

ผลกระทบของการสื่อสาร การสนับสนุน และวัฒนธรรมองค์กรต่อการรับรู้ SDGs:

กรณีศึกษาในบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ

**The Impact of Organizational Communication, Support, and Culture on The Perception
of SDGs: A Case Study of a Japanese Automotive Parts Manufacturing Company
in Samut Prakan Province**

นิรมล วงศ์ษา

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: Niramol.wong@bumail.net

สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: suthinan.p@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการสื่อสารภายในองค์กร การสนับสนุนจากองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) โดยใช้กรณีศึกษาในบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ มีกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบสะดวก จำนวน 580 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Google Form) เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน (การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ) ผลการศึกษาพบว่า 1) การสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้าน SDGs ร้อยละ 81.6 โดยด้านความพึงพอใจในการสื่อสาร ด้านความสมบูรณ์ของสื่อ และด้านการสื่อสารภายในองค์กรส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05. 2) การสนับสนุนจากองค์กร มีอิทธิพลร้อยละ 86.8 จากด้านการแลกเปลี่ยนทางสังคม ด้านการรับรู้การสนับสนุน และด้านการยอมรับการสนับสนุนมีผลสำคัญต่อการรับรู้ด้าน SDGs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05. 3) วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลร้อยละ 96.5 โดยด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบญี่ปุ่น ด้านแนวคิดค่านิยมที่แข่งขันกัน และด้านโมเดลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมส่งผลต่อการรับรู้ด้าน SDGs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารภายในองค์กร, การสนับสนุนจากองค์กร, วัฒนธรรมองค์กร, เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

Abstract

The purpose of this research was to study the impacts of internal communication, organizational support, and organizational culture on employees' perceptions of sustainable development goals (SDGs) using a case study of a Japanese automotive parts manufacturing company in Samut Prakan Province. The sample consisted of 580 employees, and data was collected using a questionnaire (Google Form). The data were analyzed using descriptive statistics (percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (multiple regression analysis). The results revealed that 1) Internal communication influenced employees' perceptions of SDGs by 81.6 percent. Aspects of communication satisfaction, media richness and internal communication significantly affected employees' perceptions of SDGs at a statistically significant level of 0.05. 2) Organizational support had an influence of 86.8 percent. Aspects of social exchange perceived organizational support and acceptance of organizational support significantly impacted employees' perceptions of SDGs at a statistically significant level of 0.05. 3) Organizational culture influenced employees' perceptions of SDGs by 96.5 percent. Aspects of organizational culture, the competing values framework and the culture change model significantly affected employees' perceptions of SDGs at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Organizational Communication, Organizational Support, Organizational Culture, Sustainable Development Goals (SDGs)

บทนำ

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability) เป็นแนวทางสำคัญที่องค์กรต้องดำเนินการเพื่อจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ต้องเผชิญข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสะอาด และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง การบูรณาการเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) เข้ากับองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็น แต่ยังคงเผชิญอุปสรรค เช่น การสื่อสารภายในที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Organizational Communication) การขาดการสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support) และวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่เอื้อต่อความยั่งยืน (Organizational Culture) ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และมีส่วนร่วมของพนักงาน (Eisenberger, et al., 1986)

งานวิจัยนี้ศึกษาผลกระทบของปัจจัยดังกล่าวต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงานโดยใช้กรณีศึกษาบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายที่ช่วยให้องค์กรออกแบบกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลกระทบของการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ของพนักงานกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลกระทบของการสนับสนุนจากองค์กรที่มีต่อการรับรู้ของพนักงานกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลกระทบของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อการรับรู้ของพนักงานกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

ขอบเขตการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัยและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ญี่ปุ่นในจังหวัดสมุทรปราการ ครอบคลุมข้อมูลส่วนบุคคล, การสื่อสารภายในองค์กร, การสนับสนุนจากองค์กร, วัฒนธรรมองค์กร และการรับรู้เกี่ยวกับ เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)

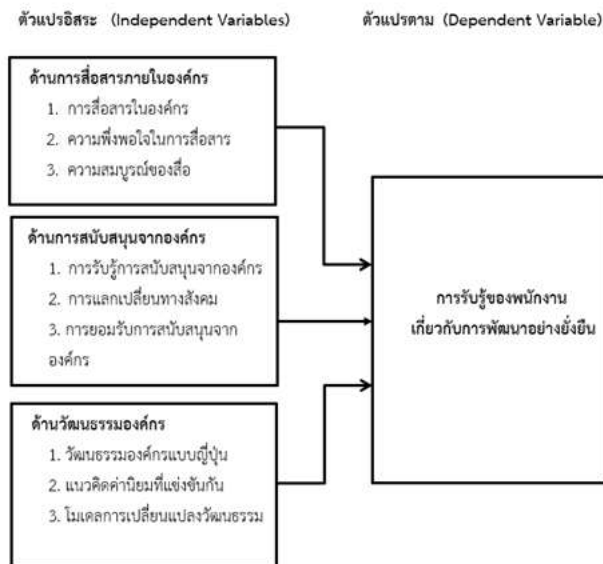
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานในธุรกิจผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สัญชาติญี่ปุ่นในจังหวัดสมุทรปราการ

