

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่าง ๆ ขึ้นทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับภายในประเทศขึ้นมามากมาย โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่มีแนวโน้มต่อเนื่องไปสู่ทศวรรษหน้า และจะเป็นบริบทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายการพาณิชย์ของไทย อาทิ การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว และการเปลี่ยนชั่วคราวทางเศรษฐกิจมาอยู่ที่ภูมิภาคเอเชียมากขึ้น การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ภัยพิบัติทางธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบต่อความมั่นคงทางด้านอาหาร และพลังงาน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทาง โครงสร้างสังคมในหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทยที่ได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น บริบทการเปลี่ยนแปลงจากทั้งภายนอกและภายในประเทศดังกล่าวนำมา ซึ่งวิสัยทัศน์ประเทศไทยปี พ.ศ. 2570 ที่ผ่านการระดมสมองและรวบรวมความคิดอย่างกว้างขวาง โดยวิสัยทัศน์ประเทศไทยปี พ.ศ. 2570 มีว่า “คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มิมีใครไม่ตรีบนวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึง มีคุณภาพสังคมมีความปลอดภัยและมั่นคง อยู่ในสถานะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหาร และพลังงาน อยู่บนฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลกสามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาค และโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาที่บูรณาการทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไป เพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษหน้า

ที่ผ่านมาประเทศไทยได้เริ่มสูญเสียความสามารถในการแข่งขันที่อาศัยความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่มีราคาถูก เช่น แรงงาน, ที่ดิน, วัตถุดิบ และทุนธรรมชาติอื่น ๆ ให้กับประเทศเกิดใหม่ (Emerging Economy) ต่าง ๆ ในโลก เช่น จีน, เวียดนาม และอินเดีย เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาในระยะต่อไป ซึ่งสะท้อนในแนวคิดของทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ได้มุ่งพัฒนาประเทศโดยปรับสมดุลพัฒนาเศรษฐกิจให้เน้น “คุณภาพ” ผ่านการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้เติบโตได้จากศักยภาพที่แท้จริงของประเทศ เพื่อมุ่งสู่การเป็นระบบเศรษฐกิจที่สร้างสรรคมูลค่า (Value Creation Economy) นั่นคือ ภาพแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ

การค้าของประเทศจะมีการปรับตัวทั้งในเชิงรุก และเชิงรับ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจให้สามารถรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge - Based Economy) เพื่อยกระดับเป็นระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) ที่สามารถตอบสนองต่อเงื่อนไขใหม่ ๆ ที่เกิดจากทั้งทางด้านอุปทาน และอุปสงค์ และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน กล่าวคือ การพัฒนาเศรษฐกิจสู่เศรษฐกิจยุคใหม่บนพื้นฐานเศรษฐกิจ ฐานความรู้จะเน้นให้ผู้ผลิต และผู้ประกอบการทำการค้นคว้าวิจัย และพัฒนาออกแบบและใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นการปรับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ หรือการปรับตัวทางด้านอุปทานให้สอดคล้อง กับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากวิสัยทัศน์ (Vision) ของกระทรวงพาณิชย์ “เศรษฐกิจการค้าของประเทศมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง และยั่งยืน เพื่อความอยู่ดีกินดีของคนทั้งประเทศ” ได้ชี้ให้เห็นถึงพันธกิจ ที่สำคัญของกระทรวงพาณิชย์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าภายใน และการค้าระหว่างประเทศ ให้เติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกันกับการเสริมสร้างให้เศรษฐกิจฐานราก และผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของประเทศให้บรรลุผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างความมั่งคั่ง และมั่นคงบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง และแข่งขันได้ในเวทีโลกกับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 จึงต้องมีทิศทางดำเนินการที่ชัดเจนให้สอดคล้องกับบริบทต่าง ๆ รวมถึงการเป็นสื่อกลางให้ทุกภาคส่วนรับรู้มาตรการ และแนวทางที่ชัดเจนทางการค้า (แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2555 - 2564, 2559, น. 2)

