

วัฒนธรรมขององค์การส่งผลต่อยอดขายของบริษัทเอกชน

ในกลุ่มยา เครื่องมือแพทย์ และ เวชภัณฑ์

ณกัญญา วรรณสุนทร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ (2) เพื่อศึกษาระดับด้านประสิทธิภาพการขายและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวัฒนธรรมองค์กร และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อยอดขายส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของ พนักงานที่ดำเนินธุรกิจในกลุ่มยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทยทุกภูมิภาคจำนวน 400 คนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) Multiple Linear Regression

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีอายุในช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.25 ส่วนระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีรายได้ระหว่าง 25,000 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.75 ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน มีระยะเวลาการทำงาน 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.25 วัฒนธรรมองค์กรโดยรวมมีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.41) ระดับผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรต่อประสิทธิภาพการขายและผลลัพธ์ทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.29) ผลการทดสอบสมมุติฐาน วัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ร้อยละ ด้านที่มีผลกระทบสำคัญต่อประสิทธิภาพการขาย ได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม, การทำงานแบบคิดสร้างสรรค์ และการแข่งขันและผลกำไร ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์กร, ประสิทธิภาพการขาย, ธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์

Organizational Culture of Private Companies Impacting Sales in the Pharmaceutical, Medical Device Sectors and Medical Supply.

This research aims (1) study the factors related to organizational culture in private companies within the pharmaceutical, medical supplies, and medical equipment sectors, (2) examine the level of sales performance and business outcomes affected by organizational culture, and (3) investigate the organizational culture factors that impact sales and sales performance in the pharmaceutical, medical supplies, and medical equipment industries. The researcher collected data through a survey of 400 employees working in the pharmaceutical, medical supplies, and medical equipment industries across all regions of Thailand. Data analysis involved statistical methods, including mean, standard deviation, frequency, percentage, and regression analysis (Multiple Linear Regression)

The result of the research findings revealed that the majority of respondents were female (64.50%), aged between 20- 30 years (51.25%), and held a bachelor's degree (58.50%). Additionally, most respondents earned between 25,000 and 35,000 Baht (59.75%), and had 6- 10 years of work experience (54.25%). Overall, organizational culture was considered highly important ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.41), and the impact of organizational culture on sales performance and business outcomes was also rated highly ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.29). The hypothesis testing revealed that organizational culture significantly influenced sales performance in the pharmaceutical, medical supplies, and medical equipment industries. The factors with the most significant impact on sales performance included teamwork, creativity, and competition and profitability, all of which showed statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: Organizational Culture, Sales Performance, Pharmaceutical, Medical Supply, Medical Device Industries.

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ตลาดยาของไทยมีมูลค่าประมาณ 180,000 ล้านบาท โดยการจำหน่ายส่วนใหญ่ผ่านโรงพยาบาล รัฐบาลซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 60% ของทั้งหมด ส่งผลให้บริษัทเภสัชกรรมมุ่งเน้นกลยุทธ์การขายและส่งเสริมการขายในโรงพยาบาลรัฐบาลเป็นหลัก ผ่านการใช้ผู้แทนยาเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับแพทย์และผู้บริหารโรงพยาบาล ขณะที่ตลาดยาของไทยแบ่งออกเป็นสองช่องทางหลัก ได้แก่ การจำหน่ายผ่านโรงพยาบาลซึ่งคิดเป็น 80% ของตลาด แบ่งเป็นโรงพยาบาลรัฐบาล 60% และโรงพยาบาลเอกชน 20%

และยาที่ไม่ต้องสั่งจ่าย (OTC) ซึ่งคิดเป็น 20% ของตลาด จำหน่ายผ่านร้านขายยากว่า 22,205 แห่ง รวมถึงร้านขายยาสมัยใหม่และร้านค้าห่วงโซ่ที่เพิ่มการเข้าถึงยา โดยประเทศไทยถือเป็นตลาดยาใหญ่เป็นอันดับสองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่สูงในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ ทำให้บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ เช่น การสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (นรินทร์ ตุ่นไพบูลย์, 2565)

การบุกเบิกทฤษฎีวัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) มีรากฐานจากการศึกษาของ Edgar Schein และ Geert Hofstede ซึ่งเน้นบทบาทสำคัญของวัฒนธรรมต่อพฤติกรรมและการจัดการองค์กรในระดับโลก Edgar Schein พัฒนาแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรในสามระดับ ได้แก่ สิ่งที่มีมองเห็นได้ (Artifacts), ค่านิยมที่ประกาศใช้ (Espoused Values) และความเชื่อที่ฝังลึก (Underlying Assumptions) ผ่านผลงานสำคัญ Organizational Culture and Leadership (1985) ขณะที่ Geert Hofstede ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรผ่านข้อมูลพนักงาน IBM ในกว่า 50 ประเทศ สร้างโมเดลวัฒนธรรมระดับชาติ 4 มิติ ต่อมาขยายเป็น 6 มิติในหนังสือ Culture's Consequences (1980) ทั้งสองทฤษฎีสะท้อนถึงความสำคัญของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ การแข่งขันและการเติบโตในตลาดนี้ต้องพึ่งพาการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ

วัฒนธรรมองค์กรที่เป็นพิษ (Toxic Organization Culture) เป็นปัญหาที่สร้างผลกระทบต่อด้านขององค์กร ทั้งด้านประสิทธิภาพการทำงาน การรักษาพนักงาน การสร้างสรรค์ และการบริการลูกค้า โดยในองค์กรที่ขาดวัฒนธรรมที่ดี พบปัญหาความไม่สามัคคีละความร่วมมือระหว่างพนักงาน ส่งผลให้การทำงานเป็นทีมไม่มีประสิทธิภาพ งานล่าช้า และเกิดบรรยากาศการทำงานที่ไม่น่าพึงพอใจ ซึ่งนำไปสู่การขาดแรงจูงใจในการทำงานและอัตราการลาออกที่สูงขึ้น องค์กรต้องสูญเสียต้นทุนในการสรรหาและฝึกอบรมพนักงานใหม่ ขณะเดียวกันยังสูญเสียความต่อเนื่องของงาน ความรู้ และทักษะสำคัญที่พนักงานเก่ามี การไม่สนับสนุนการเรียนรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ทำให้ธุรกิจขาดความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นอกจากนี้ ในด้านการบริการลูกค้า พนักงานที่รู้สึกไม่มีคุณค่าในองค์กรจะขาดความกระตือรือร้น ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจและอาจเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่ง องค์กรที่ขาดจริยธรรมและความซื่อสัตย์ในพนักงานอาจประสบปัญหาการทุจริต ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและความไว้วางใจจากลูกค้า ผู้ถือหุ้น และสังคมโดยรวม วัฒนธรรมการทำงานที่เป็นพิษเป็นสาเหตุอันดับหนึ่งที่ทำให้พนักงานลาออก มากกว่าปัจจัยอื่น เช่น ค่าแรงต่ำหรือความไม่มั่นคงในงาน ในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ การขาดวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการทำงานที่ดี จะส่งผลต่อการรักษาความสามารถในการแข่งขัน ลดการเติบโตขององค์กร และทำให้ยอดขายลดลง

จากความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเพื่อสำรวจและวิเคราะห์ ความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กรในบริษัทเอกชนกลุ่มยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ ซึ่งส่งผล โดยตรงต่อการเติบโตและยอดขาย โดยเน้นศึกษาปัจจัยสำคัญ เช่น การทำงานเป็นทีม การคิดสร้างสรรค์ การจัดการอย่างมีระเบียบ และการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไร เพื่อพิสูจน์ว่าข้อค้นพบ สนับสนุนหรือโต้แย้งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลไปเสนอแนวทางหรือแนวคิดที่สามารถ เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและเสริมความสามารถในการ แข่งขันในตลาด กลุ่มยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์

วัตถุประสงค์

- 1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์
- 1.2 เพื่อศึกษาระดับด้านประสิทธิภาพการขายและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ จากวัฒนธรรมองค์กร
- 1.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อยอดขายส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการ ขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์

