

ผลงานทางวิชาการ

เรื่อง

การศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กร
ของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย

โดย

นางจารุมน บุญสิงห์

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ ตำแหน่งเลขที่ 22

ฝ่ายอำนวยการ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงานเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ ตำแหน่งเลขที่ 22

ฝ่ายอำนวยการ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย

ชื่อผลงาน : การศึกษาความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัย

บทคัดย่อ

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

ในเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) วัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ที่เหมาะสม พบว่า ร้อยละ 96.97 ของหน่วยงานทั้ง 4 กลุ่มภารกิจ มีผลการตอบแบบประเมินประเด็นช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดคือ การประกาศของผู้บริหารระดับสูง สำหรับการประเมินความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) พบว่า บุคลากรหน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม เข้าใจว่าประเด็นที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร คือการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกรมอนามัยเป็นอันดับสูงสุด และการบรรลุวิสัยทัศน์พันธกิจกรมอนามัยเป็นอันดับรองลงมา โดยหน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ เข้าใจว่าประเด็นที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร คือการบรรลุผลสำเร็จของงาน เป็นอันดับสูงสุด

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) พบว่า ในวัฒนธรรมแต่ละเรื่องนั้น ความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มภารกิจไม่แตกต่างกันมากนัก ยกเว้นเรื่อง บุคลากรกรมอนามัยมีลักษณะในการดำเนินงานในแบบเคารพสิทธิ ซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น (T: Trust) ดังนั้น จึงดำเนินการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่าหน่วยงานในกลุ่มภารกิจใดที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน พบว่า หน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ มีความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร HEALTH ในเรื่อง บุคลากรของกรมอนามัยมีลักษณะในการดำเนินงานในแบบเคารพสิทธิซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น(T: Trust) สูงกว่าหน่วยงานสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

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 cluster sectors of administration cluster, health promotion cluster, and environmental health cluster were informed that the Department of Health announced the organizational culture (HEALTH). For regional strategic planning cluster, there were 4 regional offices that the perception was under 80 percent. Top 3 channels for receiving this message of administration cluster, health promotion cluster, and environmental health cluster are 1) posters, document, leaflet, 2) Department of Health website, and 3) circulated letters respectively. For regional strategic planning cluster, result showed that 71.43 percent of regional offices received this message from supervisor level.

On the appropriate communication channel of organizational culture of the Department of Health (HEALTH), 96.96 percent of the staffs under the 4 clusters agreed that the announcement of the chief executive is the most appropriate communication channel. On the understanding assessment of the staffs in following the organizational culture of the Department of Health, the staffs in administration cluster, health promotion cluster and environmental health cluster had an opinion that following the organizational culture was to make the identity of the Department of Health. Simultaneously, the staffs in regional strategic planning cluster thought following the organizational culture was to achieve their work.

By analyzing the staffs' different perspectives in sectors on the organizational culture operated by the Department of Health in the issues of 1) understanding definition of organizational culture of the Department of Health, 2) a validity check of previous operations, and 3) application of it to self practice, it was discovered that there was no different opinion between the staffs in sectors in issues of the organizational culture except the issue that the staffs of Department of Health had mutual respect in working relationship. Consequently, by the comparison of the staffs' perspectives it was explored that there was a statistically significant

difference between the staffs under regional strategic planning cluster and the staffs under administration cluster on mutual respect in working relationship by 0.05.

Additionally, it could be seen that the Department of Health specified the organizational culture as making its identity and leading the organizational relationship. The perception of organizational culture was a key factor simulating the staffs to work effectively covering effective and efficient development of Thai bureaucracy in organizations. It was highly required to enhance mutual awareness among the organizational staffs to support further changes sustainably.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จากความอนุเคราะห์จากหลายท่านที่เกี่ยวข้องทั้งจากภายในและภายนอกกรมอนามัย ในการให้คำปรึกษาแนะนำ ข้อคิดเห็น และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างดียิ่ง จนกระทั่งสามารถจัดทำเอกสารทางวิชาการนี้ให้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ นางศรีวิภา เลี้ยงพันธุ์สกุล ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย ในฐานะผู้บังคับบัญชาที่ให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้าน ให้คำชี้แนะ คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณนางสาวรุ่งนภา เขี่ยมสาคร นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ที่ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุนข้อมูลจากผลการศึกษารพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย “HEALTH” รวมถึงการให้คำปรึกษา แนะนำในการดำเนินงานจนแล้วเสร็จ

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

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความสนใจและสนับสนุนการดำเนินงานด้วยดีตลอดมา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์แก่องค์กรและผู้สนใจทั่วไปต่อไป

นางจารุมน บุญสิงห์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
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.....	8
บทที่ 3.....	12
วิธีการศึกษา.....	12
บทที่ 4.....	15
ผลการศึกษา/ อภิปรายผล/ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	15
4.1 ผลการศึกษา.....	15
4.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	17
4.3 ข้อเสนอเชิงนโยบาย.....	18
4.4 การนำไปใช้ประโยชน์.....	19
4.5 ความยุ่งยากในการดำเนินงาน/ปัญหา/อุปสรรค (ของผู้ดำเนินการ).....	19
บรรณานุกรม.....	20
ภาคผนวก.....	21

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของบุคลากรกรมอนามัยจำแนกตามประเภท.....	12
ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของบุคลากรกรมอนามัยจำแนกเป็นรายหน่วยงานและกลุ่มภารกิจ.....	13
ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ความแตกต่างของความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย.....	16
ตาราง 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบหน่วยงานระหว่างกลุ่มภารกิจใดที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe..	17