2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตาราง Yamane (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ กลุ่มประชากรมีจำนวน 3,338 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 357 คน และเพื่อเสริมสร้างระดับความเชื่อมั่นให้สูงขึ้น ได้ขยายขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 580 คน และเก็บข้อมูลกลับมาได้ครบจำนวน 580 คน

2.3 ทำการแจกแบบสอบถามทาง Google Form ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2567 ถึง 15 พฤศจิกายน 2567

3. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย



ทบทวนวรรณกรรม

1. Communication Satisfaction Theory (Downs & Hazen, 1977) อธิบายว่าการสื่อสารที่มีคุณภาพช่วยเพิ่ม ความพึงพอใจของพนักงาน และลดข้อผิดพลาดในการทำงาน
2. Social Exchange Theory (Blau, 1964) อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและองค์กรเป็นระบบ แลกเปลี่ยนผลประโยชน์
3. Perceived Organizational Support Theory (Eisenberger, et al., 1986) การที่พนักงานรับรู้ ว่าองค์กรสนับสนุนพวกเขา ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี และการมีส่วนร่วม
4. Schein's Organizational Culture Theory (Schein, 1985) แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พฤติกรรมที่มองเห็นได้ (Artifacts), ค่านิยมที่ซ่อนอยู่ (Espoused Values) และสมมติฐานพื้นฐาน (Underlying Assumptions)
5. Competing Values Framework Theory (Cameron & Quinn, 1999) แบ่งค่านิยมองค์กรเป็น 4 ประเภท ได้แก่ Clan Culture, Hierarchy Culture, Market Culture และ Adhocracy Culture

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire)

แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐาน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ทำงาน และจำนวนชั่วโมงที่ทำงานแต่ละวัน
2. ด้านการสื่อสารภายในองค์กร (Organizational Communication) ประกอบด้วย ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความสมบูรณ์ของสื่อ และการสื่อสารภายในองค์กร
3. ด้านการสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support) ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนทางสังคม การสนับสนุนจากองค์กร และการยอมรับการสนับสนุนจากองค์กร
4. ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ประกอบด้วย วัฒนธรรมองค์กรแบบญี่ปุ่น แนวคิดค่านิยมที่แข่งขันกัน และโมเดลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม
5. ด้านการรับรู้ SDGs ของพนักงาน (Perception of SDGs) ประกอบด้วย การรับรู้ทางสังคม Corporate Social Responsibility (CSR) และ Sustainable Development Goals (SDGs)

การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความถูกต้องจากอาจารย์ที่ปรึกษาและแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) กับพนักงานในองค์กรจำนวน 40 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าครอนบาคส์แอลฟา (Cronbach’s Alpha) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.992 แสดงถึงความน่าเชื่อถือสูงของเครื่องมือวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่น (Cronbach’s Alpha Analysis Test)

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
1. ข้อมูลด้านการสื่อสารภายในองค์กร	10	0.987
2. ข้อมูลด้านการสนับสนุนจากองค์กร	10	0.984
3. ข้อมูลด้านวัฒนธรรมองค์กร	10	0.976
4. ข้อมูลด้านการรับรู้ SDGs ของพนักงาน	10	0.972
รวม	40	0.992

จากนั้นทำการแจกแบบสอบถามดังกล่าว ส่งต่อไปยังกลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 จนถึงวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานในบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการแบบสะดวก (Convenience Sampling)
2. ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมถึงหลักเกณฑ์การตอบแบบสอบถามเพื่อให้พนักงาน ได้มีความเข้าใจในข้อคำถามและความต้องการของผู้วิจัย
3. ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นผ่านรูปแบบ Google Form ให้กับพนักงานในบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ โดยส่งผ่านผู้จัดการ, ฝ่ายธุรการที่เกี่ยวข้อง
4. นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นลำดับถัดไป

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ ข้อสมมติฐาน รวมทั้ง 3 ข้อ โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 81.40 มีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปี ร้อยละ 39.80 สถานภาพโสด ร้อยละ 61.70 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มัธยมปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 73.40 และอยู่ในระดับพนักงาน ร้อยละ 73.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 53.30 มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 36.90 และมีชั่วโมงการทำงานมากกว่า 8 ชั่วโมง(รวม OT) ร้อยละ 61.40

