

ความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร

Organization culture literacy

Received: Feb 12, 2024

Revised: May 1, 2024

Accepted: May 10, 2024

^{1*}ณวิสนันท์ พลอยกระจ่าง ²pongpan Kirdpitak ³ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา
^{1*}Navasanant Ploikrajang ²Pongpan Kirdpitak ³Prasarn Malakul Na Ayudhaya

^{1*-3}จิตวิทยาการปรึกษา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
^{1*-3}Counseling Psychology, Kasem Bundit University

*Corresponding Author, E-mail: Navasanant@gmail.com

บทคัดย่อ

ความฉลาดรู้ (literacy) ประกอบด้วย การมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่สามารถเชื่อมโยงความรู้เดิม สร้างเสริมให้เกิดเป็นความรู้ใหม่ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตการทำงานและชีวิตประจำวันได้ ส่วนความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร (organization culture literacy) หมายถึง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ที่สอดคล้องกับแนวคิด แผนปฏิบัติขององค์กร ซึ่งเป็นค่านิยมที่ถูกกำหนดขึ้น และควรได้รับการพัฒนาร่วมกันภายในองค์กร เพื่อกำหนด พฤติกรรมความฉลาดรู้ของสมาชิกทุกระดับในองค์กร ประกอบด้วยความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความฉลาดรู้ด้านการรู้คิด (2) ความฉลาดรู้ด้านการปฏิสัมพันธ์ (3) ความฉลาดรู้ด้านการคิดมุ่งพัฒนาตนเองและองค์กร ความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อภาพลักษณ์และความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นกรอบวิธีปฏิบัติที่นอกเหนือจากกฎระเบียบที่องค์กรมีอยู่ การบริหารองค์กรในยุคปัจจุบันจึงต้องมีการ กำหนดวัฒนธรรมองค์กรที่พึงประสงค์ และสร้างวัฒนธรรมใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับการ ดำเนินธุรกิจ บทความนี้มีความประสงค์ที่จะนำความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรมาประยุกต์ใช้เพื่อให้พนักงานใน องค์กรมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความสามารถนำคุณค่าของวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรมาปรับใช้ให้เกิด ประโยชน์ต่อบุคลากรและองค์กร โดยมุ่งหวังว่าพนักงานจะมีความเชื่อมั่นในแนวทางการดำเนินงานขององค์กร มองเห็นคุณค่าในสิ่งที่องค์กรมอบให้ และมีความผูกพันต่อองค์กร มีความกระตือรือร้น และมุ่งมั่นเพื่อการพัฒนา ตนเองอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: ความฉลาดรู้ วัฒนธรรมองค์กร พนักงานบริษัท

Abstract

Literacy comprises knowledge, skills, and behaviors that can be related to existing experience and new knowledge and can be applied to work life and daily life. Organizational culture literacy includes knowledge, skills, and behaviors that are related to the organization concept and action plan, which can be perceived as establishing organization value and should be developed for determining the culture literacy behavior of all organization members. The

organization culture literacy comprises 3 domains: 1) cognitive literacy, 2) interaction literacy, and 3) self- and organizational development literacy. The organization culture literacy affects the image and success of the organization because it can be applied as a practice framework that goes beyond the existing rules of the organization. Organizational management requires a desirable organizational culture and creates a culture that occurs systematically and aligns with business purpose. This article aims to apply organization culture literacy for personnel in interesting knowledge, understanding, and ability to apply the culture and organization values for the benefit of themselves and the organization. Hopefully, those personnel might have confidence in organization administration and also realize what the organization offers and make the commitment to the organization with enthusiasm and striving for self-improvement.

