

บทความวิจัย

การพัฒนาแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่ง ผลสำเร็จของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของไทย

เกศกุล สระแก้ว¹

อรพินทร์ ชูชม²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของไทย จำนวน 325 คน แบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จพัฒนาจากแนวคิด Competing Values Framework ของ Cameron&Quinn (2011) โดยข้อคำถามปรับจากแบบวัด Organization Culture Assessment Instrument (OCAI) และปรับให้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานโรงงานอาหารสัตว์ของไทย ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แบบวัดมีข้อคำถาม 19 ข้อ 5 องค์ประกอบ ผลการพัฒนาคุณภาพแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ มีดังนี้ (1) แบบวัดมีความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ .935 แสดงว่าแบบวัดมีคุณภาพด้านความสอดคล้องภายใน (2) ผลการวิเคราะห์สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ .922 และ Bartlett's Sphericity Test-Approximate มีค่าเท่ากับ 4565.628 ซึ่งเป็นค่าที่ผ่านเกณฑ์ แสดงว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบมีความเหมาะสมกับข้อมูล

¹ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Email: kedkun.s@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Email: oraphin@swu.ac.th

(3) ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า แบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2=304.967$, $df=142$, $CFI=.949$, $TLI=.938$, $RMSEA=.059$) น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกต (ข้อคำถาม) มีค่าระหว่าง .595-.881 เป็นค่าที่ผ่านเกณฑ์ แบบวัดจึงมีโครงสร้างองค์ประกอบที่ถูกต้องและกลมกลืนกับแบบจำลอง (4) ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก พบว่าแบบจำลองการวัดที่มีโครงสร้างองค์ประกอบ 5 ด้านมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกดีกว่าแบบจำลองการวัดที่มีโครงสร้างองค์ประกอบ 4 ด้าน แสดงว่า ตัวแปรสังเกตแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายของค์ประกอบทั้ง 5 ที่แตกต่างกันได้ และ (5) องค์ประกอบแต่ละด้านมีค่าความเชื่อมั่นการวัดของตัวแปรแฝง (CR) ระหว่าง .802-.877 และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าระหว่าง .508-.705 แสดงว่า ข้อคำถามหรือตัวแปรสังเกตมีความเชื่อมั่นในการวัดตัวแปรแฝงได้แตกต่างกันในแต่ละองค์ประกอบ ผลการพัฒนาแบบวัดแสดงว่า แบบจำลองการวัดมีความเหมาะสม เชื่อถือได้และถูกต้องสอดคล้องตามทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การและบริบทของพนักงานในอุตสาหกรรมโรงงานอาหารสัตว์ แบบวัดมีองค์ประกอบที่มั่นคง สามารถนำมาปรับใช้ประเมินพนักงานในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมได้

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์การ วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พนักงานในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์

RESEARCH ARTICLE

Development of the Achievement Organizational Culture Scale among Feed Mill Industry Employees in Thailand

Kedkun Srakawee¹

Oraphin Choochom²

Abstract

The purpose of this study was to develop the achievement organizational culture scale. The participants were 325 feed mill employees. The achievement organizational culture scale had been adapted following the Competing Values Framework (Cameron and Quinn, 2011). The scale was developed based on Organization Culture Assessment Instrument (OCAI) and adjusted to Thai feed mill context. The content of the scale was judged by 3 experts for content validity. The questionnaire consisted of 19 items with 5 factors. The result showed that: (1) Cronbach's alpha coefficient was .935, which indicated good internal consistency for the scale. (2) The Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) .922 and the Bartlett's Test 4565.628 were significant at the level of 0.001 which indicated that the Confirmatory Factor Analysis was appropriate with the data. (3) Confirmatory factor analysis (CFA) indicated

¹ Graduate Student, Doctor of Philosophy (Applied Behavioral Science Research), The Behavioral Science Research Institute (BSRI), Srinakharinwirot University, Email: kedkun.s@gmail.com

² Associate Professor, Ph.D., The Behavioral Science Research Institute (BSRI), Srinakharinwirot University, Email: oraphin@swu.ac.th

that the model fitted with the empirical data ($\chi^2=304.967$, $df=142$, $CFI=0.949$, $TLI=0.938$, $RMSEA=0.059$). The factor loadings were between .595 and .881, greater than .50, which meant they were considered practically significant. Evaluation scale demonstrated good construct validity and goodness-of-fit for the model. (4) Discriminant validity analysis found that a five-factor structure model better fitted with the data than a four-factor structure model. The finding indicated that a five-factor structure model was supported with confirmatory factor analysis; each factor could be explained by different structure model. (5) The Construct Reliability (CR) was between .802 and .877 and the Average Variance Extracted (AVE) was between .508 and .705, which indicated that the items or observed variables were reliable and could measure the latent variables in each construct. The finding showed that the model was appropriate, reliable and valid with the organizational culture theory and Thai feed mill context. The scale has stable constructs that can be used to evaluate employee in industrial areas.

Keywords: Organizational Culture, Achievement Organizational Culture, Confirmatory Factor Analysis, Feed Mill Industry Employees