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยความสมบูรณ์ของสื่อ ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 3.76 รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 3.75 และการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งสะท้อนว่าพนักงานมีมุมมองเชิงบวกต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยเฉพาะด้านความสมบูรณ์ของสื่อที่ได้รับการประเมินสูงสุด

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การสนับสนุนจากองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70 โดยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 3.72 รองลงมาคือ การยอมรับการสนับสนุน

จากองค์กร ค่าเฉลี่ย 3.70 และการแลกเปลี่ยนทางสังคม ค่าเฉลี่ย 3.69 สะท้อนว่าพนักงานมองว่าองค์กรให้การสนับสนุนในระดับที่ดี โดยเฉพาะด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ได้รับคะแนนสูงสุด

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การสนับสนุนจากองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70 โดยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 3.72 รองลงมาคือ การยอมรับการสนับสนุนจากองค์กร ค่าเฉลี่ย 3.70 และการแลกเปลี่ยนทางสังคม ค่าเฉลี่ย 3.69 สะท้อนว่าพนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์กรในระดับที่ดี โดยเฉพาะด้านการรับรู้การสนับสนุนที่มีคะแนนสูงสุด

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 โดยวัฒนธรรมองค์กร และแนวคิดค่านิยมที่แข่งขันกัน ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 3.81 เท่ากัน รองลงมาคือ โมเดลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย 3.78 สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานรับรู้วัฒนธรรมองค์กรในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมที่แข่งขันกัน

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ SDGs โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 โดย Corporate Social Responsibility (CSR) ได้รับคะแนนสูงสุดที่ 3.89 รองลงมาคือ Sustainable Development Goals (SDGs) ค่าเฉลี่ย 3.80 และการรับรู้ทางสังคม ค่าเฉลี่ย 3.72 สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานมีการรับรู้ด้านความยั่งยืนในระดับสูง โดยเฉพาะในมิติของ CSR ที่ได้รับการประเมินสูงสุด

สมมติฐานข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลด้านการสื่อสารภายในองค์กร ที่มีผลต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านการสื่อสารภายในองค์กร ที่มีผลต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ด้านการสื่อสารภายในระดับองค์กร	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
1. ด้านความพึงพอใจในการสื่อสาร	0.116	2.317	0.021*
2. ด้านความสมบูรณ์ของสื่อ	0.138	2.221	0.027*
3. ด้านการสื่อสารภายในองค์กร	0.663	11.771	0.001*

$R^2 = 0.816$, $F\text{-Value} = 848.88$, $n = 580$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

ตารางที่ 2 พบว่า ค่าปัจจัยด้านการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงาน ร้อยละ 81.60 โดยด้านการสื่อสารภายในองค์กร มีอิทธิพลสูงสุดที่ ร้อยละ 66.30 รองลงมาคือ ด้านความสมบูรณ์ของสื่อ ร้อยละ 13.80 และด้านความพึงพอใจในการสื่อสาร ร้อยละ 11.60 ทั้งหมด

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงาน

สมมติฐานข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กร ที่มีผลต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ด้านการสนับสนุนจากองค์กร	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
1. ด้านการแลกเปลี่ยนทางสังคม	0.202	4.756	0.001*
2. ด้านการรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร	0.213	3.601	0.001*
3. ด้านการยอมรับการสนับสนุนจากองค์กร	0.535	9.941	0.001*

$R^2 = 0.868$, F- Value = 1,262.805, n = 580, P-Value $\leq 0.05^*$

ตารางที่ 3 พบว่า ค่าปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กร โดยรวมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงาน ร้อยละ 86.80 โดยด้านยอมรับการสนับสนุนจากองค์กร มีอิทธิพลสูงสุด ร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ ด้านการรับรู้สนับสนุนจากองค์กร ร้อยละ 21.30 และด้านการแลกเปลี่ยนทางสังคม ร้อยละ 20.20 ทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนจากองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงาน

สมมติฐานข้อที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการวัฒนธรรมองค์กร ที่มีผลต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ที่มีผลต่อการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ด้านวัฒนธรรมในองค์กร	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
1. ด้านวัฒนธรรมองค์กร	0.093	3.358	0.001*
2. ด้านกรอบแนวคิดค่านิยมที่แข่งขันกัน	0.233	8.168	0.001*
3. ด้านโมเดลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม	0.680	36.716	0.001*

$R^2 = 0.965$, $F\text{-Value} = 5,245.667$ $n = 580$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