Keywords: literacy, organization culture, employee

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้องค์กรขนาดใหญ่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องปรับตัวและขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นจากความฉลาดของมนุษย์ที่ต้องการแนวทางใหม่เพื่อการเอาตัวรอด การสื่อสาร ข่าวสาร ความรู้มีความรวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าถึง ทำให้การดำเนินการขององค์กรในปัจจุบันต้องมีธรรมาภิบาล มีการดำเนินงานที่เปิดเผยชัดเจน รวมทั้งการทำงานและการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ที่มีการปฏิสัมพันธ์ของผู้คนจะผ่านหน้าจอบนจอมากขึ้น องค์กรต่างต้องมีการสร้างวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวและหาจุดยืนด้วยการสร้างวัฒนธรรมที่ทันสมัย สอดคล้องกับโลกที่เปลี่ยนไปนี้ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร และต้องสร้างให้วัฒนธรรมเหล่านี้เป็นวัฒนธรรมที่เข้มแข็งด้วย วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งในการที่จะส่งเสริมให้องค์กรประสบความสำเร็จ เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นกรอบวิธีปฏิบัติที่นอกเหนือจากกฎระเบียบที่องค์กรมีอยู่ การบริหารองค์กรในยุคปัจจุบันจึงต้องมีการกำหนดวัฒนธรรมองค์กรที่พึงประสงค์ การสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรให้เข้มแข็งต้องเริ่มจากการสร้างให้พนักงานมีความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร (organization culture literacy) คือ ต้องมีความเข้าใจความหมายของวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรอย่างลึกซึ้ง รู้ว่าองค์กรต้องการให้ดำเนินไปในลักษณะใด มีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร และต้องสามารถสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรให้ผู้อื่นเข้าใจได้ องค์กรจึงมีความจำเป็นต้องให้ความรู้และการสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความสามารถนำคุณค่าของวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อบุคลากรและส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ความหมายและความสำคัญของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร

1. ความหมายของความฉลาดรู้

ความฉลาด (intelligent) หมายถึง ความสามารถในการหาข้อมูล เรียนรู้จากประสบการณ์ มีความเข้าใจ ใช้ความคิดและเหตุผลได้อย่างถูกต้อง ส่วนความฉลาดรู้ (literacy) พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัยฯอธิบาย

ว่าความฉลาดรู้ ต้องประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ และที่สำคัญคือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ความฉลาดรู้ คือ รู้แล้วสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ๆ โดยไม่เป็นพิษเป็นโทษ (พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช, 2524) สรุปได้ว่า ความฉลาดรู้ หมายถึง การมีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่สามารถเชื่อมโยงความรู้เดิม สร้างเสริมให้เกิดเป็นความรู้ใหม่ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและชีวิตประจำวันได้

การเรียนรู้แบบฉลาดรู้เน้นความสำคัญที่ผู้เรียน จึงสามารถทำให้บุคคลเกิดความสมดุลครบทุกด้าน ทั้งทางกาย ทางปัญญา ทางคุณธรรม และทักษะการใช้ชีวิต จนสามารถนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ

2. ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมทำให้เกิดรูปแบบพฤติกรรมในการดำเนินชีวิต พฤติกรรมที่สามารถกล่าวได้ว่าเป็นวัฒนธรรมได้นั้นจะต้องเป็นแบบแผนที่บุคลากรทุกคนในองค์กรยอมรับและปฏิบัติจนเป็นกิจวัตร และสามารถถ่ายทอดไปสู่บุคลากรใหม่ ๆ ได้ Robbins and Coulter (2007) เสนอว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึงการกำหนดความหมาย การดำเนินการเพื่อไปสู่เป้าหมายขององค์กร รวมถึงการกำหนดระบบการปฏิบัติงานหรือรูปแบบการดำเนินการของบุคลากรในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และ นวรัตน์ เพชรพรหม (2562) เสนอว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึงแบบแผนหรือวิธีปฏิบัติที่บุคลากรในองค์กรยอมรับและปฏิบัติร่วมกัน เป็นทั้งแบบแผนทางความคิด ความเชื่อและค่านิยมขององค์กร เพื่อให้พนักงานมีรูปแบบการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน สรุปได้ว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง วิธีชีวิต ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ แบบแผนปฏิบัติงาน ที่บุคคลในองค์กรยึดถือปฏิบัติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร สามารถถ่ายทอดไปสู่สมาชิกใหม่ ใช้เป็นแนวทางในการแสดงออก ประพฤติปฏิบัติตนภายในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรสามารถขับเคลื่อนองค์กรผ่านบทบาทหน้าที่ของคนในองค์กรเพื่อนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ใฝ่หวังไว้

3. ความหมายของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร

การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรพบว่า ยังไม่มีการกำหนดนิยามความหมายของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทเอกชนข้ามชาติขนาดใหญ่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร ด้วยข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร รวมถึงลักษณะของการปฏิบัติตามวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร

ผลจากการสัมภาษณ์บุคลากรในบริษัทเอกชนข้ามชาติเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร สรุปได้ว่า 1) ในด้านของการรับรู้ และความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร พนักงานทุกคนทราบว่าองค์กรมีค่านิยมหลัก เนื่องจากได้รับการสื่อสารในการปฐมนิเทศเมื่อเริ่มการปฏิบัติงาน มีป้ายสื่อสารค่านิยมองค์กร ซึ่งในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อทางดิจิทัลออนไลน์ภายในบริษัท อีกทั้งมีการสื่อสารจากผู้บริหารระดับสูง ที่มีการกล่าวถึงค่านิยมองค์กรบ่อยครั้ง แม้จะเป็นการกล่าวในภาพรวมก็สามารถทำให้พนักงานได้รับรู้ถึงค่านิยมองค์กร มีสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ภายในองค์กรที่สามารถหาข้อมูลได้ แต่ด้วยการทำงานที่มุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพในงานประจำวันของตนเอง ทำให้พนักงานไม่ได้มุ่งความคิดไปที่ค่านิยมองค์กร จึงทำให้ไม่ได้สนใจศึกษาทำความเข้าใจค่านิยมองค์กรมากนัก และไม่แน่ใจว่าสิ่งที่ตนเองเข้าใจนั้นถูกต้องตรงตามหลักการของค่านิยมองค์กร 2) ด้านความคิดเห็นต่อค่านิยมองค์กร พบว่าพนักงานมีความเห็นว่าการมีค่านิยมทำให้พนักงานรู้ว่าบริษัทคาดหวังและมีเป้าหมายอย่างไร แต่ค่านิยมบางข้ออาจจะยังไม่เข้าใจถ่องแท้และยังรู้สึกว้ากิลตัว เช่น เรื่องของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามพนักงานยังมีความไม่แน่ใจและไม่เข้าใจความหมายของค่านิยมองค์กรแต่ละตัวอย่างลึกซึ้ง การตีความหมายของค่านิยมองค์กรแต่ละตัวยังคงเป็นความเข้าใจส่วนตัว 3) ด้านการปฏิบัติตาม

ค่านิยมองค์กร พบว่าเมื่อพนักงานยังไม่เข้าใจองค์แห่งจึงไม่แน่ใจว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร สิ่งที่ปฏิบัติอยู่ตรงกับค่านิยมองค์กรหรือไม่ อีกทั้งไม่เข้าใจว่าจะมีประโยชน์ต่องานประจำวันอย่างไร เลยทำให้มีความลังเลในการปฏิบัติ

4) ด้านองค์ประกอบของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร พบว่า ทั้งผู้บริหารและพนักงานต่างมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าต้องมีความเข้าใจ รู้ความหมาย จึงจะสามารถถ่ายทอดไปสู่พนักงานรุ่นใหม่ได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ รวมถึงนำไปใช้ปฏิบัติได้ สามารถส่งผลให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองและองค์กรให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน นอกจากนี้องค์กรต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการรับรู้ กระตุ้นการนำไปปฏิบัติ โดยไม่ใช้การบังคับหรือนำไปใส่ในตัวชีวิตการทำงาน และ 5) ด้านการเสริมสร้างความฉลาดรู้ พบว่าส่วนใหญ่ต้องการให้มีการฝึกอบรมให้ความหมายของที่องค์กรต้องการอย่างชัดเจนลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถทำได้ถูกต้องตามที่บริษัทคาดหวัง จากการศึกษาเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานในองค์กร พบว่า พนักงานภายในองค์กรยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้และปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้จริง

ความหมายของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรที่ได้จากการศึกษาเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและพนักงานบริษัทเอกชนถึงความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร รวมถึงลักษณะของการพัฒนาปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร สรุปได้ว่าความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ที่สอดคล้องกับแนวคิดแผนปฏิบัติขององค์กร เป็นการรับรู้ และเข้าใจในแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร และสามารถนำมาปฏิบัติเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ อีกทั้งเป็นสิ่งที่ใช้กำหนดพฤติกรรมของพนักงานทุกระดับในองค์กร ประกอบด้วย ความฉลาดรู้ 3 ด้าน ได้แก่