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การศึกษาวัฒนธรรมในองค์กรได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบัน ผู้นำองค์กรชั้นนำต่างให้ความสำคัญมากเป็นอันดับต้นๆ หลายองค์กรพยายามมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดขึ้น เพื่อการปรับเปลี่ยนความเชื่อของคนให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีผลกระทบต่อองค์กร ทั้งในด้านเทคโนโลยี ที่สามารถทำให้การทำงานางานง่ายและเข้าถึงได้มากขึ้น ยุคโลกาภิวัตน์ที่จัดขนาดองค์กรให้เล็กลง มีการกระจายอำนาจออกไปให้บริการอย่างกว้างขวางเฉพาะพื้นที่ การปฏิรูประบบราชการ ปรับโครงสร้างการทำงาน และปรับเปลี่ยนบทบาทให้เหมาะสม ดังนั้น กลไกความสำเร็จในการบริหารองค์กรเชื่อมโยง (Alignment) ของพลังความไว้วางใจสูงสุดร่วมกัน ของทุกๆ คนที่ทำงานในองค์กร (Shared Organization Trust) รวมกลุ่มของคนให้มีระเบียบและดำเนินการไปสู่เป้าหมาย รวมถึงการเชื่อมโยงให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน ต้องอาศัยศูนยรวมของจิตใจเป็นตัวนำ เพราะแต่ละบุคคลต่างมีจิตใจและบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไป สิ่งที่จะหลอมรวมความแตกต่างให้อยู่ด้วยกัน ภายในหน่วยงานที่ตนเองปฏิบัติหน้าที่อยู่ให้สอดคล้องและทำงานไปในทิศทางเดียวกันได้คือ “วัฒนธรรม” การมีวัฒนธรรมการทำงานที่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและสอดคล้องไปกับความเปลี่ยนแปลงกระแสของความผันผวนสังคม โดยเฉพาะภาครัฐซึ่งมีภารกิจที่มีได้หวังผลกำไร จึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับองค์กรภาครัฐ

วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญและสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการพัฒนาระบบราชการและการปฏิบัติราชการของภาครัฐ ดังจะเห็นจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2561) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : การสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการประชาชน กำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐมีการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ ค่านิยม และหล่อหลอมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ข้าราชการ และในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาองค์การให้มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพ มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีขีดสมรรถนะและมุ่งมั่นในการปฏิบัติราชการ มีความคิด เชิงยุทธศาสตร์ ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมของข้าราชการในการปฏิบัติงาน ล้วนมีการกำหนดประเด็นเรื่องวัฒนธรรมเพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพพระบาราชการ 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 การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรมองค์กรภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (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 โดยในการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำกลุ่มประชากรดังกล่าวข้างต้น มาวิเคราะห์จำแนกตามหน่วยงานกลุ่มภารกิจ 4 กลุ่ม (ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ.2552) ได้แก่

- 1) ภารกิจอำนวยการ ได้แก่ สำนักงานเลขาธิการกรม 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

เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรของหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัยและเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรกรมอนามัย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ด้านระยะเวลา เดือนเมษายน 2560 – ธันวาคม 2560

ด้านกลุ่มตัวอย่าง จำแนกหน่วยงานในสังกัดกรมอนามัยตามกลุ่มภารกิจ 1) 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

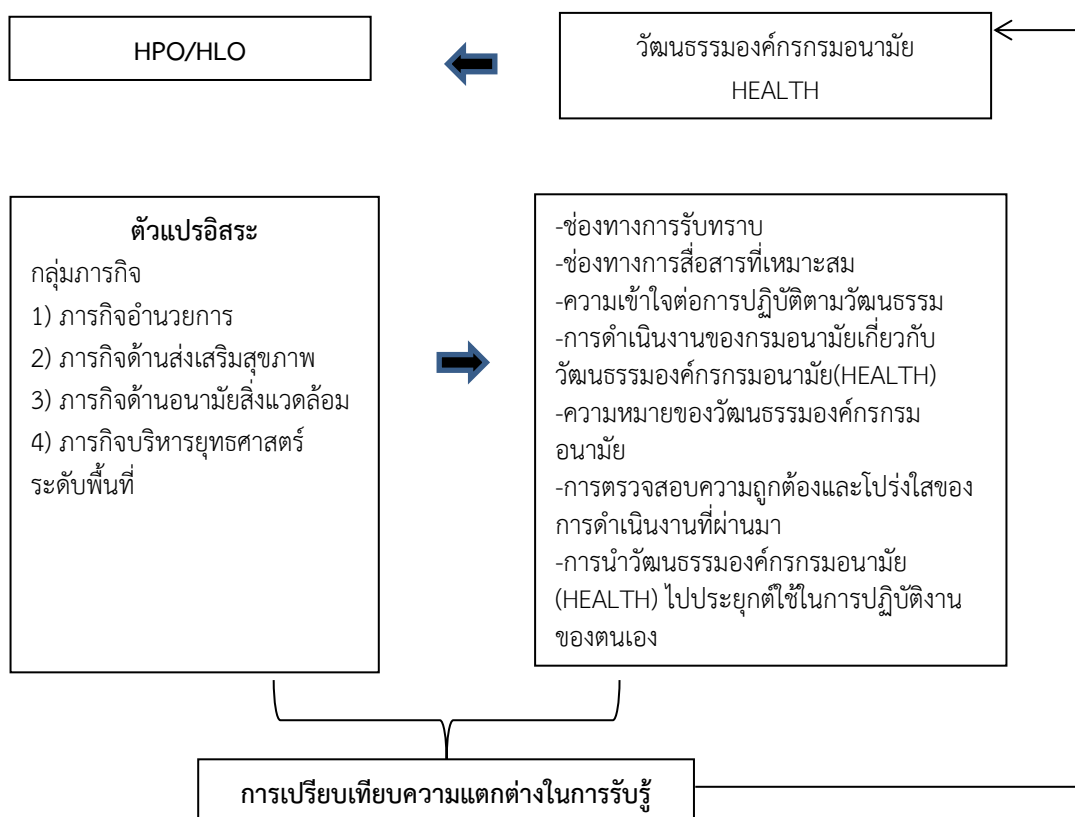
ส่วนที่ 2 : จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ 1. ช่องทางการรับทราบวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 2. ช่องทางการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) ที่มีความเหมาะสม

