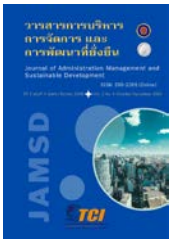
ISSN: 2985-2366 (Online)

วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน

Journal of Administration Management and Sustainable Development

Homepage: https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd

E-mail: jamsdonline@gmail.com



การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

Organizational culture perception of Department of Business Development personnel

นลินทิพย์ หงสีธิ[1*], ชนิดา จิตตรุทธะ[2]

Nalinthip Hongsithi[1*], Chanida Jittaruttha[2]

[1,2]หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

[1,2]Master of Public Administration, Faculty of Public Administration, Dhurakij Pundit University

[*]Corresponding author's e-mail: 66230066@dpu.ac.th[1*], chanida.jit@dpu.ac.th[2]

Received: July 16, 2025 Revised: July 25, 2025 Accepted: August 04, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร ที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ลักษณะรู้วัฒนธรรมองค์การ และ 3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 231 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ งานวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาด้านจริยธรรมแบบยกเว้น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1. การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ และวัฒนธรรมองค์การแบบราชการ ซึ่งทั้งสองประเภทนี้ได้รับการรับรู้ในระดับสูงสุด ตามมาด้วยวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว และวัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว 2. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การแตกต่างกัน ในขณะที่เพศและประเภทบุคลากรระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้, วัฒนธรรมองค์การ, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

Abstract

The objectives of this research were: 1. examine the level of perception regarding the existing organizational culture among personnel of the Department of Business Development, 2. to compare the personal factors of the personnel of the Department of Business Development—namely gender, age, educational level, and type of personnel—that affected their level of perception of organizational culture, and 3. to analyze the work-related factors of the personnel of the Department of Business Development—namely job position level and length of service—that were associated with their perception of organizational culture. This quantitative research utilized an online questionnaire to collect data from a proportionately stratified random sample of 231 participants. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics in order to test the research hypotheses. The findings of the study revealed that: 1. the perceived organizational culture was a combination of achievement culture and bureaucratic culture, both of which were rated the highest. Adaptability and clan cultures came next. 2. Regarding personal factors, age and educational level led to differing perceptions of organizational culture characteristics, while gender and personnel type did not show significant differences in the perception of organizational culture. 3. Work-related factors, namely job position level and length of service, were not significantly associated with the perception of organizational culture at the 0.05 level.

Keywords: perception, organizational culture, Department of Business Development

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน ทั้งองค์การภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับมือกับการแข่งขันในระดับประเทศและสากล การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น สหภาพยุโรปและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันระดับโลก ประเทศไทยเองก็จำเป็นต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์การทั้งในภาคธุรกิจและภาครัฐ โดยการพัฒนาบุคลากร ปรับปรุงกระบวนการ ลดค่าใช้จ่าย และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การปรับตัวนี้จะช่วยให้องค์การเติบโตและแข่งขันได้ ท้ายที่สุดการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและความร่วมมือจะขับเคลื่อนความก้าวหน้าขององค์การ การรับรู้วัฒนธรรมองค์การมีส่วนส่งเสริมความร่วมมือและความสามัคคี นำไปสู่การเรียนรู้แนวปฏิบัติและกำหนดทิศทางพฤติกรรมของบุคลากร เพื่อการพัฒนาบุคลากร การสร้างความสามัคคี และการพัฒนาองค์การในทุกมิติสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (วิทยา พยัคฆันตร และเสรี ชัดแช้ม, 2564) วัฒนธรรมองค์การเป็นปัจจัยสำคัญที่นอกเหนือจากกฎระเบียบ ช่วยกำหนดแนวทางปฏิบัติและส่งเสริมความพึงพอใจในการทำงาน แต่ละองค์การมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตามประวัติและค่านิยม Cameron & Quinn (1999 อ้างถึงใน ศุภาพิชญ์ อินแตง, 2565) ได้จำแนกลักษณะวัฒนธรรมองค์การไว้ 4 ประเภท ได้แก่

1. วัฒนธรรมชนเผ่า (clan culture) เน้นความสัมพันธ์และความเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ
2. วัฒนธรรมมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง (adhocracy culture) ส่งเสริมนวัตกรรม ความคิดริเริ่ม และความกล้าเสี่ยง

3. วัฒนธรรมราชการ (hierarchy culture) เน้นความมั่นคง การควบคุม กฎระเบียบ และประสิทธิภาพ

4. วัฒนธรรมการตลาด (market culture) มุ่งเน้นผลลัพธ์ การแข่งขัน และความพึงพอใจของประชาชน

ประเทศไทยกำลังดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ชาติภายใต้รัฐธรรมนูญปี 2560 โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกด้าน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจให้แข่งขันได้สูง กระทรวงพาณิชย์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แม้ว่ากรมพัฒนาธุรกิจการค้าจะมีภารกิจที่สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) และควรมีวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัวและมุ่งเน้นผลลัพธ์เป็นสำคัญ แต่กลับยังไม่ทราบแน่ชัดว่าบุคลากรมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในปัจจุบันเป็นลักษณะใดและมีความแตกต่างหรือปัญหาของวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ ที่อาจไม่เหมาะสมหรือยังไม่ส่งเสริมแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่และภารกิจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้อย่างเต็มที่เพียงพอหรือไม่ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ทั้ง 4 ลักษณะ ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ ตามแนวคิดของ Cameron & Quinn (2018) เพื่อระบุสภาพวัฒนธรรมองค์การปัจจุบัน และรวบรวมข้อเสนอแนะจากบุคลากร เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาวัฒนธรรมองค์การให้เหมาะสม สามารถสนับสนุนการดำเนินงานตามเป้าหมายและภารกิจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากรที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ลักษณะรู้วัฒนธรรมองค์การ

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียด ดังนี้

ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลจัดการและตีความสิ่งเร้าที่ได้รับจากประสาทสัมผัส การตีความนี้อาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ ทัศนคติ และค่านิยมส่วนตัว และจะส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่สอดคล้องกับการรับรู้ดังกล่าว ในทำนองเดียวกัน ขวัญรัตน์ เป่ารัมย์ (2560) นิยามการรับรู้ว่า เป็นกระบวนการตอบสนองของร่างกายต่อสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า จากนั้นข้อมูลจะถูกประมวลผล วิเคราะห์ และตีความความรู้สึกของตนเอง การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะ แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการเลือกรับรู้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการ ความพึงพอใจ รวมถึงประสบการณ์เดิม ของผู้รับรู้ โดยข้อมูลที่ถูกตีความแล้วจะแสดงออกมาทางพฤติกรรม ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจในที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การ

Schein (2010 อ้างถึงใน นิธิทัศน์ แจ่มไพบูลย์, 2560) นิยามวัฒนธรรมองค์การว่า เป็นแบบแผนของข้อสมมติ

พื้นฐานร่วม ที่กลุ่มเรียนรู้จากการแก้ปัญหาทั้งการปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมภายนอกและการบูรณาการภายใน เมื่อได้รับการยอมรับและใช้งานได้ดี ก็จะถูกส่งต่อไปยังสมาชิกใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการรับรู้ คิด และรู้สึกเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ อย่างถูกต้อง เช่นเดียวกับ Robbins (2015, อ้างถึงใน ชาชิณี มณีดวงมณฑา, 2562) มองวัฒนธรรมองค์การเป็น ระบบของความหมายร่วม (system of shared meaning) ที่สมาชิกยึดถือร่วมกัน ซึ่งหล่อหลอมและกำหนดพฤติกรรม ทัศนคติ และการตัดสินใจของคนในองค์การ ทำให้องค์การนั้นมีเอกลักษณ์แตกต่างจากองค์การอื่น ๆ Robbins & Judge (2017) นิยามว่า วัฒนธรรมองค์การ คือ ระบบของความหมายร่วมกันที่สมาชิกถือปฏิบัติ ซึ่งเป็นสิ่งที่แยกแยะองค์การหนึ่งออกจากอีกองค์การหนึ่ง โดยระบบความหมายร่วมกันนี้สามารถมองได้จากมิติของค่านิยม ความเชื่อ และการสันนิษฐานพื้นฐานที่สมาชิกยอมรับและใช้เป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรมและการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในองค์การ

ทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การ

นักวิชาการได้ศึกษาและสรุปลักษณะวัฒนธรรมองค์การไว้หลายทฤษฎี โดยทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่

Cameron & Quinn (1999 อ้างถึงใน ศุภาพิชญ์ อินแตง, 2565) ได้แบ่งวัฒนธรรมองค์การออกเป็น 4 ลักษณะ คือ 1. วัฒนธรรมชนเผ่า (clan culture) เน้นความสัมพันธ์ส่วนบุคคล การดูแลเอาใจใส่ และบรรยากาศที่เป็นกันเองผู้นำมีบทบาทเป็นที่ปรึกษาเพื่อสร้างความไว้วางใจ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2. วัฒนธรรมมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง (adhocracy culture) มุ่งสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมความเป็นอิสระและมีความยืดหยุ่นสูง องค์การมีโครงสร้างแบบหลวม ๆ และกล้าเผชิญความท้าทาย 3. วัฒนธรรมราชการ (hierarchy culture) ให้ความสำคัญกับกฎระเบียบและลำดับการบังคับบัญชาที่ชัดเจน การตัดสินใจเป็นไปตามขั้นตอนจากบนลงล่าง เพื่อรักษาเสถียรภาพและความมั่นคง และ 4. วัฒนธรรมการตลาด (market culture) เน้นผลลัพธ์และการบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ ส่งเสริมให้บุคลากรทำงานอย่างมุ่งมั่นเพื่อสร้างผลงานที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

