานไทยพาณิชย์เขตนครสวรรค์ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยราชมงคลธัญบุรี)

พรรัตน์ รัตนศิริวงศ์. (2551). แนวคิดวัฒนธรรมองค์กร. ศูนย์บำบัดรักษายาเสพติดสงขลา. สืบค้นจาก https://www.sdtc.go.th/upload/forum/think.doc

มัณฑนา เทพมงคล, รศ.ดร.มานพ ชูนิล และคณะอาจารย์ นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 2557, การรับรู้วัฒนธรรมองค์การกับความฉลาดทางอารมณ์ที่พยากรณการสื่อสารของพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาลกับผู้รับบริการในโรงพยาบาลของรัฐ

รุ่งนภา เยี่ยมสาคร, นงลักษณ์ ชวาลไพบูลย์ และพันตรี วิเศษธนวัฒน์, (2558), การศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH”. นนทบุรี : กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

วสุนธรา รตโนภาส และคณะ, (2558) ความสัมพันธของวัฒนธรรมองคกรกับระดับความสุขของบุคลากร ในสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุงหม อำเภอแมสอด จังหวัดตาก

สุดารัตน์ โยธาบริบาล, (วารสารวิทยบริการ ปีที่ ๒๒ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๔), วัฒนธรรมองค์การกับผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน อำเภอเมืองนครปฐม (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยมหิดล

สุรพงศ์ แสงสำลี, (2545), การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และความพึงพอใจในการใช้บริการของสถานีอนามัยเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษานวมินทราชินีกับสถานีอนามัยทั่วไปในอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี, (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สำนักงาน ก.พ.,(2556) CORPORATE CULTURE: CREATING AND CULTIVATE ORGANIZATION SUSTAINABILITY เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

สำนักงาน ก.พ.ร. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2551 – 2555)

สำนักงาน ก.พ.ร. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2556 – 2561)

Gestalt Laws of Perceptual Organization https://www.verywellmind.com/gestalt-laws-of-perceptual-organization-2795835

ภาคผนวก