ส่วนที่ 3 : จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ 1. ความเข้าใจของบุคลากรต่อการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) 2. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(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 และขับเคลื่อนการพัฒนากระบวนการของกรมอนามัยให้มีประสิทธิภาพต่อไป

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 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร ได้มีผู้ศึกษาและรวบรวมไว้มากมายหลายท่าน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้มีผู้ศึกษาความหมายและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมองค์กรไว้ ดังนี้

ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมองค์กร”

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยมความเชื่อและแบบแผนทางพฤติกรรมที่ยอมรับและปฏิบัติโดยสมาชิกขององค์กรเนื่องจากองค์กรจะสร้างวัฒนธรรมที่พิเศษของพวกเขาเองขึ้นมา แม้แต่องค์กรภายในอุตสาหกรรมเดียวกันและแสดงวิถีทางของการดำเนินงานที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมองค์กรที่ดีจะต้องปรับตัวเข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอุปสรรคต่อบริษัทเพื่อที่จะเผชิญหน้ากับการคุกคามทางการแข่งขันหรือการรับเอาการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมสามารถนำไปสู่การชะงักงันและความล้มเหลวในที่สุด (ภคินิจ ศรัทธา, 2549, สมยศ นาวิการ, 2546: 119 – 120 อ้างถึงใน ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555)

วัฒนธรรมองค์กรมีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กรเช่นเดียวกับวิสัยทัศน์ กลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กร แม้แต่วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นมโนทัศน์ที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ผู้บริหารอาจจะสร้างองค์กรได้ แต่นักบริหารต้องสร้างความรู้สึกผูกพันอยากทำงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และทำงานด้วยพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ความรู้สึกผูกพันอยากทำ และพฤติกรรมที่เหมาะสมนี้ สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ด้วยการอาศัยวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวสร้าง (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2542 อ้างถึงใน ชิตชนก แดงอ่อน, 2557)

วัฒนธรรมองค์กรหมายถึง รูปแบบ ความรู้สึกนึกคิด และวิธีปฏิบัติของสมาชิกในองค์กรที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างของสมาชิกในแต่ละองค์กร และเป็นแบบแผน ความเชื่อที่ยึดถือร่วมกัน เพื่อให้คนที่อยู่ในองค์กรทราบว่าการกระทำใดที่เป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับได้โดยต้องมีการสื่อสารถ่ายทอดและเผยแพร่ให้เข้าใจตรงกันทุกระดับทั้งองค์กร (ชิตชนก แดงอ่อน, 2557)

วัฒนธรรมองค์กร คือ ระบบของสิ่งๆ ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจกันในแนวทางการประพฤติและแนวทางในการทำงานและความสัมพันธ์ (Glue) ในองค์กรนั้นๆ ซึ่งสามารถชี้ได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรตามความหมายที่มีการศึกษาผลในการวางแผนการบริหาร (Management) องค์กรโดยตรง เป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางในการวางกลยุทธ์ (Strategy) และรวมไปถึงเป็นแนวโน้มในการสร้างวิสัยทัศน์ (Vision) ขององค์กรนั้นๆ ของเป็นแนวทางที่

องค์กรใช้เป็นหลักในการสร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จ (วรวิฑูรย์กิจศิริศาล, 2553, หน้า 8 อ้างถึงใน วสุนธรา รตโนภาส และคณะ, 2558)

“วัฒนธรรม” มักจะเชื่อมโยงกับพฤติกรรมองค์กร กระบวนการทำงานในองค์กร หรือ ความเป็นผู้นำใน องค์กร จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมมิได้หมายรวมถึงทุกๆ อย่างที่เกิดขึ้นในองค์กร ในอดีตมีการแปลความหมายของ คำว่าวัฒนธรรมออกมา อย่างมากมาย ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละบุคคลว่าจะมองในรูปแบบใด เช่น นัก มานุษยวิทยาอาจมองว่า วัฒนธรรมเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาภายในกลุ่มชนกลุ่ม หนึ่ง นักสังคมวิทยา อาจมองว่าเป็นความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมหนึ่งๆ ที่มีผลต่อการกำหนด พฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ส่วนนักบริหารและจัดการ อาจมองว่า วัฒนธรรม คือ กลยุทธ์ ลักษณะโครงสร้าง ขององค์กร และการควบคุมภายในองค์กร ในโลกปัจจุบัน มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ถึงเทคโนโลยีต่างๆ สิ่งแวดล้อมที่ได้เปลี่ยนแปลงไป องค์กรต่างๆ ต้องมีการพัฒนาความสามารถของตนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้น โดยที่ทุกคนในองค์กรต้องมีความกระตือรือร้นในการหาวิธีการที่จะมาปรับเปลี่ยนในการพัฒนาการ ทำงานของตน ตลอดจนพฤติกรรมที่คนในองค์กรยึดถือเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งแบบแผนพฤติกรรม ที่บุคคลในองค์กรยึดถือเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อ ค่านิยม นั่นก็คือ วัฒนธรรมองค์กร (พรรัตน์ รัตนศิริวงศ์ พยาบาลวิชาชีพ 7 ศูนย์บำบัดรักษาเยาเสพติดสงขลา)