Handy (1991, อ้างถึงใน ชนิดา จิตตรุทธะ, 2560) ทฤษฎีนี้แบ่งวัฒนธรรมองค์การออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบสโมสร (club culture) เน้นความสัมพันธ์ส่วนตัวและอำนาจรวมศูนย์อยู่ที่ผู้นำเหมาะกับองค์การขนาดเล็กที่ต้องการความคล่องตัว 2) องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบเน้นบทบาท (role culture) ให้ความสำคัญกับบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจน มีโครงสร้างแบบระบบราชการ และกฎระเบียบที่แน่นอนเพื่อประสิทธิภาพ 3) องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบเน้นงาน (task culture) มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และใช้ทักษะความเชี่ยวชาญในการแข่งขัน และ 4) องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบเน้นตัวตน (existential culture) ให้ความสำคัญกับความเป็นอิสระและการพัฒนาตนเองของบุคลากร เหมาะกับองค์การที่ต้องการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์

นอกจากนี้ Trice & Beyer (1993) ยังกล่าวถึง วัฒนธรรมหลัก (dominant culture) ซึ่งเป็นค่านิยมและแนวทางปฏิบัติที่สมาชิกส่วนใหญ่ยอมรับ และวัฒนธรรมรอง (subcultures) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงานแผนก หรือกลุ่มบุคคลที่มีภูมิหลังแตกต่างกันภายในองค์การเดียวกัน

จากการศึกษาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดวัฒนธรรมองค์การของ Cameron & Quinn (2018) มาใช้เป็นแนวคิดหลักในการศึกษาลักษณะของวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อสะท้อนเห็นถึงลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในปัจจุบัน เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์การที่พร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในบริบทปัจจุบัน อีกทั้งพัฒนาและปรับปรุงวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานให้สอดคล้องกับภารกิจของกรมพัฒนาธุรกิจต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรางค์ทิพย์ ตันกุล (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์การและการจัดทำงบประมาณของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือวัดวัฒนธรรมองค์กร

(Organizational Culture Assessment Instrument: OCAI) ของ Cameron & Quinn (1999) พบว่า รูปแบบวัฒนธรรมองค์การที่ต่างกันส่งผลต่อการจัดทำงบประมาณที่แตกต่างกัน บริษัทที่มีวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น มีความเชื่อมั่นในกระบวนการงบประมาณน้อยที่สุด แต่ประสบความสำเร็จมากกว่าบริษัทอื่น และมีการทำงานที่เป็นขั้นตอนเคร่งครัด ในขณะที่บริษัทที่มีวัฒนธรรมแบบเครือญาติ มีความเชื่อมั่นในระบบงบประมาณมากที่สุด แต่มีความยืดหยุ่นในการปรับงบประมาณมากที่สุด

ปรารถนา ผกาแก้ว (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์การกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในบริษัทผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาติ แบบปรับตัว แบบมุ่งเน้นความสำเร็จ และแบบลำดับชั้น ในระดับมาก โดยรับรู้วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น มากที่สุด และมีความผูกพันต่อองค์การด้านความรู้สึกในระดับมาก