สมมุติฐาน

- 1.1 วัฒนธรรมขององค์กร (Corporate Culture) ด้านความสำคัญทำงานเป็นทีมส่งผลกระทบ ต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์
- 1.2 วัฒนธรรมขององค์กร (Corporate Culture) ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบ ต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์
- 1.3 วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์
- 1.4 วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไร ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ศึกษา วัฒนธรรมขององค์กรส่งผลต่อยอดขายของ บริษัทเอกชนในกลุ่มยา เครื่องมือแพทย์ และ เวชภัณฑ์ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. วัฒนธรรมขององค์กร ประกอบด้วย ด้านความสำคัญทำงานเป็นทีม ด้านการทำงาน แบบคิดสร้างสรรค์ ด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบ และด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขัน และผลกำไร

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประสิทธิภาพการขาย

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มคนทำงานในกลุ่มธุรกิจ ยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ รวมถึงบุคลากรทางการแพทย์ในช่วงอายุ 19-59 ปีที่ทำงานในพื้นที่ประเทศไทย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่จัดเก็บข้อมูล ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ จัดเก็บข้อมูลพื้นที่ประเทศไทย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาจัดเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2567 - ธันวาคม 2567

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาคุณลักษณะต่างๆ ของประชากรที่มีผลต่อการทำธุรกิจและการจัดการองค์กร โดยประชากรศาสตร์สามารถแบ่งเป็นลักษณะต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในด้านต่างๆ เช่น อายุ, เพศ, สถานะการศึกษา, ระดับรายได้, หรือภูมิหลังทางสังคม ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการปฏิบัติการทางธุรกิจ

วีระศักดิ์ อินทรประวัติน ได้กล่าวถึง ลักษณะของพฤติกรรมการทำงานในองค์กรที่มีความแตกต่างตามปัจจัยหลายประการ โดยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอายุและการทำงานมีผลต่อประสบการณ์ และความมั่นคงในงาน บุคคลที่มีอายุมากมักมีประสบการณ์สูง แต่ผลงานอาจลดลงเมื่อเทียบกับบุคคลที่อายุน้อย ส่วนเพศชายและเพศหญิงมีความสามารถในการทำงานใกล้เคียงกัน แต่เพศชายมักมีทัศนคติที่มุ่งมั่นในความสำเร็จมากกว่า ขณะที่บุคคลที่มีสถานภาพสมรสมักมีความพึงพอใจในงานและความรับผิดชอบสูงกว่าบุคคลที่ยังโสด และบุคลากรที่มีอาวุโสในการทำงานมักมีความพึงพอใจและผลงานดีกว่าบุคคลใหม่ เนื่องจากประสบการณ์ที่มากขึ้น

2. ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร

สุขพิชัย คณาจาง์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) หมายถึง การผสมผสานของค่านิยม ทัศนคติ ความเชื่อ บรรทัดฐาน และพฤติกรรมที่สร้างเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร ซึ่งกำหนดวิธีที่บุคลากรในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์กันและวิธีการทำงานทั้งภายในองค์กรและกับบุคคลภายนอก โดยเป็นกรอบที่ช่วยให้การทำงานร่วมกันมีความชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรที่ดีประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ค่านิยม วิสัยทัศน์และพันธกิจ และพฤติกรรมที่คาดหวัง ค่านิยมในการกำหนดทิศทางการทำงาน วิสัยทัศน์และพันธกิจช่วยเสริมสร้างแรงบันดาลใจ และตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน ขณะที่ความคาดหวังพฤติกรรมเป็นแนวทางการปฏิบัติในองค์กรและกับลูกค้า วัฒนธรรมที่ดีมีการนำช่วยให้การเติบโตขององค์กรความสำเร็จ

3. ทฤษฎีองค์ประกอบและแนวคิดที่ส่งเสริมเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

1. ทฤษฎีความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) เชื่อมโยงกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร โดยมุ่งเน้นถึงผลกระทบของทัศนคติและความรู้สึกของพนักงานที่มีต่องาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จขององค์กร ทัศนคติและความรู้สึกที่ดีต่องาน เป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการกระตุ้นให้พนักงานแสดงออกถึง ความกระตือรือร้น สติปัญญา ความร่วมมือ และความรับผิดชอบ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จในการทำงานและการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

สตาพร มณี กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจในการทำงานมีความสำคัญต่อทั้งองค์กรผู้บริหาร และพนักงาน โดยช่วยส่งเสริมการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การบริหารที่ดี และการสร้างความร่วมมือในทีม ความพึงพอใจทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการทำงาน ลดการขาดงานและเพิ่มผลผลิต ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg หรือ ทฤษฎีแรงจูงใจ 2 ปัจจัย (Two- Factor Theory) ของ Frederick Herzberg เป็นหนึ่งในแนวคิดสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจให้กับพนักงาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ทฤษฎีนี้เน้นการแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และ ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) โดยปัจจัยเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อวัฒนธรรมองค์กรและการเติบโตด้านยอดขายในระยะยาว

ภคพร เจริญลักษณ์ กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้อย่างสม่ำเสมอ ในองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่ชัดเจน พฤติกรรมที่สังเกตได้จะปรากฏอย่างสม่ำเสมอในทุกระดับของการทำงาน พฤติกรรมเหล่านี้อาจจะรวมถึงวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลที่อาจจะเป็นการใช้ภาษาทางการ, ภาษาทางธุรกิจ หรือภาษาพูดที่เป็นทางการในสถานที่ทำงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงวิธีการแสดงออกถึงความเคารพในข้อบังคับและการใช้พิธีกรรมต่าง ๆ ในการต้อนรับหรือในงานเลี้ยงสังสรรค์ การที่พฤติกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นในองค์กรบ่อยครั้งนั้นช่วยให้สมาชิกในองค์กรสามารถคาดการณ์พฤติกรรมของกันและกันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ต้องการการตัดสินใจเร็ว

ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg (Two- Factor Theory) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างและพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิภาพได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยการแบ่งปัจจัยออกเป็นสองประเภทหลัก

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivators) ปัจจัยเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในงานและเพิ่มแรงจูงใจของพนักงาน อาทิ การได้รับการยกย่องและการพัฒนาตนเองในอาชีพ ซึ่งสามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการเติบโตของพนักงานและองค์กรได้ การมอบหมายงานที่ท้าทายช่วยให้พนักงานรู้สึกถึงความสำคัญและการเติบโตในงานการยกย่องและให้รางวัล การชื่นชมผลงานที่ดีทำให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าการส่งเสริมการพัฒนาตนเอง สนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถของพนักงาน

2. ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้นำมาซึ่งแรงจูงใจโดยตรง แต่มีผลต่อการลดความไม่พอใจในที่ทำงาน ซึ่งมีผลสำคัญในการรักษาบรรยากาศการทำงานที่ดีการจัดสภาพการทำงานที่ดี เช่น การมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดและปลอดภัยเงินเดือนและสวัสดิการที่เหมาะสมช่วยลดความไม่พอใจและช่วยให้พนักงานมีความสุขในการทำงานการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่ดีจะช่วยสร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างพนักงานและองค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงานการเปิดเผยข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจการสร้างบรรยากาศที่ดีในที่ทำงาน

การสนับสนุนการทำงานเป็นทีมและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานสามารถเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความสามัคคีและร่วมมือในการทำงาน

ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎี 2 ปัจจัย พนักงานมีความพึงพอใจและทุ่มเท เมื่อพนักงานรู้สึกว่ามีโอกาสในการพัฒนา พวกเขาจะทุ่มเทในการทำงานมากขึ้นประสิทธิภาพการทำงานและผลผลิตสูงขึ้น พนักงานที่พอใจในการทำงานจะมีแรงจูงใจในการสร้างผลงานที่ดีอัตราการลาออกลดลง เมื่อพนักงานพอใจกับสภาพแวดล้อมและการสนับสนุนจากองค์กร พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะอยู่กับองค์กรนานขึ้นภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น การให้ความสำคัญกับพนักงานช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในตลาดและทำให้องค์กรเป็นที่ดึงดูดสำหรับผู้มีความสามารถ การประยุกต์ใช้ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg ในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งจะช่วยให้ทั้งพนักงานและองค์กรสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จร่วมกัน