ตารางที่ 4 พบว่า ค่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร โดยรวมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงาน ร้อยละ 96.50 โดยด้านโมเดลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มีอิทธิพลสูงสุดที่ ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ ด้านแนวคิดค่านิยมที่แข่งขันกัน ร้อยละ 23.30 และด้านวัฒนธรรมองค์กร ร้อยละ 9.30 ทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กร โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ SDGs ของพนักงาน

สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารภายในองค์กร, การสนับสนุนจากองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ของพนักงานในบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา โดยสามารถอภิปรายประเด็นสำคัญตามลำดับต่อไปนี้

1. อิทธิพลของการสื่อสารภายในองค์กรต่อการรับรู้ SDGs พบว่าการสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ SDGs ร้อยละ 81.60 โดยด้านการสื่อสารภายในองค์กรมีอิทธิพลสูงสุดที่ร้อยละ 66.30 สนับสนุนทฤษฎีความพึงพอใจในการสื่อสาร (Downs & Hazen, 1977) ที่ระบุว่า การสื่อสารที่มีคุณภาพช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจของพนักงาน งานวิจัยของ อีร์ซัย สุทธิ (2564) ชี้ว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและการสนับสนุนด้านความยั่งยืน ในขณะที่ พลอยลลิตา จันทร์มี (2565) ระบุว่า การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและการประชุมภายในองค์กรช่วยให้พนักงานรับรู้ SDGs ได้มากขึ้น

2. อิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กรต่อการรับรู้ SDGs พบว่าการสนับสนุนจากองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ SDGs ร้อยละ 86.80 โดยการยอมรับการสนับสนุนจากองค์กรมีอิทธิพลสูงสุดที่ร้อยละ 53.50 สอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Blau, 1964) ซึ่งอธิบายว่าพนักงานมักตอบแทนองค์กรเมื่อได้รับการสนับสนุนในด้านทรัพยากรและความมั่นคงในการทำงาน อีกทั้ง ทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุน

จากองค์กร (Eisenberger, et al., 1986) ระบุว่าพนักงานที่รับรู้ว่าองค์กรให้ความสำคัญและสนับสนุนพวกเขา มีแนวโน้มจะผูกพันและสนับสนุนเป้าหมายขององค์กรมากขึ้น งานวิจัยของ ธราธร เพ็ชรประพันธ์กุล (2565) ซึ่งว่าการฝึกอบรมและทรัพยากรที่เพียงพอช่วยเพิ่มการรับรู้ด้านความยั่งยืน ขณะที่ ฉัตรสุตา วงศ์เจริญ (2562) พบว่าการสนับสนุนที่เหมาะสมช่วยสร้างความไว้วางใจและความผูกพันของพนักงานกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน

3. อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรต่อการรับรู้ SDGs พบว่าวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ SDGs ร้อยละ 96.50 โดยโมเดลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมมีอิทธิพลสูงสุดที่ร้อยละ 68.00 สนับสนุนทฤษฎีวัฒนธรรมองค์กรของ Schein (1985) ที่ระบุว่าวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของพนักงาน โดยเฉพาะในระดับ สมมุติฐานพื้นฐาน (Underlying Assumptions) ซึ่งกำหนดแนวทางการทำงานของบุคลากร อีกทั้ง ทฤษฎีแนวคิดค่านิยมที่แข่งขันกัน (Cameron & Quinn, 1999) อธิบายว่าวัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจและความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน งานวิจัยของ อรวรรณ ทองเนียม (2565) ซึ่งว่าการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรอย่างเป็นระบบช่วยส่งเสริมความยั่งยืนขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

องค์กรควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจน, มีระบบติดตามผล, ใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ SDGs ในขณะเดียวกัน การวิจัยเพิ่มเติมในเชิงวิชาการ จะช่วยให้มีแนวทางที่ชัดเจนขึ้นสำหรับการนำ SDGs ไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรสุตา วงศ์เจริญ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรอยู่รอดอย่างยั่งยืน ตามแนวคิด Sustainable Leadership ในสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธีร ชัยสุทธิ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความพึงพอใจต่อการสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กรของผู้ปฏิบัติงานสังกัดสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธราธร เพ็ชรประพันธ์กุล. (2565). การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการ มหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พลอยลลิตน์ จันทรมิ. (2565). การสื่อสารภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสุขในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานองค์กรเอกชน. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อรรวรรณ ทองเนียม. (2565). *กลยุทธ์ธุรกิจอย่างยั่งยืนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมกับผลต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: John Wiley & Sons.
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Cameron, K. S. & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Downs, C. W. & Hazen, M. D. (1977). Communication satisfaction. *Journal of Applied Communication Research*, 5(1), 36–44.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., และ Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507.
- Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.