บทนำ

การผลิตอาหารสัตว์เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารที่เชื่อมต่อยุทธศาสตร์เกษตรซึ่งเป็นสินค้าหลักของประเทศไทย การเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นอาหารโปรตีนของประชากร ปัจจุบันอาหารสัตว์ของไทยนับว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับสากล มีปริมาณการผลิตสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งในอาเซียน (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2557) และมีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านอาหารของประเทศ อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา (พ.ศ.2553-2559) ซึ่งทำให้ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่น การแข่งขันการตลาดธุรกิจอาหารสัตว์ อุทกภัยและโรคระบาด (ประชาชาติธุรกิจ, 2556) โรงงานต้องปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง มุ่งเพิ่มกำลังการผลิตให้ทันต่อความต้องการอาหารสัตว์ของลูกค้า ส่งผลให้ต้องปรับเปลี่ยนระบบการทำงานภายในโรงงาน ซึ่งกระทบต่อทั้งโรงงานและพนักงานอย่างต่อเนื่อง (ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและธุรการ, 2558) สภาพการณ์เช่นนี้จึงสอดคล้องกับกระบวนการเกิดวัฒนธรรมองค์การ กล่าวคือ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น องค์กรและพนักงานต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด เติบโต และรวมกันภายในองค์กรเพื่อทำหน้าที่ประจำวันและสามารถปรับตัวได้ (Schein, 1992) การปรับตัวเพื่อความเติบโตของแต่ละองค์การ ทำให้มีวัฒนธรรมที่ต่างกัน เช่น วัฒนธรรมที่เน้นการวิจัยและพัฒนา วัฒนธรรมที่เน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจ เป็นต้น วัฒนธรรมองค์การจึงเปรียบเสมือนบุคลิกภาพ (Personality) หรือ จิตวิญญาณ (Spirit) ที่สะท้อนตัวตนและความมุ่งมั่นขององค์การ (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2550) จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาวัฒนธรรมองค์การในธุรกิจที่มีสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นองค์การที่อยู่ในช่วงการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก และ

เป็นองค์การที่มีวัฒนธรรมที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมในรูปแบบเฉพาะของกลุ่มธุรกิจไทยในปัจจุบัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การของไทยส่วนใหญ่ใช้แนวคิดและแบบวัดวัฒนธรรมองค์การที่หลากหลายเพื่อประเมินการรับรู้วัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ที่มีในองค์การ เช่น การศึกษาวัฒนธรรมในโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการของกองทัพบก (พร พิเศก, 2546) การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของพนักงานในธุรกิจโรงแรม (ชวนา อังคนรักษ์พันธุ์, 2546) การศึกษาวัฒนธรรมองค์การของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา (กิตติมา จิตรีโกชน, 2554) การรับรู้วัฒนธรรมองค์การในบริษัท (ทิพย์ธิดา จินตานนท์, 2554; พิจิก พรหมแก้ว, 2547) นอกจากนี้ มีงานวิจัยอื่น ๆ ที่ใช้แบบวัดเพื่อประเมินการรับรู้ประเภทของวัฒนธรรมองค์การต่าง ๆ (สุภาพร มหิกุล, 2543; สมชาย สุวิซาวพันธุ์, 2548; จันทนา วิบุลยสาร, 2549) ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การมุ่งศึกษาวัฒนธรรมที่มีลักษณะเด่นในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะจะช่วยให้เกิดความเข้าใจองค์การนั้นให้ดียิ่งขึ้น ทำให้องค์การสามารถนำไปวางแผนการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ขององค์การได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการสร้างแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่มีลักษณะเด่นเฉพาะด้าน ดังเช่น การพัฒนาแบบวัดวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาแบบวัดครั้งนี้มุ่งหวังเพื่อสร้างองค์ความรู้การบูรณาการทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การเข้ากับบริบทของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของไทย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลุ่มลึกต่อวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบจำลองการวัดที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองการวัดตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. เพื่อศึกษาน้ำหนักขององค์ประกอบการวัดตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมองค์การ

“วัฒนธรรม” เป็นคำที่มีความหมายสับสนเพราะการแยกแยะ “กลุ่ม” และ “องค์การ” ให้ชัดเจนนั้นทำได้ยาก (Shein, 1992) ความหมายของวัฒนธรรมมีแตกต่างกันมากมาย (พัฒน์นิช โกญจนาท, 2546) การศึกษาแนวคิดทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture Theory) จึงมีหลายแนวคิดเช่นกัน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนวคิดหลัก 3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์การ ได้แก่ (1) แนวคิดวัฒนธรรมของ Schein (1990; 1992) ตามแนวคิดนี้กล่าวว่า วัฒนธรรมมีจุดเริ่มต้นจาก “กลุ่ม (Group)” ที่หมายถึง “กลุ่มทางสังคม (Social Unit)” ทุกขนาด รวมถึงองค์การและกลุ่มย่อยในองค์การที่มีจุดร่วมเหมือนกัน มีปรากฏการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน (Schein, 1992: 8-10) Schein ได้แบ่งระดับความแตกต่างพื้นฐานของวัฒนธรรมที่ปรากฏไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับวัตถุ ระดับค่านิยม และระดับฐานคติ (2) แนวคิดวัฒนธรรมองค์การของ Robbins (1997; 2001) แนวคิดนี้เสนอว่า การเกิดวัฒนธรรมเป็นกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization Process) ซึ่งเป็นการปรับตัวของพนักงานต่อวัฒนธรรมองค์การตามโมเดลกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (A Socialization Model) Robbins สนใจวัฒนธรรมหลักที่ทำให้เกิดค่านิยมหลักขององค์การ โดย