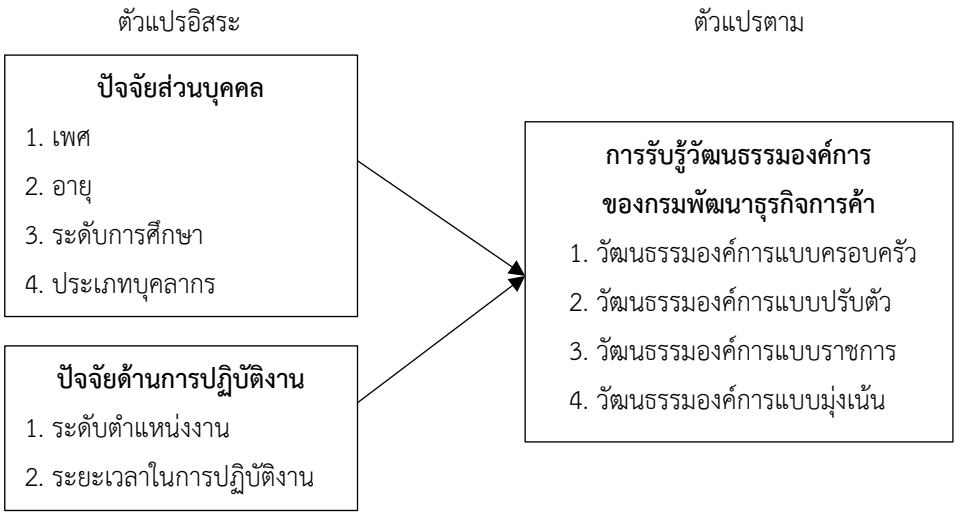
อวิกา โหละสุต (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความสอดคล้องระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์การกับวัฒนธรรมปัจเจกบุคคล ศึกษากรณีสถาบันพยาธิวิทยา ศูนย์อำนวยการแพทย์พระมงกุฎเกล้า โดยใช้ทฤษฎีแบบแผนวัฒนธรรมที่เหมาะสมของชาร์ลส์ แอนดี พบว่า วัฒนธรรมองค์การของกองทัพบกและสถาบันพยาธิวิทยาเป็นแบบเน้นบทบาท ส่วนวัฒนธรรมปัจเจกบุคคลเป็นแบบเน้นงาน และมีความสอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พชร ชูเกียรติขจร และนิยตา กาวีวงศ์ (2567) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรธุรกิจซอฟต์แวร์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลพบว่าบุคลากรมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัวมากที่สุด รองลงมาคือ แบบเครือญาติ แบบลำดับชั้น และแบบตลาด ตามลำดับ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่า การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรในองค์การ เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการทำงาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานขององค์การ รวมถึงการสร้างความผูกพันระหว่างบุคลากร ดังนั้น องค์การควรให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาวัฒนธรรมองค์การที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความผูกพันและมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายขององค์การ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยอาศัยแนวคิดจาก Cameron & Quinn (1999 อ้างถึงใน ศุภาพิชญ์ อินแตง, 2565) ซึ่งเป็นที่ยอมรับในการจำแนกประเภทวัฒนธรรมองค์การ กรอบแนวคิดนี้ช่วยให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์การได้อย่างเป็นระบบ สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 547 คน (ข้อมูลจากกลุ่มการเจ้าหน้าที่ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2568) โดยแบ่งออกตามประเภทของบุคลากร ได้แก่ ข้าราชการ จำนวน 403 คน พนักงานราชการ จำนวน 98 คน ลูกจ้างประจำ จำนวน 46 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 เมื่อกำหนดระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 231 คน ซึ่งการสุ่มตัวอย่างอาศัยหลักความน่าจะเป็น (probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (proportional stratified sampling) ตามประเภทบุคลากร เพื่อที่จะเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างต่อไป รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน

ประชากร (ตามประเภทบุคลากร)	จำนวนบุคลากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ข้าราชการ		
ระดับปฏิบัติงาน	13	5
ระดับชำนาญงาน	48	20
ระดับอาวุโส	1	1
ระดับปฏิบัติการ	81	34
ระดับชำนาญการ	170	73
ระดับชำนาญการพิเศษ	68	29
ระดับเชี่ยวชาญ	9	4
ระดับอำนวยการต้น/สูง	13	5
พนักงานราชการ	98	41
ลูกจ้างประจำ	46	19
รวมทั้งสิ้น	547	231

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้ แบบสอบถามออนไลน์ เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ ใช้มาตรส่วนการให้คะแนน 5 ระดับ โดย 5 คือ ระดับรับรู้มากที่สุด และ 1 คือ ระดับการรับรู้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามอย่างรอบด้าน เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนี้ 1) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถามทั้งแบบเลือกตอบและปลายเปิดต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาโครงสร้าง เนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา จากนั้นจึงนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจนยิ่งขึ้น และ 2) ความเชื่อมั่น (reliability) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (tryout) กับกลุ่มลูกจ้างเหมาในกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจำนวน 30 คน ซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างหลัก จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.965 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.70 แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยื่นหนังสือขอความอนุเคราะห์ขอเก็บข้อมูลวิจัยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ถึงกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และเก็บรวบรวมข้อมูล ณ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านลิงก์หรือรหัสคิวอาร์

ให้บุคลากร จำนวน 231 ชุด จากนั้นรวบรวมและตรวจสอบการตอบกลับแบบสอบถาม รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล ก่อนนำไปวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติที่เหมาะสมกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยบันทึกข้อมูลและประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน วิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง 2) ข้อมูลระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ วิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่ออธิบายระดับการรับรู้โดยรวมของลักษณะวัฒนธรรมองค์การแต่ละประเภท