Kelsey Breton กล่าวว่า ในแง่ของวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความร่วมมือและมุ่งเน้นนวัตกรรมสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กรได้ การมีวัฒนธรรมที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจะช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันสูงและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การเน้นการทำงานเป็นทีม การสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม รวมถึงการปรับตัวอย่างรวดเร็วเมื่อเผชิญกับปัญหาต่างๆ จะส่งผลต่อการเติบโตและความสำเร็จขององค์กร

กนกวรรณ สมฤทธิ์ ได้ทำการศึกษา ทฤษฎีทุนมนุษย์และทฤษฎีสองปัจจัย กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานผ่านทฤษฎีเหล่านี้ คือ ทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory): เน้นถึงการลงทุนในพนักงาน เช่น การพัฒนาทักษะ ความรู้ และการฝึกอบรม ซึ่งมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจและรู้สึกว่ามีคุณค่าในองค์กร ย่อมทำให้ประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg: แบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานเป็นสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ (เช่น ความสำเร็จและการได้รับการยอมรับ) และ ปัจจัยสุขอนามัย (เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงานและค่าตอบแทน) หากบริษัทสามารถจัดการปัจจัยเหล่านี้ได้ดี ก็จะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและแรงจูงใจของพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายได้เช่นกัน

วีรเรียร เขียนมีสุข (2567) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความสามารถพลวัตและผลประกอบการธุรกิจ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความสามารถพลวัตและผลประกอบการธุรกิจอย่างไร พบว่า องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร เช่น วัฒนธรรมแบบเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมการตลาด และวัฒนธรรมเครือข่าย มีอิทธิพลร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถพลวัตที่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพร่วมกันที่ $R_2 = .76$ ความคลาดเคลื่อนสะสมร้อยละ 37 กับมีความสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันได้ค่า F เท่ากับ 455.01 (Sig. 000) ขณะที่ผลทดสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อนตัวแปรเหตุตามค่า Durbin- Watson ที่ 1.51 นอกจากนี้ ผลวิจัยยังพบว่า วัฒนธรรมการตลาดมีอิทธิพลโดยตรงต่อผลประกอบการธุรกิจร้อยละ 62 รวมถึงความสามารถพลวัตมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการธุรกิจอีกร้อยละ 69 กับมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ค่า R^2 เท่ากับ .47 กับ .53 ตามลำดับ ดังนั้น การพัฒนาวัฒนธรรมการตลาดสามารถสร้างความสามารถพลวัตและผลประกอบการธุรกิจ สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับยอดขายในบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจ ยา เวชภัณฑ์ และ เครื่องมือแพทย์

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ดำเนินธุรกิจในกลุ่มยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทยทุกภูมิภาค โดยการเลือกบริษัทนี้เน้นไปที่องค์กรที่มีบทบาทสำคัญในตลาดและมีพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการทำยอดขายโดยตรง ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัย โดยไม่ทราบจำนวนบุคลากรที่แน่นอน จึงได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณ ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 384.16 เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลและเพื่อ ป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้กำหนด กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงมุมมองของพนักงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อยอดขายในกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ที่ส่งผลต่อยอดขาย โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสำหรับคัดกรองแบบสอบถามคัดกรอง เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงตามขอบเขตการวิจัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-end Questions) ซึ่งให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประชากรที่ชัดเจนและจำแนกได้ง่าย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อยอดขาย โดยแบ่งเป็นคำถามปลายปิดที่เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ในวัฒนธรรมองค์กรที่ถูกแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับด้านประสิทธิภาพการขายและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวัฒนธรรมองค์กร เช่น ยอดขายรายได้ไตรมาส การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ และความพึงพอใจของลูกค้า