การพัฒนาองค์การสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามที่ประกาศไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์ และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 หมวด 3 การบริหารราชการ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มาตรา 11 โดยให้ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนงานราชการของตน เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริม และพัฒนาความรู้ความสามารถสร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนเจตคติ ของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อการปฏิบัติงาน ที่สอดคล้องกับการบริหารราชการให้เกิดสัมฤทธิ์ผล และการปฏิบัติงาน เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน (พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 : มาตรา 11) องค์กรแห่งการเรียนรู้ จึงเป็นการบริหารอิกรูปแบบหนึ่งที่ใช้เป็นพื้นฐานในการก้าวไปสู่ความสำเร็จขององค์กรได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นภาคราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือธุรกิจเอกชนต่างสามารถประยุกต์ใช้ร่วมกันกับระบบการบริหารรูปแบบอื่น ๆ ที่มี

ลักษณะเป็นการพัฒนาองค์การให้เฟื่องฟูพร้อมไปด้วย ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และบรรลุผลสำเร็จ ในระบบการบริหารเชิงคุณภาพรวมตลอดทั่วทั้งองค์การ การบริหารจัดการภารกิจของกระทรวง ต่าง ๆ ตามนโยบายการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้สู่ทศวรรษหน้า มีภารกิจที่สำคัญต้องบริหารจัดการปรับเปลี่ยนภายใต้กรอบความคิดการจัดการกิจการสร้างวิสัยทัศน์ การจัดการองค์การ การกำหนดนโยบายการอำนวยความสะดวกส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และการประกันความมั่นคงในการทำงาน ดังนั้นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง คือ การเป็น “องค์การแห่งการเรียนรู้” อย่างยั่งยืน ด้วยกระบวนการทั้งในด้านการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ การจัดการองค์ ความรู้ขององค์การ สมรรถนะของทรัพยากรบุคลากรบริหารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการประเมินองค์ความรู้ขององค์การ โดยมีการปรับวัฒนธรรมการทำงานและแนวทางการพัฒนาองค์กร และบุคลากรให้ทันสมัยเอื้อประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานในการพัฒนาตนเองสู่ความเป็นมืออาชีพ (Professional) ได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบส่งผลให้การปฏิบัติหน้าที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ตลอดจนสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพต่อไป

กระทรวงพาณิชย์ เป็นกระทรวงหนึ่งที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมเกี่ยวกับการค้า ธุรกิจบริการ ทรัพย์สินทางปัญญา และงานราชการอื่นตามที่มีกฎหมายกำหนด ภารกิจด้านใน ประเทศ ได้แก่ การดูแลราคาสินค้าเกษตร และรายได้เกษตรกร ดูแลผู้บริโภคภายใต้กรอบกฎหมาย ของกระทรวงพาณิชย์ ส่งเสริม และพัฒนาธุรกิจการค้า ทั้งการค้าสินค้า และธุรกิจบริการ รวมทั้ง ธุรกิจประกันภัย และคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา ภารกิจด้านต่างประเทศ ได้แก่ เจรจาการค้า ระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย การเจรจาภายใต้กรอบ WTO FTA อนุภูมิภาค ภูมิภาค ฯลฯ จัดระเบียบ และบริหารการนำเข้าส่งออก รวมทั้งการขยายรัฐต่อรัฐ การค้ามันสำปะหลัง สินค้า ขีดตกลงต่าง ๆ แก้ไขปัญหาการค้าผลประโยชน์ทางการค้า ซึ่งมีส่วนราชการในกระทรวงพาณิชย์ ที่ปฏิบัติงานภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานการค้าภายในจังหวัด, สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักงาน การค้าต่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็น หน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนดูแลภารกิจในระดับภูมิภาค ซึ่งมีภาระที่สำคัญ คือ การเสริมสร้างขีด ความสามารถให้ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจ บนฐานขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และทุนวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม การสร้างความเชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจในภูมิภาค เพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน และเป็นฐานไปสู่เวทีโลกการยกระดับ ประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม และสร้างสรรค์มูลค่าให้กับผู้ประกอบการ

โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์ในปัจจุบันนั้น เป็นการจัดแบ่งตามบทบาทและหน้าที่ในการทำงาน (Functional Structure) ซึ่งเหมาะกับองค์กรที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพอย่างมาก เนื่องจากการแบ่งภารกิจหน้าที่อย่างชัดเจนทำให้การทำงาน ของบุคลากรในแต่ละหน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างสะดวก และบุคลากรเองก็ได้รับการพัฒนาให้มีความชำนาญ และเชี่ยวชาญในสายงานนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม องค์กรในลักษณะนี้ ก็มีข้อเสีย คือ ขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เนื่องจากบุคลากรมองไม่เห็นภาพรวมการทำงานทั้งหมด ของกระทรวง โดยแต่ละหน่วยงานรับผิดชอบเฉพาะภารกิจ และทำงานภายในสายงานของตนเอง (Silo) จึงอาจมองไม่เห็นบทบาทของตนและหน่วยงานที่มีต่อการขับเคลื่อนเป้าหมายหลักขององค์กรทำให้เกิดความซ้ำซ้อนขาดประสิทธิภาพ (Red Tape) และที่สำคัญที่สุด คือ เป็นการบ่มเพาะวัฒนธรรมการทำงานที่ทำให้บุคลากรในองค์กรขาดความรู้ลึกผูกพันต่อองค์กร ขาดความกระตือรือร้น ขาดความสามัคคี เป็นอุปสรรคต่อการติดต่อประสานและการทำงานข้ามหน่วยงานด้วย นอกจากนี้หน่วยงานลักษณะแบบนี้ ยังมีความยืดหยุ่นต่ำ และส่งผลให้ความสามารถในการปรับตัวมีค่อนข้างน้อย (แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2555 - 2564, 2559, น. 117)

จากการประมวลผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดประชุมระดมสมองกับผู้บริหารระดับสูง ของกระทรวงพาณิชย์ ผู้แทนจากกลุ่มสายงานต่าง ๆ รวมไปถึงผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แทนจากหน่วยงาน ภายนอก ที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ พบว่า มีประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กร และระบบบริหารการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ในปัจจุบัน สามารถสรุปหลัก ๆ ได้ดังต่อไปนี้

- 1) ความทับซ้อนในการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในกระทรวง ซึ่งอาจเกิดจากแผนงานไม่ชัดเจน หรือความเข้าใจในแผนการทำงานไม่ตรงกัน
- 2) บทบาท และภาระงานของกระทรวงขาดความชัดเจน ภาระงานสำคัญบางประการยังขาดเจ้าภาพ
- 3) บทบาทและภารกิจในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับทิศทาง และความเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยภารกิจส่วนใหญ่เป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และเป็นการดำเนินการในระยะสั้น ไม่ได้เป็นการพัฒนาที่ส่งผลในระยะยาว
- 4) การบูรณาการและการประสานติดต่อระหว่างหน่วยงานภายในไม่มีประสิทธิภาพ
- 5) การดำเนินงานในบางส่วนขาดอิสระ และความคล่องตัว (แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2555 - 2564, น. 119) ซึ่งสอดคล้องกับ (Duke, 2004 p. 18) ที่กล่าวสนับสนุนว่า ในสังคมยุคของการเปลี่ยนแปลงจะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่อง เทคโนโลยี ผลผลิต การบริหาร และบุคคล สังคมเปลี่ยนจากการบริโภคนิยมมาเป็นสังคมที่ศึกษาข่าวสาร และความรู้ โดยอาศัยปัจจัยที่สำคัญ คือ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้ความรู้คือ พลังบุคคลที่มีความรู้จึงเป็นบุคคลที่มีคุณค่าขององค์การความรู้ และความรู้จะกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการบ่งชี้ความสำเร็จในทุก ๆ ด้าน นอกจากนี้องค์กรต่าง ๆ ก็ต้องมีการเตรียมความพร้อม