วัฒนธรรมองค์กรมีความเชื่อมโยงกับผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน หมายความว่าวัฒนธรรม องค์กร อาจจะมีส่วนส่งเสริมให้เกิดผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน (สุดารัตน์ โยธาบริบาล วารสารวิทยบริการ ปีที่ ๒๒ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๔)

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

องค์กรสมัยใหม่นิยมแสดงค่านิยมขององค์กรไว้ในวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร ทำให้สามารถรับรู้ รับทราบค่านิยมขององค์กรได้ชัดเจนขึ้น จึงแบ่งลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร ดังนี้

1. วัฒนธรรมเด่น (Dominant Culture) เป็นวัฒนธรรมหลักของคนในองค์กรโดยรวม เห็นได้จาก ค่านิยมหลักขององค์กรนั้นๆ วัฒนธรรมประเภทนี้ จะเป็นวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ที่รับรู้และยอมรับและเข้าใจ ร่วมกัน
2. วัฒนธรรมย่อย (Subculture) จะเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มงาน หรือแผนกงาน ซึ่งในองค์กรหนึ่งๆ ที่มี หลายกลุ่มงานหรือหลายแผนกงานก็มีวัฒนธรรมย่อยๆ หลายแบบก็ได้
3. วัฒนธรรมเข้มแข็ง (Strong Culture) หมายถึงวัฒนธรรมที่มีน้ำหนักมาก คนเห็นพ้องต้องกันและ ยอมรับมากจึงเปลี่ยนแปลงยาก วัฒนธรรมที่เข้มแข็งจะมีผลต่อการควบคุมพฤติกรรมได้มาก และทำให้สมาชิกใน องค์กรมีแรงยึดเหนี่ยวกันสูง มีความจงรักภักดีและผูกพันองค์กรมาก
4. วัฒนธรรมที่อ่อนแอ (Weak Culture) จะเป็นวัฒนธรรมที่คนอาจจะไม่เห็นพ้องต้องกันมากและ เปลี่ยนแปลงได้ง่าย และไม่ค่อน้ำหนักต่อสมาชิกเท่าไร ซึ่งจะปรากฏในองค์กรที่เพิ่งก่อตั้งหรือองค์กรที่มีอายุ ไม่ยาวนาน วัฒนธรรมจึงอาจยังไม่มือน้ำหนักต่อสมาชิกมากเท่าใดนัก

ชิดชนก แดงอ่อน (2557) กล่าวว่า ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการประพฤติปฏิบัติร่วมของคนใน องค์กร หากผู้บริหารทำความเข้าใจในลักษณะวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในองค์กร จะสามารถวางแนวทางในการ ประพฤติปฏิบัติที่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

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

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

2. วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ (Strategic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมที่มุ่งหน้าทีและได้กลายเป็นขนบธรรมเนียมและเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเพณีขององค์กร เป็นค่านิยมที่มั่นคงและมุ่งภายนอกในระยะยาว

3. วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง (Chauvinistic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งภายใน ความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์กรอย่างตาบอด และการให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศของสถาบัน วัฒนธรรมองค์การรูปแบบนี้อาจแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางพีธศาสตร์หลายอย่าง ความจงรักภักดีและความผูกพันต่อค่านิยมของผู้นำบารมีอย่างเข้มแข็งและการมุ่งภายใน มุ่งพวกเราและมุ่งพวกเขา จะกระตุ้นความพยายามให้มุ่งที่การรักษาความเป็นเลิศของสถาบันเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย

4. วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร (Exclusive Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร ในฐานะที่คล้ายคลึงกับสโมสรที่เลือกสรรสมาชิก ซึ่งภายในสถานการณ์บางอย่างการเลือกสรรจะเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ซึ่งองค์กรจะทุ่มเทอย่างหนักเพื่อที่จะสร้างภาพพจน์ของความเหนือกว่าและการเลือกสรรขึ้นมา

หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์การ

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

1. เป็นเกณฑ์ในการสร้างกฎ ข้อบังคับ วัฒนธรรมช่วยสร้างให้สมาชิกมีกฎทางสังคมในการตีความหรือแสดงพฤติกรรมในการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้อง
2. เป็นสิ่งกระตุ้นวัฒนธรรมช่วยให้สมาชิกมีศรัทธา เป็นแรงจูงใจให้แต่ละคนปรับลักษณะเฉพาะของตนให้มีบทบาท ค่านิยม ฯลฯ ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การ
3. เป็นเครื่องมือผลักดันวัฒนธรรมช่วยให้สมาชิกผสมผสานติดต่อสมาคมกันและร่วมมือกัน ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมาย

ส่วนความสำคัญของวัฒนธรรมองค์การ ตามแนวคิดของ บุญคลี ปลั่งศิริ(2548) สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. วัฒนธรรมองค์การเป็นเครื่องมือด้านการบริหารและการพัฒนาองค์กรชนิดหนึ่งที่ดีถือว่าเป็นเครื่องมือระดับสุดยอดในการพัฒนาองค์กร ด้วยวัฒนธรรมองค์การเป็นกรอบวิธีการปฏิบัติของ คนในองค์กรนั้น ๆ นอกเหนือจากกฎระเบียบ ข้อบังคับที่มีอยู่
2. วัฒนธรรมองค์การเป็นที่ยึดถือและเป็นที่ยอมรับขององค์กรนั้น ๆ ด้วยเพราะวัฒนธรรมองค์การมักจะไม่มีเขียนไว้เป็นตัวบทที่ชัดเจน เช่น กฎระเบียบขององค์กร
3. วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนในองค์กร
4. วัฒนธรรมองค์การสะท้อนให้เห็นกระบวนการคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมของคนในองค์กร
5. วัฒนธรรมองค์การมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร ด้วยเพราะหากองค์กรใดมีวัฒนธรรมองค์การที่แข็งแกร่งและไม่ยืดหยุ่น จะทำให้การทำงานของสมาชิกในองค์กรมีอุปสรรค