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยโดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้ 1) สถิติ independent samples t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเพศ 2) สถิติ one-way ANOVA (F-Test) เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และ 3) ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยการหาค่าสถิติด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (multiple regression)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.84 อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.74 จบการการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.50 และบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 73.59 ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานระดับชำนาญการ คิดเป็นร้อยละ 31.60 และระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.28

ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์วิจัยได้ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผลสรุปลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของกรมพัฒนากิจการค้า ในการรับรู้ของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในภาพรวม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	ระดับความคิดเห็น		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1. วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว	4.38	0.60	มากที่สุด
2. วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว	4.42	0.57	มากที่สุด
3. วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ	4.53	0.50	มากที่สุด
4. วัฒนธรรมองค์การแบบมุ้งเน้นผลลัพธ์	4.54	0.49	มากที่สุด
ภาพรวม	4.47	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.47, S.D = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้าน ทุกด้านการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบมุ้งเน้นผลลัพธ์ ($\overline{X}$ = 4.54, S.D = 0.49) วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ ($\overline{X}$ = 4.53, S.D = 0.50) วัฒนธรรมแบบปรับตัว ($\overline{X}$ = 4.42, S.D = 0.57) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วัฒนธรรมแบบครอบครัว ($\overline{X}$ = 4.38, S.D = 0.60)

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน พบว่า เพศและประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การไม่แตกต่างกัน และอายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 เปรียบเทียบปัจจัยการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำแนกตาม เพศ โดยใช้สถิติ independent samples t-test อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร โดยใช้วิธีทดสอบ one-way ANOVA (F-Test) พบว่า

2.1 การทดสอบโดยใช้สถิติ independent samples t-test พบว่า โดยภาพรวมแล้วบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การโดยรวม (t = 1.665, Sig. = 0.243) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า วัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแตกต่าง คือ วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว (t = 2.650, Sig. = 0.036) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ที่มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว (t = 1.252, Sig. = 0.954) วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ (t = 1.199, Sig. = 0.108), วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (t = 0.219, Sig. = 0.923)

2.2 การทดสอบโดยใช้สถิติ one-way ANOVA (F-test) พบว่า โดยภาพรวมแล้วบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การโดยรวม (F = 2.998, Sig. = 0.032) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ (F = 3.759, Sig. = 0.012) และวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (F = 3.994, Sig. = 0.008) ส่วนบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ที่มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว (F = 0.385, Sig. = 0.764) และวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว (F = 2.304, Sig. = 0.078)

2.3 การทดสอบโดยใช้สถิติ one-way ANOVA (F-test) พบว่า โดยภาพรวมแล้วบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยรวม (F = 4.105, Sig. = 0.018) ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ (F = 5.275, Sig. = 0.006) ส่วนบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ที่มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว (F = 2.683, Sig. = 0.070) วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว (F = 1.953, Sig. = 0.144) วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (F = 2.543, Sig. = 0.081)

2.4 การทดสอบโดยใช้สถิติ one-way ANOVA (F-Test) พบว่า โดยภาพรวมแล้วบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีประเภทบุคลากรแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยรวม (F = 1.754, Sig. = 0.175) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว (F = 2.262, Sig. = 0.770) วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว (F = 2.507, Sig. = 0.084) วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ (F = 2.399, Sig. = 0.093) วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (F = 0.778, Sig. = 0.461) สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
เพศ	-	✓
อายุ	✓	-
ระดับการศึกษา	✓	-
ประเภทบุคลากร		✓

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน สัมพันธ์กับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์วิเคราะห์ปัจจัยในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าต่อของการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

การปฏิบัติงาน	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig	F	Sig.
		Std. Error	Beta				
(Constant)	4.503	0.101		44.469	0.000	0.492	0.612
ระดับตำแหน่งงาน	-0.012	0.013	-0.063	-0.940	0.348		
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	0.012	0.026	-0.030	0.456	0.649		
$R = 0.066$, $R^2 = 0.004$, Adjusted $R^2 = -0.004$							
Std. Error of the Estimate = 0.45680, Durbin-Watson = 1.586, F = 0.492, Sig = 0.612							

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน ระดับตำแหน่งงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.612) ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แบบจำลองนี้อธิบายความผันแปรของการรับรู้วัฒนธรรมองค์การได้เพียง ร้อยละ 0.4 เท่านั้น ($R^2 = 0.004$) ซึ่งมีค่าน้อยมาก แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้มีอิทธิพลหลักต่อการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าระดับตำแหน่งงาน (Beta = -0.063) และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน (Beta = -0.030) จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ แต่ก็ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้วิจัยมีประเด็นการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ประเด็นระดับการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ข้อค้นพบหลัก คือ กรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีวัฒนธรรมองค์การหลักเป็นการผสมผสานระหว่าง วัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ และวัฒนธรรม