เพื่อปรับเปลี่ยนองค์กร โดยหวังผลในการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรในทุก ๆ ด้าน ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตนเองไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ภายใต้ยุคของการปฏิรูปประเทศตามคณะรักษาความสงบแห่งชาติ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2557 ได้เห็นชอบหลักการให้กระทรวงพาณิชย์ปรับปรุงโครงสร้างส่วนภูมิภาค และเริ่มต้นในวันที่ 1 ตุลาคม 2558 ในการประชุมปรับโครงสร้าง และกำหนดตำแหน่งในภูมิภาคของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ในยุคโลกาภิวัตน์ โดยการกำหนดปรับโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ ในการแบ่งงานภายในหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการค้าภายในจังหวัด, สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักงานการค้าต่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด โดยสำนักงานพาณิชย์ในภูมิภาค ให้เป็นหน่วยงานเดียวตามนโยบาย (One Roof) ของกระทรวงพาณิชย์ และการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด โดยรองปลัดกระทรวงพาณิชย์ นางอัมพวัน พิชาลัย มีบัญชาให้กองส่งเสริมพาณิชย์ในภูมิภาค ประสานประสานภาค คือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น ให้ประสานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร่วมจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน ตามนโยบาย (One Roof) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในภูมิภาคให้มีความเป็นเอกภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีคำสั่งในหนังสือราชการด่วนที่สุด ที่ พณ 0222 / ว 866 ลงวันที่ 24 มีนาคม 2558 และคำสั่งหนังสือราชการด่วนที่สุด ที่ พณ 0222 / ว 873 วันที่ 23 มีนาคม 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประโยชน์ต่อการให้บริการประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างมีเอกภาพ องค์กรจำเป็นต้องมีการค้นหาแนวทางพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ตลอดจนการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในบริบทของแต่ละพื้นที่ เพื่อที่จะสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ท่ามกลางบริบทที่ซับซ้อนทางด้านเศรษฐกิจ และการปรับเปลี่ยนองค์กร จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรับตัวทั้งด้านบุคลากร ทีม และองค์กร ให้เกิดการเรียนรู้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นพร้อมทั้งการดำเนินนโยบายด้านการพาณิชย์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยรวมทั้งภาคมหภาค และจุลภาค นอกจากนี้ยังจะเอื้อประโยชน์ในการประสานบูรณาการ และเชื่อมโยงแผนงาน / โครงการกับหน่วยงานราชการ อื่น ๆ ภาคเอกชน ทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก เกษตรกร และผู้บริโภคลดจนสถาบันการศึกษา จะได้รับรู้และมีข้อมูลที่เพียงพอในการประกอบการตัดสินใจเชื่อมโยงเชิงนโยบายในการพัฒนาประเทศในระยะยาว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อสนเทศที่ได้จะนำไปเป็นประโยชน์ในการบริหารหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อมุ่งตอบสนองประชาชน และ

ส่งผลโดยตรงในการกระตุ้นให้เศรษฐกิจในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค ระดับประเทศให้มีการเจริญเติบโตยิ่งขึ้นต่อไป

1.2 คำถามของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีคำถามเพื่อการวิจัย ดังนี้

1.2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ในระดับใด

1.2.2 ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ในระดับใด

1.2.3 มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2.4 แนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.4 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ, ด้านภาวะผู้นำ, ด้านการจูงใจ, ด้านบรรยากาศการปฏิบัติงาน และวัฒนธรรมขององค์กร มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.4.2 ปัจจัยด้านบุคคลมีความเป็นเลิศ ด้านเครือข่ายขององค์กร ด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม มีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1.5.1.1 ประชากร ได้แก่ บุคลากรของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 แห่ง รวมทั้งสิ้น 526 คน (กระทรวงพาณิชย์, 2558, น. 53)

1.5.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 คน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ (Yamane, 1973, p. 727) และใช้การสุ่มตามสัดส่วน (กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์, 2539, น. 25)

1.5.2 พื้นที่ของการวิจัย

พื้นที่ของการวิจัย คือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา, อุบลราชธานี, ขอนแก่น, บุรีรัมย์, อุดรธานี, ศรีสะเกษ, สุรินทร์, ร้อยเอ็ด, ชัยภูมิ, สกลนคร, กาฬสินธุ์, มหาสารคาม, นครพนม, เลย, ยโสธร, หนองคาย, หนองบัวลำภู, บึงกาฬ, อำนาจเจริญ และมุกดาหาร

1.5.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.5.3.1 ตัวแปรสาเหตุ ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ, ด้านภาวะผู้นำ, ด้านการจูงใจ, ด้านบรรยากาศการปฏิบัติงาน และวัฒนธรรมขององค์กร

1.5.3.2 ตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงเหตุและผล ได้แก่ ด้านบุคคลมีความเป็นเลิศ ด้านเครือข่ายขององค์กร และด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม

1.5.3.3 ตัวแปรผล คือ ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถวัดได้จากพลวัตการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงองค์การการเสริมอำนาจแก่บุคคล การจัดการความรู้ การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี

1.5.4 การศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งเรียนรู้

การศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย

1.5.4.1 ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด ระดับเชี่ยวชาญ 5 คน ผู้อำนวยการกลุ่ม 15 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน เป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง

1.5.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ แนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