6. วัฒนธรรมองค์กรสามารถใช้เป็นตัวกำหนดทิศทางขององค์กรมากกว่าที่จะใช้เป็นกฎระเบียบข้อบังคับ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ความหมายคำว่า “การรับรู้”

เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวในการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสารทัศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดการสารเข้าด้วยกันและการตีความที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างรอบตัวต่างกัน ดังนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน (เมตตา กฤตวิทย์และคณะ, 2530, หน้า 69 อ้างถึงในสุรพงษ์ แสงสำลี (2545)

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

Peter Drucker กล่าวว่า การรับรู้ คือ ความจริง (Reality) ของสิ่งนั้น หมายความว่า ความจริงของสิ่งต่างๆ คือ การรับรู้ต่อสิ่งนั้นๆ นั่นเอง ไม่มีใครรู้ว่าตัวตนจริงๆ ของสิ่งนั้นเป็นอย่างไร แต่รับรู้ว่าเป็นอะไร 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 หรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ขึ้นอยู่กับว่าคุณค่าให้ความสนใจต่อสิ่งเร้าหรือไม่บุคคลจะเลือกเฉพาะสิ่ง เร้าที่สนใจและจะหลีกเลี่ยงไม่เผชิญกับสิ่งเร้าที่ไม่สำคัญและไม่น่าสนใจ

2. การตั้งใจรับ (Attention)

การตั้งใจรับเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจะแบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะอันเป็นกิจกรรมทางจิตใจ (Mental activity)

3. การเลือกรับรู้ (Selective perception)

บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่มากกระทบจะไม่รับรู้ทุกอย่างเนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีความต้องการ ทศนคติ ประสบการณ์และคุณลักษณะส่วนบุคคลต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน การเลือกรับรู้ หมายความว่า บุคคล 2 คน อาจรับรู้ โฆษณาแตกต่างกันคนหนึ่งอาจเชื่อตามที่กล่าวอ้าง แต่อีกคนหนึ่งอาจพิจารณาคำกล่าวอ้างนั้นว่าไม่เป็นความจริง

การเลือกรับรู้ของบุคคล เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนในกระบวนการรับรู้ นั่นคือ การเลือกเปิดรับ (selective exposure) เกิดขึ้นเพราะความเชื่อของบุคคลเป็นตัวชักจูงให้บุคคลเลือกสิ่งที่จะฟังหรือ สิ่งที่จะอ่าน การเลือกจัด องค์ประกอบ (selective organization) เกิดขึ้น เพราะบุคคลจัดข้อมูล สอดคล้องตามความเชื่อของเขารวมทั้ง การเลือกแปลความหมาย (selective interpretation) เกิดขึ้น เพื่อว่าสิ่งที่รับรู้มานั้นจะได้สอดคล้องกับความ เชื่อและทัศนคติของตนที่มีอยู่เดิม

การจัดองค์ประกอบารรับรู้ (Perceptual Organization) การจัดองค์ประกอบารรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลจัดข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกันให้ เป็นระเบียบเพื่อให้มีความหมายที่เข้าใจได้มากขึ้นและ เพื่อให้สามารถแสดงพฤติกรรมตอบสนอง ได้ถูกต้อง

หลักพื้นฐานของการจัดองค์ประกอบารรับรู้คือ “การรวมกลุ่ม” (integration) ซึ่งหมายความว่า บุคคลรับรู้สิ่งเร้าในลักษณะเป็นภาพรวม (an organized whole) ไม่ได้มองสิ่งเร้าแต่ละส่วนที่แยกกันการมอง เป็นภาพรวมจะช่วยให้การประมวลข้อมูลเพื่อให้เข้าใจความหมายได้ง่าย เข้าซึ่งสอดคล้องตามหลักจิตวิทยาของ เกสตัลท์ (Gestalt 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 เช่นการเติมคำในช่องว่างโดยอาศัย ความรู้และประสบการณ์มาก่อนด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงอธิบายได้ว่า ทำไมเราจึงสามารถอ่านข่าวสารต่างๆ ที่ไม่ สมบูรณ์เข้าใจได้ทั้งๆ ที่ขาดตัวอักษรหลายคำการนำหลักข้อนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อช่วยกระตุ้นให้บุคคลสนใจข่าวสารมากยิ่งขึ้น

หลักการจัดกลุ่ม (Principle of grouping)

บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นชุดหรือเป็นกลุ่มมากกว่าที่จะรับรู้เป็นหน่วยย่อยๆ ที่ แยกกันอยู่การรวมข้อมูลเข้าด้วยกันหรือเป็นกลุ่ม (Chunking or Grouping information) จะช่วยให้บุคคล สามารถประเมินผลิตภัณฑ์ตราหนึ่งเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อีกตราหนึ่งได้หลักจิตวิทยาของเกสตัลท์ที่เกี่ยวกับ การจัดกลุ่มที่สำคัญได้แก่ ความใกล้ชิดความคล้ายคลึง และความต่อเนื่อง

หลักองค์ประกอบรอบข้าง (Principle of context)

บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้วัตถุตามลักษณะขององค์ประกอบรอบข้างที่วัตถุนั้นแสดงให้เห็นการจัดวางขึ้น โฆษณาในสื่อที่มีลักษณะเด่นด้อยกว่ากันจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ต่างกันด้วย จากการศึกษาพบว่าขึ้น โฆษณาอย่างเดียวกันลงในโฆษณานิตยสารที่มีชื่อเสียงกว่าจะ ได้รับความเชื่อถือมากกว่าลงในนิตยสารที่มี

ชื่อเสียงด้อยกว่าซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบรอบข้างของสื่อ (media context) มีอิทธิพลต่อการรับรู้โฆษณาโดยตรง

การแปลความหมายการรับรู้ (Perceptual Interpretation)

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

การแปลความหมาย หมายถึงกระบวนการที่บุคคลทำความเข้าใจว่าสิ่งเร้าที่รับเข้ามาคือ อะไรในการแปลความหมายนั้นบุคคลจะอาศัยข้อมูลความรู้และประสบการณ์ที่เก็บสะสมไว้ใน อดีตที่เกี่ยวข้องในหน่วยเก็บความทรงจำมาใช้เพื่อแปลความหมายออกมาว่าสิ่งที่รับรู้เข้ามานั้น “ควรจะเป็นอะไร” ความโน้มเอียงหรือความมีอคติส่วนบุคคลก็มีส่วนทำให้ผู้บริโภคแปล ความหมายผิดเพี้ยนไปไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารก็อาจเป็นไปได้ซึ่งสร้างความปวดหัวให้อย่างมากเพราะบ่อยครั้งตามที่กล่าวมาแล้วบุคคล 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 อย่างอันเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ผ่านมา โดยไม่ต้องประเมินใหม่ โดยอาศัยความเชื่อหรือประสบการณ์เดิมมาเป็นเกณฑ์ตัดสินเพื่อลงความเห็น

กระบวนการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่สร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันและมีอิทธิพลนำไปสู่การกระทำ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล กระบวนการรับรู้ มีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (จำเนียร ชวงโชติ (2532, หน้า 71-72) อ้างถึงใน สุริโย ชัยโสภณ 2549)

1) อากาสัมผัส หมายถึง อากาสที่อวัยวะรับสัมผัสรับสิ่งเร้า หรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามา กระทับกับอวัยวะรับสัมผัสต่าง ๆ เพื่อให้คนเรารับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว 2) การแปลความหมายจากอากาสสัมผัสส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปล ความหมายดีหรือถูกต้องเพียงใดนั้น ต้องอาศัย (1) สติปัญญา หรือความเฉลียวฉลาด (2) การสังเกตพิจารณา (3) ความสนใจและความตั้งใจ (4) คุณภาพของจิตใจขณะนั้น

การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับวัฒนธรรมองค์กร เพราะวัฒนธรรมองค์กร คือ พฤติกรรมที่ เกิดจากการรับรู้ของบุคคลที่มีความสำคัญมากกว่าข้อเท็จจริง ถึงแม้ว่าการรับรู้จะได้รับอิทธิพลจาก การรับรู้ข้อเท็จจริง แต่

บุคคลอาจมองสิ่งเดียวกันแต่มีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้ ดังนั้น การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลจัดระเบียบและตีความความรู้สึกของตนเองเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การรับรู้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีพลังงานมา กระตุ้นอวัยวะความรู้สึก ซึ่งเรียกว่า พลังงานที่ส่งเข้า (Input) การสนองตอบผลที่ออกมา (Output) ระบบการรับรู้จึงมีทำงานอยู่ 2 ประการ (รัจรี นพเกตุ, 2549 อ้างถึงใน บุญพร ศิริรัตน์, 2554) คือ

1. จะต้องมีความฉับไวต่อพลังงานที่ส่งเข้ามา
2. จะต้องสามารถตอบโต้หรือส่งผลออก เมื่อมีพลังงานส่งเข้ามา การที่เราสามารถนำหลักการรับรู้มาสร้างเครื่องจักรกลซึ่งเป็นผลผลิตทางวิทยาศาสตร์ได้ แสดงว่า เราสามารถศึกษาการ รับรู้ได้ในเชิงวิทยาศาสตร์เช่นกัน

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

1. ผู้รับรู้ (The perceiver) เมื่อบุคคลมองดูเป้าหมายและพยายามที่จะตีความหมายถึงสิ่งที่เขามองว่าคืออะไร การตีความนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ สิ่งที่เกี่ยวข้อง อย่างมากกับการรับรู้ได้แก่ทัศนคติ 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) เป็นความสนใจของผู้รับรู้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง 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 คนที่เสียตังมักจะถูกสังเกตมากกว่าคนเจียม เช่นเดียวกับคนที่น่าประทับใจอย่างมากก็จะถูก สังเกตมากกว่าคนที่ไม่น่าประทับใจ ลักษณะของเป้าหมาย ประกอบด้วย ความใหม่ ความ เคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลัง และความใกล้เคียง ซึ่งสามารถสร้างภาพของเป้าหมายตามที่เรา เห็น เช่น ภาพขนาดใหญ่ย่อมมองเห็นได้ชัดกว่าภาพขนาดเล็ก เป้าหมายไม่สามารถถูกมองใน ลักษณะเดียว ๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีแนวโน้มที่จะ ทำให้เกิดการจับหมวดหมู่ของสิ่งที่ใกล้เคียงกันและคล้ายกันเข้าด้วยกัน

3. ลักษณะสถานการณ์ (Situation) เป็นสิ่งที่เรามองเห็นหรือเหตุการณ์ รอบสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้