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรและผลกระทบต่อยอดขาย เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานในบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ทั่วประเทศ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงมุมมองของพนักงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อยอดขายในกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย

3. ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล หากมีฉบับไหนไม่สมบูรณ์จะคัดออกและทำการเก็บเพิ่มให้ครบตามจำนวน

ผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง วัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชนที่ส่งผลต่อยอดขายในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีอายุในช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.25 ส่วนระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีรายได้ระหว่าง 25,000 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.75 ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน มีระยะเวลาการทำงาน 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.25

ผลการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อยอดขาย สรุปผลการวิจัย การวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญต่อวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อยอดขายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.41) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสำคัญของการทำงานเป็นทีม ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.37) และด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไร ($\bar{X} = 4.03$,

S.D. = 0.45) รองลงมาคือ ด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.43) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.38) ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

1. ด้านการทำงานเป็นทีมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.37) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อที่ระบุว่า ท่านสามารถทำงานร่วมกันภายในองค์กรของท่านและมีผลงานออกมาได้ดี ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือข้อที่ระบุว่า ท่านสามารถทำงานร่วมกับภายนอกแผนกท่านเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน" ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.72) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านสามารถทำงานเป็นทีมภายในแผนกของท่านได้อย่างต่อเนื่อง" ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.83)

2. ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.78) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อที่ระบุว่า ท่านรู้สึกว่าผลงานของท่านโดดเด่นเพราะมีวิธีการทำงานที่ใหม่กว่าคนอื่น ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.74) รองลงมาคือข้อที่ระบุว่า ท่านรู้สึกว่าท่านมีแนวคิดใหม่เสนอหัวหน้างานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.76) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ท่านได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานเมื่อแสดงความคิดหรือแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.72)

3. ด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.43) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อที่ระบุว่า ท่านรู้สึกว่าการในการทำงานส่งงานตรงต่อเวลาทำให้งานของท่านมีประสิทธิภาพมากขึ้น ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ ข้อที่ระบุว่า การแต่งตั้งตามแบบฟอร์มชุดทำงานของบริษัททำให้ท่านทำงานได้อย่างดีขึ้นกว่าปกติ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.73) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านรู้สึกว่าการเข้างานตรงเวลาทำให้งานของท่านเสร็จได้อย่างดี ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.73)

4. ด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.45) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อที่ระบุว่า ท่านรู้สึกว่าความรับผิดชอบของท่านในองค์กรมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาตัวเองและองค์กร ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือข้อที่ระบุว่า ท่านรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายจนสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.71) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคในงานของท่านได้อย่างมีความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.73)

ผลการวิเคราะห์ระดับด้านประสิทธิภาพการขายและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวัฒนธรรมองค์กร สรุปผลการวิจัย ด้านความสำคัญต่อด้านประสิทธิภาพการขายและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวัฒนธรรมองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$ S.D. = 0.29) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า องค์กรของท่านสามารถเพิ่มยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละไตรมาส ($\bar{X} = 4.43$ S.D. = 0.74) เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ องค์กรของท่านมีระบบการประเมินผลยอดขายในแต่ละไตรมาสที่ชัดเจนและโปร่งใส ($\bar{X} = 4.14$ S.D. = 0.71) ท่านรู้สึกว่าการเพิ่มยอดขายในแต่ละไตรมาสที่กำหนดมีความท้าทายและเหมาะสม ($\bar{X} = 4.08$ S.D. = 0.72) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ องค์กรของท่านมีการวางแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการเพิ่มยอดขายในแต่ละไตรมาส ($\bar{X} = 3.88$ S.D. = 0.75)