แบ่งวัฒนธรรมเป็นแบบต่าง ๆ (Robbins, & Coulter, 2009: 69; ร็อบบินส์, 2550: 31-34) เช่น วัฒนธรรมที่เน้นจริยธรรม วัฒนธรรมที่เน้นนวัตกรรม วัฒนธรรมที่เน้นการตอบสนองต่อลูกค้า วัฒนธรรมที่เน้นองค์การและจิตวิญญาณ เป็นต้น และ (3) แนวคิดวัฒนธรรมของ Cameron and Quinn (2011) เป็นแนวคิดที่มองความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและโครงสร้างทางสังคม ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิดนี้อย่างละเอียดในหัวข้อต่อไป จากแนวคิดหลักที่กล่าวข้างต้นนั้น พบว่า วัฒนธรรมมีลักษณะวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน 2 แบบตามที่ พัฒนิจ โกญจนาท (2546) ได้กล่าวถึง คือ วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมและวัฒนธรรมที่มีลักษณะพฤติกรรมหรือรูปธรรม เมื่อมองวัฒนธรรมเชิงโครงสร้างทางสังคม พบว่า Shein และ Cameron and Quinn จัดวัฒนธรรมเป็นกลุ่มทางสังคม ส่วน Robbins เห็นว่าการศึกษาวัฒนธรรมเป็นกระบวนการทางสังคม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมุ่งศึกษาวัฒนธรรมองค์การโดยมีพื้นฐานจากกรอบแนวคิด Competing Values Framework (Cameron & Quinn, 2011) เนื่องจากมีมุมมองรอบด้านทางสังคมและทันสมัย ใกล้เคียงกับลักษณะโครงสร้างทางสังคมแบบองค์การธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่องค์กรส่วนใหญ่เผชิญหน้ากับความท้าทายจากการแข่งขันในรูปแบบใหม่ ๆ

2. แนวคิดวัฒนธรรมองค์การของ Cameron and Quinn

ปัจจุบันมีผู้สนใจศึกษาแนวคิดนี้อย่างกว้างขวาง ตามแนวคิดนี้ “วัฒนธรรมองค์การ” มีความหมายใน 2 แนวทาง คือ แนวทางสังคมวิทยาที่เห็นว่า “วัฒนธรรมเป็นโครงสร้างทางสังคม” และ “องค์การมีวัฒนธรรม” และแนวทางมานุษยวิทยาที่ว่า “องค์การคือวัฒนธรรม” ซึ่งโดยรวมแล้ว วัฒนธรรมจึงหมายถึงค่านิยมที่มีร่วมกันเป็นหลักภายใต้ฐานคติเดียวกัน มีความคาดหวังและมีคำจำกัดความที่บ่งบอกคุณลักษณะขององค์การและสมาชิกส่วนใหญ่ ในยุคต่อมา Cameron and Quinn (2011) ได้พัฒนาแนวคิดวัฒนธรรมองค์การที่เรียกว่า

“กรอบแนวคิดคุณค่าเชิงเทียบเคียง (Competing Values Framework)” ซึ่งมี
เกณฑ์ “มุ่งเน้นภายนอกหรือมุ่งเน้นภายใน (External Focus or Internal Focus)”
และ “ความยืดหยุ่นและการใช้ดุลยพินิจ (Flexibility and Discretion)” หรือ “ความ
มั่นคงและการควบคุม (Stability and Control)” เป็นตัวบ่งชี้ที่ทำให้เกิดขอบเขต 2
แบบ คือ (1) ขอบเขตของสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีความยืดหยุ่นหรือมีความคงที่
ไม่เปลี่ยนแปลง และ (2) ขอบเขตด้านกลยุทธ์ขององค์กร (Strategic Focus) ที่
มุ่งเน้นจุดแข็งภายในหรือจุดแข็งภายนอก (Cameron & Quinn, 2011; Daft 2003;
2004; 2006; Schein, 1992) แนวคิดนี้จึงกำหนดมิติทางวัฒนธรรมองค์กรไว้ 3
ด้าน (Cameron and Quinn, 2011: 29) ได้แก่ (1) ด้านสมมติฐานพื้นฐาน (Basic
Assumption) ประกอบด้วย มิติด้านคุณลักษณะเด่นขององค์กร (Dominant
Characteristic) และมิติด้านกาวใจในองค์กร (Organization Glue) (2) ด้านแบบ
แผนการมีปฏิสัมพันธ์ในองค์กร (Interaction Pattern) ประกอบด้วย มิติภาวะผู้นำ
(Leadership) และมิติการบริหารจัดการด้านบุคลากร (Management of Employees)
และ (3) ด้านทิศทางขององค์กร (Organization Direction) ประกอบด้วยกลยุทธ์ที่
องค์กรให้ความสำคัญ (Strategic Emphasis) และเกณฑ์ของความสำเ็จ (Criteria
of Success) การประเมินชัยชนะและการฉลองความสำเ็จ จากแนวคิดข้างต้น จึง
เกิดวัฒนธรรมหลัก 4 แบบ ได้แก่ (1) วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (The Clan Culture)
เป็นวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กร มีบรรยากาศการ
ทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน เอาใจใส่ทั้งพนักงานและลูกค้า ยึดมั่นความ
เป็นธรรมและการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด (2) วัฒนธรรมแบบปรับตัว (The
Adaptability Culture หรือ Adhocracy) เป็นรูปแบบมุ่งสร้างค่านิยมใหม่ขององค์กร
เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน มีอิสระในการตัดสินใจ สนองตอบต่อลูกค้า
เป็นสำคัญ กล้าเสี่ยง กล้าคิดและทำสิ่งใหม่ เน้นการให้รางวัลแก่ผู้ที่ริเริ่มสร้างสรรค์
เป็นพิเศษ มอบหมายอำนาจการตัดสินใจแก่พนักงาน มีความยืดหยุ่นและตอบสนอง

รวดเร็ว (3) วัฒนธรรมแบบราชการ (The Bureaucratic Culture หรือ The Hierarchy Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายในและความมั่นคง เน้นความประหยัด ความสำเร็จมีเหตุผล ยึดถือและปฏิบัติตามกฎระเบียบ และ (4) วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (The Achievement Culture หรือ The Market Culture)

“วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ” เป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่ได้รับการนิยามมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ซึ่งเป็นยุคที่องค์การส่วนใหญ่เผชิญหน้ากับการแข่งขันในธุรกิจในรูปแบบใหม่ ลูกค้ายเป็นผู้เลือกและสนใจในคุณค่า องค์การธุรกิจจึงต้องเพิ่มการแข่งขันและบริหารผลักดันไปสู่การสร้างผลผลิตและกำไร คำว่า “Market” ในที่นี้หมายถึง ประเภทขององค์การที่ทำหน้าที่เป็นตลาดของตัวเอง โดยมุ่งเน้นสภาพแวดล้อมภายนอกแทนกิจการภายใน (ซึ่งไม่เหมือนวัฒนธรรมแบบลำดับชั้นที่ควบคุมภายในด้วยกฎระเบียบ) ดำเนินการตลาดโดยผ่านกลไกทางเศรษฐกิจ เป้าหมายเบื้องต้น คือ การสร้างผลกำไร มีตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niches Market) มีค่านิยมหลักขององค์การ (The Core Value) ที่เน้นการแข่งขันและความเป็นมืออาชีพ สร้างผลผลิต ความสมบูรณ์แบบ ความเฉลียวฉลาด มีการบริหารสภาพแวดล้อมภายนอก ไม่เน้นเรื่องความยืดหยุ่นและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เน้นการทำงานหนักในระยะยาวเพื่อบรรลุผลตามเป้าหมาย มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในเป้าหมาย แข่งขันเชิงรุก เน้นความสามารถและความคิดริเริ่ม พนักงานที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูงกว่า (Daft, 2006; Cameron & Quinn, 2011) การส่งเสริมวัฒนธรรมแบบนี้ มีแนวทางปฏิบัติ 3 ด้าน (Cameron & Quinn, 2011: 233-239) คือ (1) การบริหารการแข่งขัน (Managing Competitive) หมายถึง องค์การควรมีระบบติดตามการแข่งขัน สร้างมาตรฐานการปฏิบัติที่ดีที่สุดในองค์การ เรียนรู้ความสำเร็จจากหน่วยงานอื่น สร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพระดับโลก (World-Class Quality) มีการฉลองความสำเร็จ ป้องกันความผิดพลาดจากสิ่งที่เกิดขึ้น (2) การกระตุ้นพนักงาน (Energizing Employees)

หมายถึง องค์การควรสร้างระบบจูงใจเป็นรางวัลที่ไม่ใช่เงิน ลดความล่าช้าในการ
นำเสนอผลงาน มีระเบียบวินัยอย่างสม่ำเสมอและยุติธรรม มีระบบที่เลี้ยง ผลักดัน
ให้เกิดผลผลิต มีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจนและวัดได้ และ (3) การบริการลูกค้า
(Managing Customer Service) หมายถึง การมีแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้า
ภายใน (หมายถึง พนักงานในองค์การเดียวกัน) อย่างที่ดีที่สุดเช่นเดียวกับลูกค้า
ภายนอก เมื่อเปรียบเทียบวัฒนธรรมทั้ง 4 รูปแบบ พบว่า วัฒนธรรมแบบมุ่ง
ผลสำเร็จเป็นลักษณะที่มีมากที่สุดในองค์การมหาชน และองค์การธุรกิจเอกชน
จากการศึกษาวัฒนธรรมองค์การของไทยที่ใช้แนวคิดวัฒนธรรม 4 แบบ พบว่า
หน่วยงานที่ไม่ใช่องค์การธุรกิจมีการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จน้อยกว่า
วัฒนธรรมแบบอื่น เช่น ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลมีวัฒนธรรมแบบปรับตัว (กิตติมา จิตศรีโกชน, 2554) โรงเรียนเหล่าสาย
วิทยาการของกองทัพบกมีวัฒนธรรมเด่นที่มีการปฏิบัติมากที่สุด คือ วัฒนธรรม
แบบราชการ (พร พิเศษ, 2546) ในงานวิจัยต่างประเทศ พบว่า องค์การทั่วไปมี
แนวโน้มเป็นวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมากที่สุด (Cameron & Quinn, 2011: 86-88)

สำหรับโรงงานอาหารสัตว์ที่ศึกษาครั้งนี้ มีลักษณะการทำงานที่มีการ
ผลิตตลอด 24 ชั่วโมง พนักงานแผนกต่าง ๆ ในโรงงานทำงานร่วมกับทั้งหน่วยงาน
ภายในและภายนอกโรงงาน โรงงานมีนโยบายส่งเสริมค่านิยมหลักของโรงงาน
ได้แก่ การทำงานที่รู้จักจริง มีทักษะความชำนาญรอบรู้ในงานที่ทำ มีความซื่อสัตย์
เน้นการมีส่วนร่วมในการทำงาน กล้าคิดทำสิ่งใหม่เพื่อปรับปรุงการผลิตสินค้าและ
บริการ ตลอดจนใส่ใจรายละเอียดในทุกกระบวนการผลิต ดังนั้น เมื่อพิจารณา
บริบทของโรงงานร่วมกับแนวคิดวัฒนธรรมองค์การ จึงพอสรุปได้ว่า ลักษณะของ
โรงงานอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ที่ศึกษานี้มีลักษณะส่วนใหญ่ที่สอดคล้องกับ
วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

สมมุติฐานงานวิจัย

1. แบบจำลองการวัดของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีโครงสร้างองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านคุณลักษณะหลักขององค์การ (2) ด้านรูปแบบการบริหารพนักงาน (3) ด้านการเชื่อมสัมพันธ์ในโรงงาน (4) ด้านกลยุทธ์ที่สำคัญ และ (5) ด้านเกณฑ์ของความสำเร็จ
2. แบบจำลองการวัดของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีความกลมกลืนตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. องค์ประกอบของแบบจำลองการวัดของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีน้ำหนักองค์ประกอบที่เหมาะสมผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาโครงสร้างองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จของพนักงานโรงงานอาหารสัตว์ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างของตัวแปร

ผู้วิจัยกำหนดนิยามปฏิบัติการและองค์ประกอบของตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎี Competing Values Framework และศึกษาลักษณะวัฒนธรรมองค์การที่มีพื้นฐานมาจากค่านิยมหลักของโรงงาน