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

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

ลำดับ	หน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
31	ศูนย์อนามัยที่ 10 เชียงใหม่	289	8.03
32	ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช	162	4.50
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. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(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. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร กรมอนามัย(HEALTH)
3. ช่องทางการรับทราบความหมายของวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH)
4. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย(HEALTH) เกี่ยวกับการตรวจสอบความถูกต้องและโปร่งใสของการดำเนินงานที่ผ่านมา
5. ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการนำวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง

ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ตอบแบบประเมินว่ารับรู้ว่าการอนามัยมีการประกาศวัฒนธรรมองค์กรกรมอนามัย (HEALTH) ร้อยละ 80.00 ขึ้นไป สำหรับภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ มีเพียง 4 หน่วยงาน ที่มีผลการตอบแบบประเมินเรื่องการรับรู้ น้อยกว่าร้อยละ 80.00 โดยพบว่าหน่วยงานภารกิจอำนวยการ ภารกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม 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 ความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มภารกิจไม่แตกต่างกันมากนัก 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	อนามัย สิ่งแวดล้อม	บริหาร ยุทธศาสตร์ ระดับพื้นที่
	ค่าเฉลี่ย	3.21	3.36	3.25	3.54
สนับสนุน	3.21	-	-1.15700 (.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 สรุปลได้ว่า ช่องทางที่บุคลากรได้รับทราบเรื่องวัฒนธรรมองค์กรระหว่างกลุ่มภารกิจส่วนกลางและภูมิภาคมีความแตกต่างกัน เป็นการรับทราบและสื่อสารผ่านเอกสารและผ่านตัวบุคคล อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาเห็นว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้บริหารในการบริหารงาน 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) ของบุคลากรหน่วยงานภารกิจอำนวยความสะดวก การกิจด้านส่งเสริมสุขภาพ และภารกิจด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม พบว่า การปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร จะนำไปสู่การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกรมอนามัย ส่วนกลุ่มภารกิจ บริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ เห็นว่าหากมีการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร จะทำให้เกิดการบรรลุผลสำเร็จของ งาน ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า บุคลากรกรมอนามัยส่วนกลางเห็นถึงการสร้างเอกลักษณ์ ความเป็นตัวตนของหน่วยงาน สอดคล้องกับ Core Business Process ที่หน่วยงานวิชาการส่วนกลาง(สายบน) และ cluster เป็นฝ่ายออกแบบ และผลิตสินค้า/บริการ ตามกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ (Production line) ที่จะต้องแสดงให้เห็นถึงความเป็น เอกลักษณ์หน่วยงานอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน หน่วยงานกลุ่มภารกิจ บริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ซึ่งจะต้องทำหน้าที่สร้างเครือข่ายในระดับพื้นที่เพื่อร่วมพัฒนาและสร้างการ ยอมรับผลิตภัณฑ์ของกรมฯ จึงเล็งเห็นถึงความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ทั้งประเด็น การสร้างเอกลักษณ์และประเด็นการบรรลุผลสำเร็จของงาน กรมอนามัยควรมีการเสริมสร้างและสนับสนุนให้ ขับเคลื่อนทั้งสองประเด็นไปพร้อมๆ กันได้ ตามหลักการ 8 ขั้นตอน กระบวนการเปลี่ยนแปลงของ John P. Kotter ที่กรมอนามัยเลือกใช้เพื่อให้องค์กรมีความสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง และจะทำให้การเปลี่ยนแปลง กลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ที่บุคลากรมีความพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยน มีการพัฒนาไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นอยู่ เสมอ (จากหนังสือรวมพลัง เปลี่ยนกรมอนามัย)

4.2.4 จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นแตกต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นของ บุคลากรของหน่วยงานภารกิจบริหารยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ ที่มีต่อการดำเนินงานของกรมอนามัยเกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์กร (HEALTH) ในเรื่อง T: Trust บุคลากรของกรมอนามัยมีลักษณะในการดำเนินงานในแบบ เคารพสิทธิซึ่งกันและกันของทั้งตนเองและผู้อื่น สูงกว่าหน่วยงานกลุ่มภารกิจอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นถึง การให้ความสำคัญเรื่องการเคารพสิทธิซึ่งกันและกันในการทำงานในระดับภูมิภาค เป็นการ ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ/ประชาชน/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการทำงานภายในองค์กรด้วย ทั้งนี้ พบว่า ยังมีความสอดคล้องกับค่านิยมของกระทรวงสาธารณสุข(MOPH) เรื่อง P : People centered(ใส่ใจ ประชาชน) “เข้าใจ เข้าถึง ฟังตนเองได้อย่างยั่งยืน” และ H : Humility (ถ่อมตน อ่อนน้อม) “มีสัมมาคารวะ เปี่ยมน้ำใจให้อภัย รับฟังความคิดเห็นมุ่งเน้นส่วนรวม” มุ่งเน้นการพัฒนาหน่วยงานไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อมุ่งให้ข้าราชการทุกคนปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง

4.3 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

4.3.1 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร โดยควรให้มีการประเมินสภาพของ วัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอยู่ และประเมินความเหมาะสมหรือคุณค่าที่มีต่อองค์กร เพื่อให้เป็นไปในแนวทางที่ เหมาะสม ทำให้การปฏิบัติราชการของหน่วยงานมีคุณภาพเป็นกรมอนามัย 4.0 ส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับการ บริการที่ดีมีคุณภาพ รวมทั้งทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

4.3.2 ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรภายใน ภาควิชาเครือข่ายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นเพื่อให้ มีผลการดำเนินงานที่ดี กรมอนามัยต้องสร้างความร่วมมือ (Collaboration) ทั้งภายในและภายนอก โดย คำนึงถึงความต้องการสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ (Assessment) มีวิธีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถ บรรลุเป้าหมาย ก่อให้เกิดการพัฒนาระยะยาวอย่างยั่งยืน