ราชการ โดยมีวัฒนธรรมแบบปรับตัวเป็นวัฒนธรรมรอง การรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะวัฒนธรรมมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่เน้นความเป็นเลิศในการบริการและความพึงพอใจของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนปฏิบัติราชการที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมหลักของ Trice & Beyer (1993 อ้างถึงใน ธัญสินี ศรีอนุสรณ์วงษ์, 2561) และแนวคิดวัฒนธรรมมุ่งเน้นผลลัพธ์ของ Cameron & Quinn (2018) ที่ให้ความสำคัญกับเป้าหมายและการตอบสนองประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นไปตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) ที่ส่งเสริมการบริหารงานเชิงรุก สำหรับประเด็นย่อยในการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ บุคลากรมีการรับรู้ในระดับมากที่สุด โดยเน้นความเป็นเลิศในการบริการ ความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมาย และความพึงพอใจของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนปฏิบัติราชการที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สอดรับกับแนวคิดวัฒนธรรมหลักของ Trice และ Beyer (1993 อ้างถึงใน ธัญสินี ศรีอนุสรณ์วงษ์, 2561) และแนวคิดวัฒนธรรมมุ่งเน้นผลลัพธ์ของ Cameron และ Quinn (2018) ที่ให้ความสำคัญกับเป้าหมายและการตอบสนองประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นไปตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) ที่ส่งเสริมการบริหารงานเชิงรุก ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรวิภา รุ่งหมี (2564) ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์การมีลักษณะสร้างสรรค์ (มิติเน้นความสำเร็จ) สูงที่สุด

1.2 วัฒนธรรมองค์การแบบราชการ บุคลากรมีการรับรู้ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงการมีระเบียบแบบแผนการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด การที่ผู้บริหารเน้นการควบคุม กำกับดูแล และการบังคับบัญชาตามลำดับชั้น รวมถึงการมีโครงสร้างองค์การที่ชัดเจน การค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น (hierarchy culture) ของ Cameron & Quinn (2018) และวัฒนธรรมแบบบทบาท (role culture) ของ Handy (2015) รวมถึงผลการวิจัยของปรารถนา ผกาแก้ว (2561) ที่พบว่า องค์การมีการบังคับบัญชาที่เข้มงวดและมีโครงสร้างแบบแผนชัดเจน

1.3 วัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว บุคลากรมีการรับรู้ในระดับมากที่สุด โดยองค์การมีความมุ่งมั่นจะเป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ผู้บริหารส่งเสริมนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์และพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมแบบปรับตัว (adhocracy culture) ของ Cameron & Quinn (2018) ที่มุ่งสร้างบรรยากาศที่เป็นนวัตกรรมและงานวิจัยของพชร ชูเกียรติขจร และนิยตา กาวีวงศ์ (2567) ที่พบว่า บุคลากรธุรกิจซอฟต์แวร์มีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัวมากที่สุด

1.4 วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว บุคลากรมีการรับรู้ในระดับมากที่สุด โดยองค์การให้ความสำคัญกับความร่วมมือและความเป็นกันเอง การพัฒนาบุคลากร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การทำงานเป็นทีม และการช่วยเหลือกัน กรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีการบริหารจัดการที่เน้นบุคลากรเป็นศูนย์กลาง เพื่อสร้างความผูกพันและความทุ่มเท ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมแบบเครือญาติ (clan culture) ของ Cameron & Quinn (2018) ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และงานวิจัยของปรารถนา ผกาแก้ว (2561) ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัวอยู่ในระดับมาก โดยองค์การมีลักษณะเป็นครอบครัว มีความร่วมมือและรับฟังความคิดเห็น

2. ประเด็นปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการรับรู้ลักษณะรู้วัฒนธรรมองค์การ แตกต่างกัน สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 บุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มี เพศต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่ากรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีนโยบายและการสื่อสารที่ชัดเจนและทั่วถึง ทำให้บุคลากรทุกเพศได้รับค่านิยมและข้อมูลที่เท่าเทียมกัน ไม่มีปัญหาการแบ่งแยกในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gordon (2002) ที่ว่า วัฒนธรรมองค์การ คือ สภาพแวดล้อม

ภายในที่สมาชิกมีร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ผลนี้ต่างจากงานวิจัยของพรวิภา รุ่งหมี (2564) ที่พบความแตกต่างในการรับรู้วัฒนธรรมองค์การตามเพศในบางมิติในบริบทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.2 บุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีอายุต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแตกต่างกัน แต่ละช่วงอายุมีการตีความค่านิยมและบรรยากาศองค์การไม่เหมือนกัน บุคลากรที่อายุน้อยมักเปิดรับแนวคิดใหม่ เน้นความยืดหยุ่นและนวัตกรรม ส่วนบุคลากรสูงอายุจะให้ความสำคัญกับความมั่นคงและระเบียบแบบแผนมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของตติยา ผาสุก (2559) ที่กล่าวว่า แบบแผนการปฏิบัติงานเกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