2. สร้างเครื่องมือวัดตัวแปร

แบบวัดนี้สร้างจาก 3 แนวทาง คือ (1) ทฤษฎีกรอบแนวคิด Competing Values Framework เพื่อกำหนดองค์ประกอบของตัวแปรและปรับข้อคำถามจากแบบวัด OCAI (2) ข้อเสนอแนะการบริหารงานบุคคลของวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (Cameron & Quinn, 2011: 233-239) และ (3) ค่านิยมหลักของโรงงานที่ศึกษา เนื่องจากเป็นโรงงานที่มีขนาดใหญ่เกิน 50 คน (พัฒนิช โภญจนาท, 2546) ผู้วิจัยจึงพิจารณานำค่านิยมหลักของโรงงานมาร่วมศึกษาในตัวแปร

แบบวัดใช้มาตราวัด (Scales) ประเมินค่า 6 ระดับ จากระดับ จริงที่สุด ไปถึง ไม่จริงที่สุด เป็นจำนวนชองคู่ ซึ่งมีแนวโน้มให้ค่าความเที่ยงมากกว่าจำนวนชองเลขคี่ แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (สุพักตร์ พิบูลย์, 2559) การใช้มาตราวัดชองคู่เป็นการช่วยลดการตอบที่ไม่เต็มใจตอบอย่างจริงจังหรือการปกป้องตัวเองในการเปิดเผยความคิดเห็นส่วนตัวของตน (อรพินทร์ ชูชม, 2545) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปสำหรับพนักงานและตอนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและเนื้อหา (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่า IOC เท่ากับ 0.80 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (สุวิมล ติรกานันท์, 2550; วรณี แกมเกตุ, 2551) จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) จากข้อคำถามทั้งหมด 30 ข้อ มีค่าระหว่าง (-0.67)-0.67 จำนวน 9 ข้อ และมีค่าเท่ากับ 1 จำนวน 21 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.28-0.75 เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบวัดได้ข้อคำถาม 25 ข้อ แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

3. เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานประจำในโรงงานผลิตอาหารสัตว์ของบริษัทมหาชนแห่งหนึ่งใน 6 จังหวัด ได้แก่ ลำพูน ลำพูนรี นครราชสีมา นครปฐม สมุทรปราการ และสงขลา (สำรวจ พ.ศ. 2559) มีระยะเวลาทำงานไม่น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 325 คน การพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมผู้วิจัยใช้อ้างอิงกับเกณฑ์การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) โดยทั่วไปใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 200 คน (Klien, 2011) นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและการวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผู้วิจัยวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity (BTS) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.922 ซึ่งมากกว่า 0.9 จึงถือเป็นค่าที่ยอดเยียมตามเกณฑ์ (Hutcheson & Sofroniou, 1999 cited in Field, 2009; Kaiser, 1974 cited in Field, 2009) Bartlett's Sphericity Test-Approximate (BTS) มีค่าเท่ากับ 4565.628 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (KMO=0.922, BTS $\chi^2=4565.628$, *** $p<.001$) แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยรวมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (Field, 2009) และการวิเคราะห์องค์ประกอบมีความเหมาะสมกับข้อมูล จากนั้นจึงวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ต่อไป เพื่อตรวจสอบแบบจำลองการวัดของตัวแปร และยืนยันเครื่องมือวัดที่สร้างและพัฒนาจากแนวคิดที่กำหนดไว้ โดยการยืนยันว่าโมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ การทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองจะพิจารณาจากดัชนี Goodness-Of-Fit Indices ได้แก่ (1) ดัชนีความกลมกลืนแบบสัมบูรณ์ (Absolute Fit Indexes) ได้แก่ ค่า χ^2 และค่า χ^2/df ควรมีค่าระหว่าง 2-3 (Carmines & McIver, 1981 อ้างอิงใน นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, มปป.) ค่า SRMR และ RMSEA (2) ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Indexes) ได้แก่ CFI และ TLI และ (3) ดัชนีความกลมกลืนเชิงประหยัด (Parsimonious Fit Indexes) ได้แก่ ค่า AIC BIC และ Adjust BIC การกำหนดค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ในกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 250 คน ค่า CFI/TLI ควรมีค่ามากกว่า 0.92 ค่า SRMR ควรมีค่าน้อยกว่า 0.08 ค่า RMSEA ควรมีค่าน้อยกว่า 0.07 (CLI>0.92) (Hair et al, 2010: 672) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเชื่อมั่นการวัดของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR)

ของแต่ละองค์ประกอบ โดยค่า CR ควรมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ ค่า AVE ควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair; et al, 2010) ส่วนการพิจารณาแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถาม โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.30-0.40 สำหรับกลุ่มตัวอย่างขนาด 250-350 คน (Hair et al, 1998) ข้อคำถามที่ซ้ำซ้อนและมีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่าเกณฑ์จะถูกเลือกตัดออก จนแบบจำลองการวัดกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเป็นพนักงานโรงงานอาหารสัตว์ 7 โรงงาน จำนวน 325 คน มีอายุงานไม่น้อยกว่า 6 เดือน อายุเฉลี่ย 33.2 ปี เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 เพศหญิง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงหรืออนุปริญญา จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีระยะเวลาทำงานในโรงงานโดยเฉลี่ย 7.18 ปี

2. คุณภาพแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัดมี 2 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นการทดลองใช้

ผู้วิจัยได้นำแบบวัดไปทดลองใช้กับพนักงาน 77 คน ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นทดลองใช้ทำให้ได้แบบวัดที่มีองค์ประกอบ 5 ด้าน 25 ข้อ ดังนี้ (1) ด้านคุณลักษณะหลักขององค์การ จำนวน 3 ข้อ (ข้อ 1-3) (2) ด้านการ