1) ความฉลาดรู้ด้านการรู้คิด หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร โดยการศึกษาวิเคราะห์ มุมมอง ประเด็นสำคัญ วางแผนกำหนดแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม และค่านิยมองค์กร นำแนวทางที่กำหนดไว้มาปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง มีการประเมินผล และปรับปรุงแนวทางเพื่อความสำเร็จขององค์กร

2) ความฉลาดรู้ด้านการปฏิสัมพันธ์ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจบทบาทของตนเอง ได้แก่ (1) การติดต่อสื่อสาร โดยเคารพความคิดเห็น เปิดกว้าง รับฟังคำแนะนำ ยอมรับในความแตกต่างหลากหลาย (2) มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ช่วยเหลือ สนับสนุน ให้กำลังใจ (3) การแก้ไขปัญหาในการทำงาน โดยมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร และ (4) มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทั้งบุคคลในองค์กรและนอกองค์กร โดยมีความซื่อสัตย์ เปิดเผย โปร่งใส สร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร

3) ความฉลาดรู้ด้านการคิดมุ่งพัฒนาตนเองและองค์กร หมายถึง การรับรู้ เข้าใจ และยอมรับเป้าหมายขององค์กร ได้แก่ (1) ใส่ใจปรับปรุงการทำงานของตนเองให้มีประสิทธิภาพ (2) กล้าคิดทำสิ่งใหม่ ๆ ที่ก่อให้เกิดผลการทำงานของตนเองให้ดีขึ้น (3) ปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ แผนพัฒนาขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย (4) รวมพลังความคิดของบุคลากรเพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร และ (5) สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดี

4. ความสำคัญของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร

จากความหมายของความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร ดังกล่าวข้างต้น แต่ละองค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานมีความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร โดยการพัฒนาให้พนักงานเข้าใจเป้าหมายขององค์กร เปิดใจยอมรับและปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ขององค์กร สามารถสื่อสารเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรสู่บุคคลอื่น ๆ อย่างสร้างสรรค์ สามารถกระตุ้นให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ มีความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร มองเห็นความคาดหวังของตนเองและองค์กรได้ชัดเจนขึ้น มีการตั้งเป้าหมายที่สอดคล้องกับแนวคิดและแผนปฏิบัติขององค์กร และแสวงหา

แนวทางใหม่ ๆ เพื่อให้สำเร็จตามที่เป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีดา ยังสุขสถาพร (2559) ที่กล่าวว่าสมาชิกในองค์กรที่มีความรู้สึกและเป้าหมายร่วมกันจะสามารถทำให้เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมได้ การส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจบทบาทของตนเอง เปิดกว้าง เคารพความคิดเห็น ยอมรับในความหลากหลาย สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น สนับสนุน ให้กำลังใจและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ด้วยการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ แบ่งปันประสบการณ์ในการทำงานและเรื่องส่วนตัวภายในกลุ่ม จากการศึกษาที่สมาชิกกลุ่มมีความสนใจและสอบถาม แสดงความคิดเห็นประเด็นต่าง ๆ เพิ่มเติม ช่วยเสนอแนะวิธีในการแก้ปัญหา สร้างให้เกิดความไว้วางใจภายในกลุ่ม นำไปสู่มุมมองใหม่ ๆ และการปรับปรุงการทำงาน คิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬาลักษณ์ วงศ์อ่อน (2560) ที่กล่าวว่าสมาชิกจะมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ และเข้าใจปัญหาร่วมกันหากมีการแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างสมาชิก การส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ นำข้อมูลความรู้มาใช้คิดสร้างสรรค์แก้ไขปัญหอย่างเป็นระบบขั้นตอน พัฒนาการทำงานของตนเอง ร่วมมือกับเพื่อนร่วมงานในการคิดพัฒนาองค์กร ส่งเสริมให้องค์กรมีบรรยากาศเป็นองค์กรนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนชัย ศิริญาณ และคณะ (2560) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กร (organization culture) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการนำพาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม นอกจากนี้ยังต้องประกอบไปด้วยภาวะผู้นำ (leadership) บรรยากาศ (climate) และพฤติกรรม (behavior) เพื่อสร้างให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลสำรวจของ Katzenbach Center (2018) พบว่าวัฒนธรรมองค์กรที่ทันสมัยและเข้มแข็งมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการประสบความสำเร็จ เต็มโต รวมไปถึงการทำให้มีบุคลากรที่ดีที่สุดอยู่ในองค์กร Arif (2021) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรคือชุดความเชื่อและบรรทัดฐานที่ต้องพัฒนาขึ้นในองค์กร ให้เป็นแนวทางในการดำเนินพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร เพื่อปรับตัวให้สามารถจัดการปัญหาทั้งภายนอกและภายในองค์กร จนกลายเป็นค่านิยมหรือกฎเกณฑ์ สิ่งเหล่านี้สามารถกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรทำงานหนักและมีแรงจูงใจในการทำงาน สามารถเป็นแบบอย่างให้สมาชิกคนอื่น ๆ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1977) ที่เชื่อว่าการเรียนรู้ของมนุษย์เป็นการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบ เนื่องจากมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวเสมอ ความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องสนับสนุนให้พนักงานเกิดความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กร โดยพนักงานต้องเชื่อและยอมรับว่าตนเองมีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ใฝ่เรียนรู้และพัฒนาตนเองให้เท่าทันกับโลกสมัยใหม่ และปรับตัวพร้อมรับกับวิธีการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป

สรุป

ความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อภาพลักษณ์และความสำเร็จขององค์กร ความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรเป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะความต้องการขององค์กร และความคาดหวังที่มีต่อพนักงานภายในองค์กรที่เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจความหมายของวัฒนธรรมองค์กรอย่างลึกซึ้ง รู้ว่าองค์กรต้องการให้ดำเนินไปในลักษณะใด รวมไปถึงมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร สามารถสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยเฉพาะในโลกปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว การพัฒนาบุคลากรให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มุ่งเน้นสร้างนวัตกรรมในด้านสินค้าและการบริการ รวมถึงการมีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง จึงมีความเป็นอยู่อย่างยั่งยืนที่จะต้องพัฒนาความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรด้วยการศึกษาทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาหาคำตอบว่าการพัฒนาความฉลาดรู้ทาง

วัฒนธรรมองค์กรมีแนวทางในการพัฒนาอย่างไรและนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานั้นไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาในด้านที่มีความบกพร่อง เพื่อส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีความรู้ ความเข้าใจในแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร และสามารถนำเอาวัฒนธรรมองค์กรมาปฏิบัติได้ตรงตามความคาดหวังของตนเองและองค์กร องค์กรสามารถใช้ความฉลาดรู้ทางวัฒนธรรมองค์กรไปเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินพนักงานร่วมกับตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความผูกพันที่พนักงานมีต่องานและองค์กร (employee engagement) พฤติกรรมที่องค์กรพึงประสงค์ (employee behaviors) การพัฒนาบุคลากร (people development plan) เพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองและพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จุฬาลักษณ์ วงศ์อ่อน. (2561). การพัฒนารูปแบบการนำตนเองด้วยการเรียนรู้จากการปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการบริหารจัดการความเสี่ยงในการทักลัมของผู้สูงอายุที่มีการรู้คิดบกพร่องระดับเล็กน้อย. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 19(1), 123-139.
- พระบรมราชาบาทของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร. (2524). พระบรมราชาบาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (วันที่ 22 มิถุนายน 2524).
- นวรรตน์ เพชรพรหม. (2562). วัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรี]. คลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
<http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/3748>
- ปรีดา ยังสุขสถาพร. (2559). การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม. *วารสาร Productivity World*. 21(120), 55-61.
- วัฒนชัย ศิริญาณ, วิทยา เจริญศิริ, และสัญญา เคนาภูมิ. (2560). องค์กรแห่งนวัตกรรม: ทางเลือกใหม่สำหรับการพัฒนาในศตวรรษที่ 21. *Information-อินฟอร์เมชั่น*, 24(2), 72-80.
- Arif, F. (2021). The Influence of transformational leadership, discipline, productivity on employee performance. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 51-60.
<https://pdfs.semanticscholar.org/6368/52c805c84b42ba89ec0a4a8aedc3b1a769db.pdf>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice - Hall.
- Katzenbach Center. (2018). *Where organizational culture is headed*. [Online].
<https://www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/2018/global-culture-survey.html>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2007). *Management* (9 th ed.). Pearson Prentice Hall.
-