2.3 บุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแตกต่างกัน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การศึกษาช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการรับรู้ข้อมูล ส่งผลให้มีมุมมองและความเข้าใจในค่านิยมและแนวทางปฏิบัติที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอวิกา โหละสุต (2562) ที่พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการรับรู้รูปแบบวัฒนธรรมองค์การในกลุ่มข้าราชการและลูกจ้าง

2.4 บุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มี ประเภทบุคลากรต่างกัน มีการรับรู้วัฒนธรรมองค์การไม่แตกต่างกัน แสดงว่า นโยบายและการปฏิบัติงานของกรมฯ มีความชัดเจนและครอบคลุมทุกประเภทบุคลากร ทำให้มีแนวทางการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมที่โดดเด่น (dominant culture) ของ Trice & Beyer (1993) อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบนี้อาจไม่สอดคล้องกับบางบริบท เช่น งานวิจัยของชาชิณี มณีดวงมณฑา (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานในองค์การข้ามชาติแตกต่างกัน ซึ่งอาจสะท้อนถึงการรับรู้ที่ต่างกันตามประเภทหรือสถานะของพนักงานในบางองค์การ

3. ประเด็นปัจจัยในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่แตกต่างกัน สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

บุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้าที่มีระดับตำแหน่งงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่ส่งผลต่อการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทิศทางลบ หมายความว่า ไม่ว่าบุคลากรจะมีตำแหน่งงานหรือระยะเวลาปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างไร พวกเขาก็ยังคงรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การไปในทิศทางเดียวกัน อธิบายได้ว่ากรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีการสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของกรมฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้บุคลากรทุกระดับและทุกช่วงเวลาการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เพิ่งเข้ามาใหม่หรือผู้ที่ทำงานมานานแล้ว ต่างมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมหลัก (dominant culture) ของ Trice & Beyer (1993) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมหลักเป็นค่านิยม วิสัยทัศน์ นโยบาย และแนวทางปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วทั้งองค์การ ซึ่งเป็นแนวทางที่กำหนดทิศทางขององค์การให้เป็นไปตามเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ชัดเจน การที่ปัจจัยด้านตำแหน่งและระยะเวลาไม่มีผลต่อการรับรู้นี้อาจบ่งชี้ถึงความแข็งแกร่งและความสม่ำเสมอของวัฒนธรรมหลักที่ถูกปลูกฝังและสื่อสารไปทั่วทั้งองค์การ ทำให้ประสบการณ์ส่วนบุคคลและลำดับอาวุโสมีอิทธิพลต่อการรับรู้โดยรวมน้อยลง ซึ่งอาจเป็นข้อได้เปรียบในแง่ของการรักษาเอกภาพและความเข้าใจร่วมกันในองค์การขนาดใหญ่แบบราชการ

อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์นี้อาจแตกต่างจากงานวิจัยในบริบทองค์การที่มีความแตกต่างทางอำนาจหรือการสื่อสารที่ไม่ทั่วถึงอย่างชัดเจน เช่น ในบางองค์การเอกชนที่มีโครงสร้างองค์การแบบแบน (flat hierarchy) ซึ่งบทบาทของตำแหน่งอาจส่งผลต่อการรับรู้มากกว่าในราชการ หรือในองค์การข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural organizations) ที่ความหลากหลายทางภูมิหลังและวิธีการสื่อสารอาจส่งผลให้การรับรู้วัฒนธรรมแตกต่างกันไปตามตำแหน่งและประสบการณ์การทำงานในองค์การนั้น ๆ อย่างมีนัยสำคัญมากกว่าในบริบทหน่วยงานราชการไทยที่ค่อนข้างมีแบบแผนและระเบียบที่ชัดเจนกว่า