4.3.3 วัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน (Job performance) หากกรมอนามัยผลักดัน ขับเคลื่อนจริงจังให้วัฒนธรรมองค์กรมีความเข้มแข็ง โดยไม่จำเป็นต้องดำเนินการพร้อมๆ กัน ทุกประเด็น แต่

พิจารณาเลือกเรื่องที่จะส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมาก่อนเป็นลำดับแรก (first priority) เช่น ประเด็นเรื่อง E: Ethics การปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม ทำงานที่มุ่งความเป็นเลิศ ผลผลิตสินค้าและบริการที่ดี ที่ลูกค้าพึงพอใจ ประเด็นเรื่อง A: Achievement มุ่งมั่นรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย ก็จะทำให้นำพาให้กรมอนามัยพัฒนาไปสู่องค์กรสมรรถนะสูงและความเป็นเลิศ (High Performance Organization)

4.3.4 เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุจุดยืน (positioning) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยกระดับ (Scaling up) ชีตความสามารถและมาตรฐานการทำงานให้อยู่ในระดับสูง สอดคล้องประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ปฏิรูประบบงานสู่องค์กรที่มีสมรรถนะสูงและมีธรรมาภิบาล พร้อมทำงานรับการเปลี่ยนแปลง (Re role, Re process) จึงเห็นควรสร้างระบบการกำกับและประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเข้มข้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร HEALTH

4.3.5 จากการทบทวนวรรณกรรม ผลงานวิจัย บทความ พบว่า โดยสรุปภาพรวม วัฒนธรรมองค์กรเป็นเครื่องมือด้านการบริหารและการพัฒนาองค์กรชนิดหนึ่งที่ดีถือว่าเป็นเครื่องมือระดับสุดยอดในการพัฒนาองค์กร ด้วยวัฒนธรรมองค์กรเป็นกรอบวิธีการปฏิบัติของคนในองค์กรนั้น ๆ นอกเหนือจากกฎระเบียบ ข้อบังคับที่มีอยู่ อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนและสะท้อนให้เห็นกระบวนการคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมของคนในองค์กร ดังนั้น การที่กรมอนามัยได้เลือกนำเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award : PMQA) มาเป็นแนวทางขับเคลื่อนกรมอนามัยมุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงได้นั้น วัฒนธรรมองค์กรควรจะเป็นหนึ่งในเครื่องมือสนับสนุนที่สำคัญ ที่กรมอนามัยควรนำมาใช้ขับเคลื่อนเพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายการเป็นองค์กร HPO ต่อไป

4.4 การนำไปใช้ประโยชน์

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานที่มีบริบท (Context) หรือบทบาท (Role) ต่างกันตามกลุ่มภารกิจนั้น สามารถแสดงให้เห็นถึงช่องว่าง (Gap) และโอกาสในการพัฒนาในมิติต่างๆ ซึ่งกรมอนามัยสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการออกแบบเครื่องมือการพัฒนาและออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานที่สอดคล้องเหมาะสมกับหน่วยงานให้ดีขึ้นต่อไป

4.5 ความยุ่งยากในการดำเนินงาน/ปัญหา/อุปสรรค (ของผู้ดำเนินการ)

เนื่องจากผู้ศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ดำเนินการตั้งแต่ปี 2558 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ ผลการเปรียบเทียบอาจเกิดความล่าช้าต่อการดำเนินงานในระยะต่อไป

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 แดงอ่อน, (2557), ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรของ
 พนักงานโรงพยาบาลวิภาวดีกับการแสดงพฤติกรรมด้านสมรรถนะหลัก, (วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
- ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, (2555), วัฒนธรรมในองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานไทยพาณิชย์
 เขตนครสวรรค์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
- พรรัตน์ รัตนศิริวงศ์. (2551). แนวคิดวัฒนธรรมองค์กร. ศูนย์บำบัดรักษายาเสพติดสงขลา. สืบค้นจาก
<https://www.sdtc.go.th/upload/forum/think.doc>
- มณฑนา เทพมงคล, รศ.ดร.มานพ ชูนิล และคณะอาจารย์ นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม
 และองค์การ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 2557, การรับรู้วัฒนธรรม
 องค์กรกับความฉลาดทางอารมณ์ที่พยากรณ์การสื่อสารของพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาลกับ
 ผู้รับบริการในโรงพยาบาลของรัฐ
- รุ่งนภา เยี่ยมสาร, นางลักษณะ ขวาลไพบุลย์ และพันตรี วิเศษชนวัฒน์, (2558), การศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรม
 องค์กรกรมอนามัย “HEALTH”. นนทบุรี : กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย กระทรวง
 สาธารณสุข
- วสุนธรา รตโนภาส และคณะ, (2558) ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรกับระดับความสุขของบุคลากร ใน
 สถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
- สุภารัตน์ โยธาภิบาล, (วารสารวิทยบริการ ปีที่ ๒๒ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๔), วัฒนธรรม
 องค์กรกับผลสัมฤทธิ์การดำเนินงาน อำเภอเมืองนครปฐม (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต)
 มหาวิทยาลัยมหิดล
- สุรพงศ์ แสงสำลี, (2545), การรับรู้ข่าวสาร ทศนคติ และความพึงพอใจในการใช้บริการของสถานีนอนมัธยมเฉลิม
 พระเกียรติ 60 พรรชนามวินทราชินีกับสถานีนอนมัธยมทั่วไปในอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี,
 (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- 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