การทดสอบสมมติฐาน

วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ส่งผลต่อด้านประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ ผลการทดสอบ พบว่า ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ร้อยละ 35.9 โดยมีปัจจัยที่ส่งผลได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม, ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์, และด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไร ล้วนมีผลต่อประสิทธิภาพการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ขณะที่การเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบไม่พบความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่องวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชนที่ส่งผลต่อยอดขายในกลุ่มธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ สามารถนำมาอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 วัฒนธรรมขององค์กร (Corporate Culture) ด้านความสำคัญทำงานเป็นทีม ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ จากการศึกษา พบว่า ด้านความสำคัญทำงานเป็นทีม ส่งผลต่อด้านประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมขององค์กร (Corporate Culture) ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ จากการศึกษา พบว่า ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์ ซึ่งส่งผลประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

สมมติฐานที่ 3 วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ จากการศึกษา พบว่าด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบ ไม่ส่งผลประสิทธิภาพการขายในธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

สมมติฐานที่ 4 วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture) ด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไร ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ จากการศึกษา พบว่า ด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไรส่งผลต่อประสิทธิภาพการขายในธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่องวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทเอกชนที่ส่งผลต่อยอดขายในกลุ่มธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และเครื่องมือแพทย์ โดยเสนอแนะเป็นด้านดังนี้

1. ด้านการทำงานเป็นทีม ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ท่านสามารถทำงานเป็นทีมภายในแผนกของท่านได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้พนักงานอาจพบอุปสรรคในการทำงานร่วมกันภายในแผนกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ควรมีการเสริมสร้างและพัฒนาการทำงานเป็นทีมภายในแผนก

2. ด้านการทำงานแบบคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ท่านได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานเมื่อแสดงความคิดหรือแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม ซึ่งแสดงถึงความจำเป็นในการเพิ่มการสนับสนุนจากหัวหน้างานให้มากขึ้น ควรสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการแสดงความคิดเห็นและการเสนอไอเดียใหม่ๆ โดยการส่งเสริมให้หัวหน้างานมีส่วนร่วมในการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากพนักงาน

3. ด้านการเน้นการจัดการเป็นระบบระเบียบ ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านรู้สึกว่าการเข้างานตรงเวลาทำให้งานของท่านเสร็จได้อย่างดี ซึ่งบ่งชี้ว่าองค์กรอาจต้องการการปรับปรุงในการสร้างวินัยในการเข้าทำงาน ควรส่งเสริมการพัฒนาการทำงานที่มีระเบียบและตรงต่อเวลา

4. ด้านการบรรลุเป้าหมายการแข่งขันและผลกำไร ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคในงานของท่านได้อย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพนักงานไม่สามารถรับมือกับปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงาน ควรมีการเสริมสร้างทักษะในการแก้ปัญหาและรับมือกับปัญหา โดยการฝึกอบรมและการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาทักษะเหล่านี้

เอกสารอ้างอิง

นรินทร์ ตุ่นไพบูลย์. (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: อุตสาหกรรมยา. ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/chemicals/pharmaceuticals/io/io-pharmaceuticals-21>

วีระศักดิ์ อินทรประวัตติ. (2561). ความคาดหวังของบุคลากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรบริษัท Play Digital Co., Ltd. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุขพิชัย คณาจิง. (2565). วัฒนธรรมองค์กร คืออะไร ทำไมถึงต้องมี และจะสร้างให้เกิดขึ้นอย่างไร. ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2567, จาก <https://brightsidepeople.com>.

สถาพร มณี. (2567). ปลุกไฟในใจพนักงานด้วยทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg. ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2567, จาก <https://warinmed.wordpress.com>

ภาคพร เจริญลักษณ์. (2561). วัฒนธรรมองค์กรกับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครูของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Kelsey Breton. (2023). Inspiring Company Culture Examples for Building a Great Workplace. Research July 7, 2024, From <https://www.omnihr.co/blog/company-culture-examples>

กนกวรรณ สมฤทธิ์. (2564). ทฤษฎีทุนมนุษย์และทฤษฎีสองปัจจัย กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน: กรณีศึกษาบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์ติดตามรถยนต์. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วีรเชษฐ์ เขียนมีสุข. (2567). วีรเชษฐ์ เขียนมีสุข. (2567). วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความสามารถพลวัตและผลประกอบการธุรกิจ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น. 21(1). 304-316.