บริหารพนักงาน จำนวน 5 ข้อ (ข้อ 4–8) (3) ด้านการเชื่อมสัมพันธ์ในองค์การ จำนวน 6 ข้อ (9–14) (4) ด้านกลยุทธ์ที่สำคัญ จำนวน 6 ข้อ (ข้อ 15–20) และ (5) ด้านเกณฑ์ของความสำเริง จำนวน 5 ข้อ (ข้อ 21–25) เมื่อปรับปรุงแบบวัดแล้วจึงเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 325 คน

2.2 ขั้นการนำไปใช้จริง

ข้อมูลทีวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.935 แสดงว่า แบบวัดมีคุณภาพด้านความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.26-0.71 เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า แบบจำลองการวัดของตัวแปรยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในครั้งแรก ($\chi^2=844.086$, $df=265$, $CFI=0.869$, $TLI=0.851$, $RMSEA=0.082$, $AIC=18913.318$, $BIC=19234.943$, $Adjust\ BIC=18965.330$) ผู้วิจัยจึงปรับแบบจำลองโดยตัดข้อคำถามที่เนื้อหาซ้ำซ้อนกับข้ออื่นและข้อที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) น้อยออกทีละข้อ (ตัดข้อคำถาม 4, 12, 17, 19, 21 และ 24) จนพบว่า ดัชนีความกลมกลืนเกือบทุกตัวผ่านเกณฑ์ ได้แก่ $\chi^2=304.967$, $df=142$, $CFI=0.949$, $TLI=0.938$, $RMSEA=0.059$, $AIC=14147.436$, $BIC=14400.925$, $Adjust\ BIC=14188.433$ มีเพียงดัชนีของค่าสถิติ χ^2 ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาพร้อมกับดัชนีตัวอื่น ๆ ทุกตัวผ่านเกณฑ์ (ตารางที่ 1) จึงตอบสมมติฐานข้อ 2 ที่ว่าแบบจำลองการวัดของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จมีความกลมกลืนตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นการวัดของตัวแปรแฝง (CR) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ด้านคุณลักษณะหลักของโรงงาน มีค่า $CR=0.802$ และ $AVE=0.576$ ด้านรูปแบบการบริหารพนักงาน มีค่า $CR=0.872$ และ $AVE=0.633$ ด้านการเชื่อมสัมพันธ์ในโรงงานมีค่า $CR=0.816$ และ $AVE=0.591$ ด้านกลยุทธ์ที่สำคัญมีค่า $CR=0.804$ และ $AVE=0.508$ ด้าน

เกณฑ์ของความล้มเหลวมีค่า CR=0.877 และ AVE=0.705 ซึ่งทุกองค์ประกอบมีค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (Hair; et al, 2010) แสดงว่าข้อคำถาม หรือตัวแปรสังเกตมีความเชื่อมั่นในการวัดตัวแปรแฝงได้แตกต่างกันในแต่ละองค์ประกอบ

ตารางที่ 1

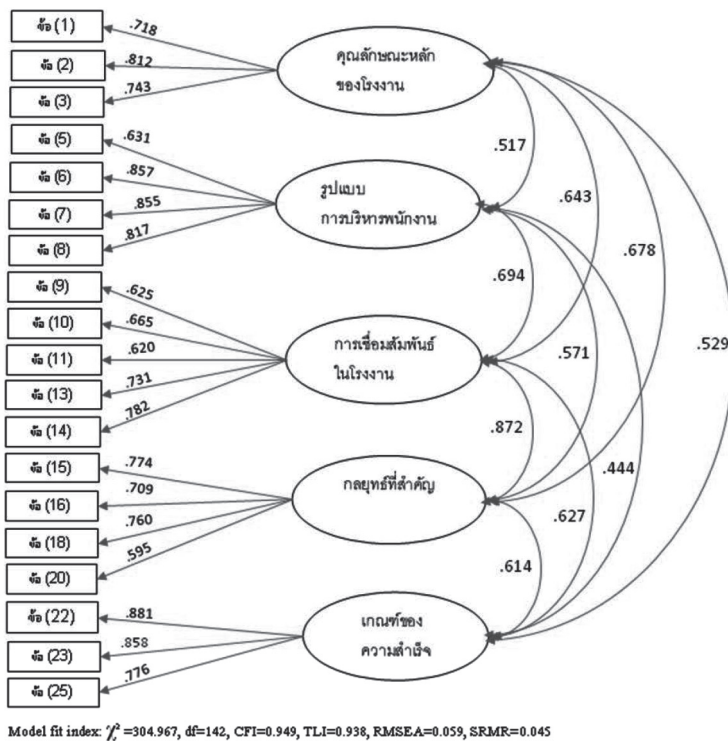
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

Model	df	χ^2	χ^2/df	CFI	TLI	RMSEA
ก่อนปรับแบบจำลอง	265	844.09***	3.19	.869	.851	.082
หลังปรับแบบจำลอง						
4 องค์ประกอบ	146	346.44***	2.37	.937	.926	.065
5 องค์ประกอบ	142	304.97***	2.15	.949	.938	.059

หมายเหตุ : CFI คือ Comparative Fit Index; TLI คือ Tucker-Lewis Index; RMSEA คือ Root Mean Squared Error of approximation; *** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เนื่องจากแบบวัดนี้มีมากกว่า 1 องค์ประกอบ และพบว่าองค์ประกอบที่ 3 และ 4 มีความสัมพันธ์กันสูง (0.872) ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าองค์ประกอบทั้งสองนั้นไม่แยกจากกัน จึงต้องทดสอบทางสถิติด้วยเทคนิค SEM ของ CFA (Kline, 2011; Hair; et al, 2010) โดยเปรียบเทียบระหว่างแบบจำลองการวัดที่มี 5 องค์ประกอบ และ 4 องค์ประกอบ (ตารางที่ 1) โดยรวมองค์ประกอบที่ 3 และ 4 เข้าด้วยกัน แล้วเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ทั้งสองแบบ ภายหลังการปรับที่ได้แบบจำลองการวัดที่ดีที่สุด พบว่า แบบจำลองการวัดที่มี 4 องค์ประกอบ มีความกลมกลืนกับข้อมูลแย่กว่าแบบจำลองการวัดที่มี 5 องค์ประกอบ ($\chi^2=346.441$, $df=146$, $CFI=0.937$,