“สำนักงานพาณิชย์จังหวัด (Provincial Commercial)” หมายถึง หน่วยงานส่วนภูมิภาคของกระทรวงพาณิชย์ที่ปรับปรุงโครงสร้าง มีสำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์ในฐานะเป็นตัวแทนในภูมิภาค โดยรวมหน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ในภูมิภาคเป็นหน่วยงานเดียว (One roof) ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด, สำนักงานการค้าภายในจังหวัด, สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด, สำนักงานการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกและประโยชน์ต่อการให้บริการประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)” หมายถึง องค์กรที่บุคลากรมีความมุ่งมั่นในการปรับตัว และพัฒนาความสามารถของตนอย่างต่อเนื่อง เกิดจากการเรียนรู้ การสังเคราะห์ความรู้ การสร้างความรู้ จากประสบการณ์ในการทำงานทั้งในระดับบุคคล ระดับทีมและระดับองค์กรเพื่อการสร้างสรรคผลงานที่ดีให้กับองค์กรอย่างเป็นระบบและสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร อันนำองค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้สามารถวัดได้ จากพลวัตการเรียนรู้การปรับเปลี่ยนองค์กร การเสริมอำนาจแก่บุคคล การจัดการความรู้ การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี

“พลวัตการเรียนรู้ (Learning Dynamics)” หมายถึง ระดับการเรียนรู้ การเรียนรู้ในองค์กรเกิดขึ้นได้ 3 ระดับ คือ 1) ระดับบุคคล เป็นการเปลี่ยนแปลงทักษะความเข้าใจ ความรู้ ทักษะคิด และค่านิยมของบุคคล โดยผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง 2) ระดับทีมงาน เรียนรู้เทคนิคในการแก้ปัญหา และทักษะการทำงานที่เป็นทีม 3) ระดับองค์กร เกิดขึ้นผ่านความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ซึ่งมาจากความรู้

และแบบแผนความคิดของสมาชิกในองค์กร สร้างขึ้นจากความรู้และประสบการณ์ในอดีตภูมิหลังขององค์กร

“การปรับเปลี่ยนองค์กร (Organization Transformation)” หมายถึง องค์กรจะต้องมีการปรับเปลี่ยนจากปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมขององค์กร วัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนกลยุทธ์ขององค์กร เป็นต้น

“การเสริมอำนาจแก่บุคคล (People Empowerment)” หมายถึง บุคคลต้องได้รับการเสริมอำนาจในการทำงานและการเรียนรู้ องค์กรประกอบของการเสริมอำนาจบุคคล ประกอบด้วย บุคลากร, ผู้นำ / ผู้บริหาร, ลูกค้า, คู่ค้า / คู่ขาย, พันธมิตร, หุ้นส่วน และชุมชน

“การจัดการความรู้ (Knowledge Management)” หมายถึง การสร้างและจัดการกับความรู้ที่มีในองค์กร เพื่อในการนำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ประกอบด้วย การแสวงหาความรู้, การสร้างความรู้, การจัดเก็บความรู้, การถ่ายโอน และใช้ความรู้

“การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี (Technology Application)” หมายถึง ระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ ประมวลผล รวมถึงเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสื่อสารคมนาคมที่ทันสมัย

“วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ (Vision Mission and Strategic)” หมายถึง การพัฒนาและกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กรไปในทิศทางเดียวกัน ให้มีความสอดคล้องกันปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัยกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเสมอ เปิดโอกาสให้บุคลากรได้กำหนดและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน เข้าใจ และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ที่จะทำให้เกิดแนวคิดและแนวปฏิบัติใหม่ ๆ จากความคิดสร้างสรรค์ นำไปสู่การบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ

“นวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Innovation and Technology)” หมายถึง การสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ และนำมาใช้ประโยชน์โดยใช้สารสนเทศที่ทันสมัย มีบทบาทในการเสริมสร้างความรู้ และเรียนรู้จากส่วนอื่น ๆ จากเครือข่ายโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร และเทคโนโลยีต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างกันในการสื่อสารระยะไกลทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อช่วยในการปฏิบัติงานซึ่งต้องมีความรวดเร็วและถูกต้องเหมาะสมและทันสมัย

“เครือข่ายองค์กร (Network Organization)” หมายถึง กลุ่มของคน หรือองค์กร ที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีความสัมพันธ์ที่กระชับระหว่างพนักงาน และเครือข่ายองค์กรภายนอก ทั้งกลยุทธ์ในการใช้วิธีการพัฒนา ตลอดจนการบูรณาการ และดำเนินการควบคู่ไปกับการทำงาน