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้เผยให้เห็นว่า การรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การของบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีวัฒนธรรมองค์การหลักเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์และวัฒนธรรมราชการ ซึ่งแตกต่างจากความเชื่อเดิมที่ว่าหน่วยงานราชการมีเพียงลักษณะราชการเป็นวัฒนธรรมหลักเท่านั้น นอกจากนี้ ยังพบว่าองค์การมีการผสมผสานของวัฒนธรรมหลายประเภท เช่น วัฒนธรรมแบบครอบครัว และวัฒนธรรมแบบปรับตัว แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนและความหลากหลายของพลวัตทางวัฒนธรรมในองค์การภาครัฐ งานวิจัยนี้ยังให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าจากข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การที่พึงประสงค์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิภาพและสร้างความสุขในการทำงาน การใช้มุมมองของบุคลากรโดยตรงช่วยให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนสภาพจริงของคนในองค์การ และเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์การที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคน โดยสรุป งานวิจัยนี้ช่วยให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์การในหน่วยงานราชการไทย และเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบนโยบายและแนวปฏิบัติที่ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์การที่พึงประสงค์ในอนาคต โดยเฉพาะการสร้างสมดุลระหว่างความเป็นระเบียบแบบราชการกับการส่งเสริมการปรับตัว การทำงานแบบครอบครัว และการมุ่งเน้นผลลัพธ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรส่งเสริมวัฒนธรรมแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์และวัฒนธรรมราชการควบคู่กัน โดยกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจนและเป็นธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานและมอบรางวัลอย่างโปร่งใส เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและกระตุ้นการทำงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ

1.2 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรส่งเสริมนวัตกรรมและการมีส่วนร่วม โดยจัดให้มีช่องทางให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนางานและบริการให้ตอบโจทย์ยุคดิจิทัล พร้อมสนับสนุนโครงการนำร่องและมอบรางวัลแก่ผู้ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์และนำไปใช้ได้จริง

1.3 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควรปลูกฝังแนวคิดการเปิดรับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลง โดยจัดทำแผนพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเสริมสร้างทักษะของบุคลากรและเพิ่มความสามารถในการปรับตัวขององค์การให้ทันสมัยอยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน อาจรวมถึงการตั้งตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรม

2.2 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การกับความพร้อมของบุคลากรในการปรับตัวสู่ระบบดิจิทัล

2.3 ควรศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในยุคดิจิทัล

2.4 ควรศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้วัฒนธรรมองค์การต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยใช้ตัวชี้วัดที่วัดผลได้เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *แผนพัฒนาบุคลากรกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พ.ศ. 2567 – 2570.* สืบค้น 15 ธันวาคม 2567 จาก https://anyflip.com/tnyfq/ffyc/basic.

ขวัญรัตน์ เป่ารัมย์. (2560). *อิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมที่มีต่อการยอมรับของประชาชนในงานบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชนิดา จิตตรุทธะ. (2560). *ทฤษฎีองค์การ : ปรัชญา กระบวนทัศน์ และแนวคิด* (พิมพ์ครั้งที่ 3). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาชิณี มณีดวงมณฑา. (2562). *ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานฝ่ายสนับสนุนชาวไทยในองค์กรญี่ปุ่นข้ามชาติ.* สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

ตติยา ผาสุก. (2559). *การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง โดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวสื่อ.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธัญสินี ศรีอนุสรณ์วงษ์. (2561). *การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์การขององค์การภาครัฐไทยภายใต้บริบทไทยแลนด์ 4.0: ศึกษากรณี สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร).* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิธิทัศน์ แจ่มไพบูลย์. (2560). *วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลในอำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา.* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชครินทร์.

ปรารถนา ผกาแก้ว. (2561). *การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในกลุ่มบริษัทผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรวิภา รุ่งหมี. (2564). *วัฒนธรรมองค์การในการรับรู้ของข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี.* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

พชร ชูเกียรติขจร และนิยตา กาวีวงศ์. (2567). วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรธุรกิจซอฟต์แวร์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 10*(2), 270-276.

วิทยา พยัคฆันตร และเสรี ชัดแช้ม. (2564). การรับรู้วัฒนธรรมองค์การต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 12*(1), 143-160.

ศุภาพิชญ์ อินแตง. (2565). *วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุรางค์ทิพย์ ตันกุล. (2559). *วัฒนธรรมองค์กรและการจัดทำงบประมาณของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.* การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อวิกา โหละสุต. (2562). *ความสอดคล้องระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์การกับวัฒนธรรมปัจเจกบุคคล ศึกษากรณีสถาบันพยาธิวิทยา ศูนย์อำนวยการแพทย์พระมงกุฎเกล้า.* สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Addison Wesley.

Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2018). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* (4th ed). Jossey-Bass.

Cronbach, L. J. (1970). *Essential of psychological testing*. New York: Harper Row.

Gordon, J. R. (2002). *Organizational behavior: A diagnostic approach* (7th ed). Prentice Hall.

Handy, C. (2015). *The Second curve: Thoughts on reinventing society*. Random House Business.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed). Pearson.

Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed). Jossey-Bass.

Trice, H. M., & Beyer, J. M. (1993). *The cultures of work organizations*. Prentice-Hall, Inc.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). Harper & Row.