TLI=0.926, RMSEA=0.065, $\Delta\chi^2=41.474$, $\Delta df=4$) ดังนั้น แบบจำลองการวัด
ที่มี 5 องค์ประกอบ จึงมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1 ที่ว่า
แบบจำลองการวัดของตัวแปรการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จมี
โครงสร้างองค์ประกอบ 5 ด้าน (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองการวัดของการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการพัฒนาแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จในครั้งนี้
มีหลักฐานที่แสดงได้ว่าแบบวัดมีคุณภาพเชื่อถือได้ คือ จากการวิเคราะห์

องค์ประกอบเชิงยืนยันและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก พบว่า แบบจำลองการวัดมีโครงสร้างองค์ประกอบ 5 ด้าน ตามสมมติฐานข้อที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับโมเดลสมมติฐาน พบว่า แบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2=304.967$, $df=142$, $CFI=0.949$, $TLI=0.938$, $RMSEA=0.059$, $SRMR=0.045$) เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 เมื่อพิจารณาข้อคำถามในแบบวัด พบว่า ข้อคำถามในแบบวัดมีน้ำหนักองค์ประกอบที่ผ่านเกณฑ์ (0.595-0.881) (Hair et al, 1998) ตามสมมติฐานข้อที่ 3 จากข้อมูลข้างต้นจึงพอสรุปได้ว่า แบบวัดฉบับนี้มีคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างตามทฤษฎี ข้อคำถามได้ถูกออกแบบตามทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การและบริบทของโรงงาน เหมาะสำหรับพนักงานในโรงงาน ทั้งยังสามารถปรับใช้ในกลุ่มอื่นที่มีบริบทคล้ายกันได้ โดยเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้ (1) ควรศึกษาวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จในลักษณะตัวแปรพระระดับในองค์การที่มีรูปแบบการบริหารในลักษณะกลุ่ม เช่น ในบริษัท ในโรงเรียน เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาทฤษฎีพระระดับมีความสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ในเชิงวิทยาศาสตร์ขององค์การ (Kozlowski and Klein, 2000) ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจวัฒนธรรมองค์การนั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น (2) การศึกษาครั้งนี้กำหนดองค์ประกอบในแบบวัดไว้ 5 ด้านที่มีเนื้อหาครอบคลุมเฉพาะในแง่มุมของวัฒนธรรมและบริบทของโรงงานที่ศึกษาในงานวิจัยนี้เท่านั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอให้พิจารณาองค์ประกอบอื่นเพิ่มในแบบวัด เช่น ด้านภาวะผู้นำ เป็นต้น และ (3) เมื่อนำแบบวัดไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ควรปรับข้อคำถามในแบบวัดให้ใกล้เคียงกับบริบทของกลุ่ม

ตัวอย่างนั้น ๆ เช่น พนักงานในหน่วยงานราชการที่มีลักษณะคล้ายองค์การธุรกิจ
หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานธุรกิจเอกชน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา จิตร์โณชน (2554). *วัฒนธรรมองค์การของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และ
สารสนเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2557). *รายงานการวิจัยยุทธศาสตร์
อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ปี 2575*. สมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทย. (หน้า 5).
สืบค้น 11 กันยายน 2559 จาก <http://www.thaifeedmill.com>
- จันทนา วิบุลนุศาสน์. (2549). *การรับรู้วัฒนธรรมองค์การและบรรยากาศองค์การ
ที่เอื้อต่อการพัฒนาไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ของพยาบาลวิชาชีพ
โรงพยาบาลกรุงเทพ หาดใหญ่*. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม
และองค์การ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชวนา อังคนุรักษ์พันธุ์. (2546). *การรับรู้วัฒนธรรมองค์การและความผูกพันต่อ
องค์การของพนักงานในธุรกิจโรงแรมเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*.
ปริญญาานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทิพย์ธิดา จินตานนท์. (2554). *การริเริ่มด้วยตนเอง ความร่วมมือร่วมใจ ลักษณะ
ผู้นำที่มีประสิทธิภาพและการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของผู้บริหาร
ระดับกลางในบริษัท ไช้เต็กโช่ เฮ้ลธ์แคร์ ชัพพอร์ท เซอร์วิส (ประเทศไทย)
จำกัด และบริษัท ไช้เต็กโช่ ชัพพอร์ท เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด ในส่วน
ธุรกิจบริการด้านอาหาร*. ศศ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (มปป). เอกสารประกอบการอบรมเทคนิคการวิจัยการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์และแปลผลข้อมูลวิจัย เรื่องโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นโดยใช้โปรแกรม LISREL สำหรับข้อมูลภาคตัดขวาง. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2556). สัมภาษณ์และรายงานพิเศษ เบทาโกรทุ่มกว่าหมื่น ล. ขึ้นฟู้ดคอมเพล็กซ์ 5 แห่งทั่วไทย. สืบค้น 31 กรกฎาคม 2556 จาก <http://www.prachachat.net/news>
- ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและธุรการ. (2558, 23 พฤษภาคม; 21 ตุลาคม). สัมภาษณ์โดย เกตุกุล สระแก้ว ที่สำนักงานโรงงานอาหารสัตว์ สาขาภาคใต้ จำกัด.
- พร ภิเศก. (2546). วัฒนธรรมองค์การและปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการของกองทัพบก. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ด. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัฒน์จิ โภญจนาท. (2546). การสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เหมาะสมกับหน่วยงาน. วารสารวิทยาการจัดการ, 21(2), (117-122).
- พิจิก พรหมแก้ว. (2547). การรับรู้วัฒนธรรมองค์การของพนักงานบริษัทปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์หลักสูตรพัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิต. คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ร็อบบินส์, สตีเฟนส์ พี. (2550). การจัดการพฤติกรรมองค์การ. วิรัช สงวนวงษ์วาน แปล. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วรรณิ แกมเกตุ. (2551). วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช สงวนวงษ์วาน. (2550). วัฒนธรรมองค์การในองค์การธุรกิจยุคใหม่. วารสารรวมคำแหง, 24(4), (231-239).

- สมชาย สุวิชาวรพันธุ์ (2548). การรับรู้วัฒนธรรมองค์การที่มีความสัมพันธ์กับ
ความผูกพันต่อองค์การของนักวิจัยเทคโนโลยีแห่งศูนย์เทคโนโลยี
อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. บธ.ม. การจัดการ. กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุพักตร์ พิบูลย์. (2559). การพัฒนาเครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating Scale)
ในงานวิจัย. สืบค้น 25 ธันวาคม 2559 จาก <https://www.gotoknow.org>
- สุภาพร มหิกุล. (2543). การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะที่เป็นอยู่ของวัฒนธรรม
องค์การกับลักษณะของวัฒนธรรมองค์การที่คาดหวังและลักษณะผู้นำที่มี
ประสิทธิภาพ ในผู้บริหารระดับกลางของอุตสาหกรรมการผลิตภาชนะ
บรรจุภัณฑ์แก้วของประเทศไทย. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา
อุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิมล ตีรกันนท์. (2550). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์
แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพินทร์ ชูชม. (2545). เอกสารคำสอนวิชา วป.502 การสร้างและพัฒนา
เครื่องมือวัดทางพฤติกรรมศาสตร์. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing
Organizational Culture*. San Francisco: Jossey-Bass Wiley.
- Daft, R.L. (2003). *Management*. Ohio: Thomson South-Western.
- Daft, R.L. (2004). *Organizational Theory and Design*. Ohio: Thomson
South-Western.
- Daft, R.L. (2006). *The New Era of Management*. Ohio: Thomson South-
Western.

- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. (3rd ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Hair, J. F., Anderson, R.E., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Hair, J. F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th ed.) New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 3rd. New York: The Guilford press.
- Kozlowski, S. W.J., & Klein, K.J. (2000). From Micro to Meso: Critical Steps in conceptualizing and conducting multilevel research. *Organizational research methods*, (211-2336). Sage Publications Inc.
- Robbins, S. P. (2001). *Organizational Behavior*. Prentice Hall International Inc: New Jersey.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2009). *Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Robbins, S.P. (1997). Essentials of Organizational Behavior. *Organizational Change and Development*. New jersey: Prentice-Hall Inc.
- Schein, E. H. (1992). *Organizational Culture and Leadership* (2nd Ed.). San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Schein, E. H., (1990). Organizational Culture. *American psychologist*. American psychological association. 45(2): 109-119.

ภาคผนวก ก.

ข้อคำถามแบบวัดการรับรู้วัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ

- (ข้อ 1) โรงงานมีกิจกรรมการปรับปรุงสินค้าและบริการ
- (ข้อ 2) เมื่อลูกค้ามีการร้องเรียน โรงงานเน้นย้ำให้พนักงานดำเนินการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าในทันทีโดยเร็ว
- (ข้อ 3) โรงงานส่งเสริมการแข่งขันด้านประสิทธิภาพการทำงานโดยลดเวลาทำงาน แต่ยังคงประสิทธิภาพของงาน
- (ข้อ 5) โรงงานให้รางวัลแก่พนักงานที่ทำงานดี
- (ข้อ 6) โรงงานมีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างยุติธรรม
- (ข้อ 7) โรงงานให้โอกาสแก่พนักงานตัดสินใจเรื่องเกี่ยวกับงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ
- (ข้อ 8) โรงงานปฏิบัติต่อพนักงานเป็นอย่างดีเช่นเดียวกับปฏิบัติต่อลูกค้าภายนอก
- (ข้อ 9) สิ่งที่ยึดเหนี่ยวพนักงานทุกคนในโรงงานเข้าไว้ด้วยกัน คือ ความสำเร็จและเป้าหมายของโรงงาน
- (ข้อ 10) พนักงานในโรงงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการทำงานของตน
- (ข้อ 11) โรงงานมีระบบที่เลี้ยงเพื่อช่วยเหลือพนักงานใหม่ในการทำงาน
- (ข้อ 13) โรงงานสนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับลูกค้า
- (ข้อ 14) โรงงานมอบหมายงานให้พนักงานที่มีทักษะและความรับผิดชอบ
- (ข้อ 15) โรงงานส่งเสริมให้พนักงานแก้ไขความผิดพลาดโดยให้โอกาสพนักงานปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน
- (ข้อ 16) โรงงานส่งเสริมให้พนักงานทำงานให้ได้ผลผลิตมากขึ้นแต่ใช้เวลาน้อยลง

- (ข้อ 18) โรงงานส่งเสริมให้พนักงานป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการทำงาน มากกว่าจะปล่อยให้เกิดความผิดพลาดขึ้นแล้วมาแก้ไขภายหลัง
- (ข้อ 20) โรงงานมีนโยบายลดขั้นตอนการทำงานบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็ว
- (ข้อ 22) โรงงานมีมาตรฐานการทำงานที่ดีเทียบเท่าระดับสากล
- (ข้อ 23) โรงงานผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพระดับโลก
- (ข้อ 25) โรงงานมีระบบการควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