ระหว่างกัน โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกัน

“บุคคลากรมีความเป็นเลิศ (Personal Mastery)” หมายถึง บุคคล หรือสมาชิกที่มีพฤติกรรมเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่ตลอดเวลา ยอมรับความเป็นจริงไม่ยึดมั่นในตนเองยอมรับการเปลี่ยนแปลงของโลก มีความกระตือรือร้นสนใจ และใฝ่เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีการพัฒนาตนเองและทดลองหาวิธีการใหม่ ๆ เสมอ นำปัญหาที่เกิดขึ้นมาเป็นบทเรียน และสามารถกำหนดเป้าหมายในการทำงานของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จที่ได้ตั้งใจ

“ภาวะผู้นำองค์กร (Leader)” หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือมากกว่าพยายาม กระตุ้น ชี้นำ ผลักดัน ให้บุคคลอื่น หรือกลุ่ม บุคคลอื่น มีความเต็มใจ และกระตือรือร้นในการทำสิ่งต่าง ๆ ตามต้องการ สร้างบรรยากาศในการทำงาน หรือการเรียนรู้ ตัดสินใจวางแผน และรับผิดชอบต่อความอยู่รอด หรือการพัฒนาขององค์กร มีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ มีความสามารถเชิงวิชาการ หรือการทำงานทักษะความสามารถในการเข้ากับคน ตลอดจนสนับสนุนเทคโนโลยี งบประมาณและจูงใจผู้ตามให้ปฏิบัติงานที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

“การจูงใจ (Motivation)” หมายถึง การส่งเสริมกระตุ้นและให้รางวัลแก่บุคคลากร หรือยกย่องกลุ่มที่มีผลงานดีเด่นที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร การให้สวัสดิการแก่บุคคลากรรวมทั้งส่งเสริมบุคคลากรในองค์กรให้มีการพัฒนาตนเองในทุก ๆ ด้าน ตลอดจนสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ให้แก่บุคคลากร เพื่อให้บุคคลากรมีความเต็มใจ และกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

“การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning)” หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกโดยอาศัยความรู้และความคิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถของทีมให้เกิดขึ้นการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องจนเกิด เป็นแนวคิดร่วมกันของบุคคลและกลุ่มโดยการสนทนา และอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง เพื่อจัดทำเป็นกิจกรรมร่วมกันทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

“บรรยากาศการปฏิบัติงาน และวัฒนธรรมองค์กร (Organization climate and Organization culture)” หมายถึง บรรยากาศที่สนับสนุนเอื้อต่อการปฏิบัติงาน ทั้งทางสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ที่เป็นกายภาพ และบรรยากาศการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร สมาชิกมีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บรรยากาศที่ส่งเสริมการทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ มีอิสระในความคิดสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและสนับสนุนให้มีการสะท้อนข้อมูลย้อนกลับ

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.7.1 ด้านนโยบาย

1.7.1.1 กระทรวงพาณิชย์ควรพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร และบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพเข้าใจบทบาทหน้าที่การเป็นนักวิชาการพาณิชย์ เน้นการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะในองค์กรและสามารถนำนโยบาย ด้านเศรษฐกิจไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดความคุ้มค่า พร้อมด้วยการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และสามารถถ่ายทอดการปฏิบัติงานแก่นักวิชาการพาณิชย์รุ่นน้อง เพื่อเตรียมองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้พร้อมต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

1.7.1.2 กระทรวงพาณิชย์ ควรมีนโยบายเน้นความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายขององค์กรแห่งการเรียนรู้ทั้งใน และนอกองค์กร จากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการทำงาน เชิงบูรณาการในพื้นที่และกลุ่มจังหวัดในระดับภูมิภาค เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายในการเชื่อมโยงการค้าขายช่องทางในด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับ และช่วยขับเคลื่อนนโยบายด้านเศรษฐกิจในจังหวัดให้มีความเติบโตเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

1.7.1.3 กระทรวงพาณิชย์ ควรสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่องค์กร และนำนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์อำนวยความสะดวกแก่ประชาชน และองค์กร พร้อมทั้งพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้แก่องค์กร สนับสนุนบุคลากรที่มีความสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ เพื่อให้ได้เกิดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งใน และนอกองค์กร

1.7.1.4 กระทรวงพาณิชย์ ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นเลิศ เพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะการเป็นนักการค้าพาณิชย์ ควรมีนโยบายให้พาณิชย์จังหวัดสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองทั้งใน และนอกองค์กร เน้นการฝึกอบรมพัฒนาทักษะ ด้านการวิเคราะห์การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการสื่อสารทางภาษาในระดับสากล และระดับภูมิภาค การศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและสามารถวางแผนในการเขียนงาน เพื่อพัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งของตนเองได้

1.7.1.5 กระทรวงพาณิชย์ ควรมีแนวทางการพัฒนาการทำงานแบบเป็นทีม โดยพัฒนาทักษะในด้านการสื่อสารในองค์กร และให้สมาชิกในองค์กรมีส่วนร่วมรับรู้และ แสดงความคิดเห็น ในแนวทางการบริหารงานในองค์กร ตั้งแต่การมีส่วนร่วมคิด ตัดสินใจร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการติดตามผล เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของหรือ หุ้นส่วนขององค์กรให้แก่บุคลากร

1.7.1.6 กระทรวงพาณิชย์ ควรเสริมสร้างแรงจูงใจของบุคลากรและผู้บริหารให้เป็นผู้บริหารการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้ตาม และพร้อมที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลง การสนับสนุนให้รางวัลยกย่องผู้ที่ทำประโยชน์แก่องค์กร ตลอดจนอำนวยความสะดวกวัสดุอุปกรณ์ สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน กระตุ้นบุคลากรในองค์กรให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาศักยภาพ องค์กรและขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่การแข่งขันในระดับภูมิภาค

1.7.2 ด้านวิชาการ

ได้แนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสามารถองค์ความรู้ที่ค้นพบนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา องค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ สามารถนำตัวชี้วัดไปเป็นกรอบในการ พัฒนาองค์กรให้มุ่งสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

1.7.3 ด้านปฏิบัติการ

1.7.3.1 ผู้บริหาร ควรเข้ารับการอบรมการพัฒนาภาวะผู้นำองค์กร เพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะ ของตนเองในการบริหารงาน ควรเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงเน้นการบริหารงานในแนวราบเพิ่ม ความใกล้ชิดกับบุคลากรมีความเป็นกันเองในลักษณะพี่สอนน้องเรียนรู้ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นและ แก้ไขปัญหาหารือร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการทำงานแบบครอบครัว เพื่อสร้างความสุขในการ ทำงาน

1.7.3.2 ผู้บริหาร ควรเน้นการใช้ระบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่เน้นภาค ประชาสังคมให้มีบทบาท เป็นตัวกลางการสร้างเครือข่ายขององค์กรในทุกภาคส่วนอย่างจริงจังมีการ ทำงานเชิงบูรณาการ สร้างเครือข่ายในการเชื่อมโยงการค้า เพื่อขยายช่องทางในด้านการตลาดให้แก่ ผู้ประกอบการทุกระดับ

1.7.3.3 ผู้บริหาร ควรสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่องค์กร และนำนวัตกรรม มาใช้ประโยชน์ พร้อมทั้งพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้แก่องค์กร

1.7.3.4 บุคลากรในองค์กร ควรรู้จักเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง ควรเข้ารับการอบรม ตามหลักสูตรต่าง ๆ ที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะการเป็นนักการค้าพาณิชย์ ตลอดจนการศึกษา ต่อในระดับที่สูงขึ้นสามารถกำหนดวิธีการทำงานได้ด้วยตนเอง และวางแผนในการเขียนงาน วิชาการ เพื่อพัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งของตนเองได้

1.7.3.5 ผู้บริหาร ควรมีแนวทางการพัฒนาการทำงานแบบเป็นทีม โดยเริ่มจากการ สร้างทีม และพัฒนาทีม ให้มีความเป็นมืออาชีพ ให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมทั้งด้านความคิด และ การปฏิบัติ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ หรือหุ้นส่วนขององค์กรให้แก่บุคลากร

1.7.3.6 สร้างบทบาทใหม่ของผู้บริหารให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรได้มองเห็น และดึงเอาศักยภาพในตัวบุคลากรของแต่ละคนออกมาใช้ได้ให้ถูกกับงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกรูปแบบ