

FACTORS AFFECTING THE TRANSFORMATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE TO A DIGITAL ORGANIZATION OF A PRIVATE HOSPITAL IN CHACHOENGSAO PROVINCE

Sureeporn PROMMARAKSA and Jiraphon RAHOTHAN¹

1 Faculty of Graduate College of Management, Modern Organization Management, Sripatum University at Chonburi, 65800645@chonburi.spu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 14 June 2024

Revised: 28 June 2024

Published: 12 July 2024

ABSTRACT

The research aims to study factors affecting the transition to a digital organizational culture of a private hospital in Chachoengsao Province. The sample group consisted of 3000 employees in a hospital in Chachoengsao Province using the method for finding the number of samples from Yamane's formula. The researcher would sample conveniently. Anyone who cooperates and must be an employee of this hospital. The total number of samples was 350. Statistics used in data analysis included percentages, averages, and variance tests, and analysis of multiple regression lines. The results of the research found that 1) Respondents with different job positions Influence organizational culture digitally. In terms of employee acceptance of change Employee adaptability Employee confidence and overall digital organizational culture. 2) Factors within the organization that influence overall digital organizational culture are internal communication, and digital technology capabilities of personnel, which had a level of ability to explain the relationship between variables at 59.8 percent ($R = 0.774$ and $R^2 = 0.598$).

Keywords: Corporate Culture, Digital Transformation, Digital Culture, Private Hospital

CITATION INFORMATION: Prommaraksa, S., & Rahothan, J. (2024). Factors Affecting the Transformation of Organizational Culture to a Digital Organization of a Private Hospital in Chachoengsao Province. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 2

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่วัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลของ โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา

สุรีย์พร พรหมมรรักษ์^{1*} และ จิราพร ระโหฐาน¹

1 Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi, Thailand;
65800645@chonburi.spu.ac.th

บทคัดย่อ

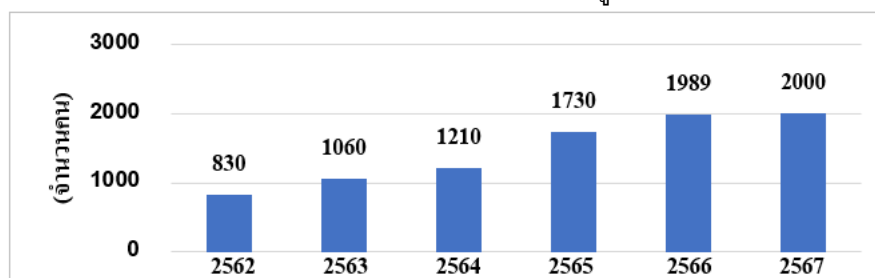
งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่วัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 3000 คน โดยใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของยามานะ โดยผู้วิจัยจะสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก คนใดก็ได้ที่ให้ความร่วมมือ และต้องเป็นพนักงานในโรงพยาบาลแห่งนี้ให้ครบตามจำนวนตัวอย่าง 350 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล ในด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน ด้านความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน ด้านความเชื่อมั่นของพนักงาน และด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลโดยภาพรวม 2) ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล โดยภาพรวม คือ ด้านการสื่อสารภายในองค์กร และความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร ซึ่งมีระดับความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอยู่ที่ร้อยละ 59.8 ($R = 0.774$ และ $R^2 = 0.598$)

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์กร, การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล, วัฒนธรรมดิจิทัล, โรงพยาบาลเอกชน

ข้อมูลการอ้างอิง: สุรีย์พร พรหมมรรักษ์ และ จิราพร ระโหฐาน. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่วัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 2

บทนำ

ในปัจจุบันสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งภาวะเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ผลกระทบจากเหตุการณ์โรคระบาด ทำให้องค์กรธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายที่ต้องเร่งเปลี่ยนแปลงทุกองค์ประกอบของธุรกิจให้ก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่เกิดจาก Disruptive Technology ซึ่งจะส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อตลาดผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม รวมทั้งอาจทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิมได้รับผลกระทบจนต้องล้มหรือปิดกิจการไป เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างรวดเร็ว หรือแม้แต่เจเนอเรชั่นของมนุษย์ที่เปลี่ยนไป ทำให้คนรุ่นเก่าต้องทำงานร่วมกับคนรุ่นใหม่ ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาการร่วมงานกันระหว่างคนในหลากหลายเจเนอเรชั่น การเปลี่ยนแปลงไปสู่วัฒนธรรมดิจิทัลเป็นกระบวนการของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้าง หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจเป็นแบบใหม่ โดยไม่ใช่เพียงอาศัยเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยองค์ประกอบด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะ วัฒนธรรมและประสบการณ์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมความต้องการทางธุรกิจและตลาดที่เปลี่ยนแปลง การปรับเปลี่ยนธุรกิจในยุคดิจิทัลส่งผลให้กระบวนการหลายอย่างถูกเปลี่ยนแปลงไปจากบทบาทดั้งเดิม เช่น การขาย การตลาด และการบริการลูกค้า แต่การที่จะเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่ดิจิทัลได้ ทรัพยากรมนุษย์หรือพนักงานในองค์กรต้องมีความพร้อมทั้งด้านการยอมรับในวัฒนธรรมใหม่ หรือความพร้อมในด้านความรู้ทางเทคโนโลยี



ภาพที่ 1 จำนวนพนักงานในแต่ละปีขององค์กร

การศึกษานี้เพื่อทราบถึงปัจจัยที่เป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้การเปลี่ยนแปลงองค์กรสำเร็จลุล่วงของโรงพยาบาลที่มีปริมาณพนักงานประมาณ 2000 คน โรงพยาบาลตั้งอยู่ในพื้นที่เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความสำคัญในระดับประเทศ จำนวน 4 แห่ง ซึ่งเป็นโรงพยาบาลที่มีขนาด 250 เตียง ในระดับทุติยภูมิ และระดับตติยภูมิ นอกจากนี้โรงพยาบาลเปิดบริการรักษาโรคทั่วไปแล้ว เพื่อการเตรียมพร้อมในการขยายศักยภาพให้สามารถรองรับการเติบโตของแหล่งนิคมอุตสาหกรรม สามารถรองรับจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณของประชากรที่เป็นแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมและการตอบสนองผู้รับบริการ เช่น การเพิ่มศักยภาพในการรักษาเป็นศูนย์อุบัติเหตุฉุกเฉิน ศูนย์โรคหลอดเลือดหัวใจที่สามารถสวนหัวใจ และผ่าตัดหัวใจได้ การรักษาด้วยการผ่าตัดแผลเล็กโดยการส่องกล้องทั้งในกลุ่มศัลยกรรมกระดูกและข้อ และระบบทางเดินอาหาร ศูนย์รักษาผู้มีบุตรยาก อีกทั้งยังเป็นโรงพยาบาลที่รักษาโรคมะเร็งและส่งต่อรักษาด้วยการฉายแสงและปลูกถ่ายไขกระดูก เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การปรับปรุงองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งใหญ่ เนื่องจากองค์กรกำลังเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านศักยภาพทางเทคโนโลยี และบุคลากร จึงต้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง

การศึกษาดังกล่าวซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่ดิจิทัลขององค์กรที่มีวัฒนธรรมการทำงานแบบเดิม และมีการทำงานร่วมกันของคนในหลากหลายช่วงอายุจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรมขององค์กรไปสู่องค์กรแบบดิจิทัล ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน อายุ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงานในองค์กร ที่มีผลต่อการ

เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร

การทบทวนวรรณกรรม

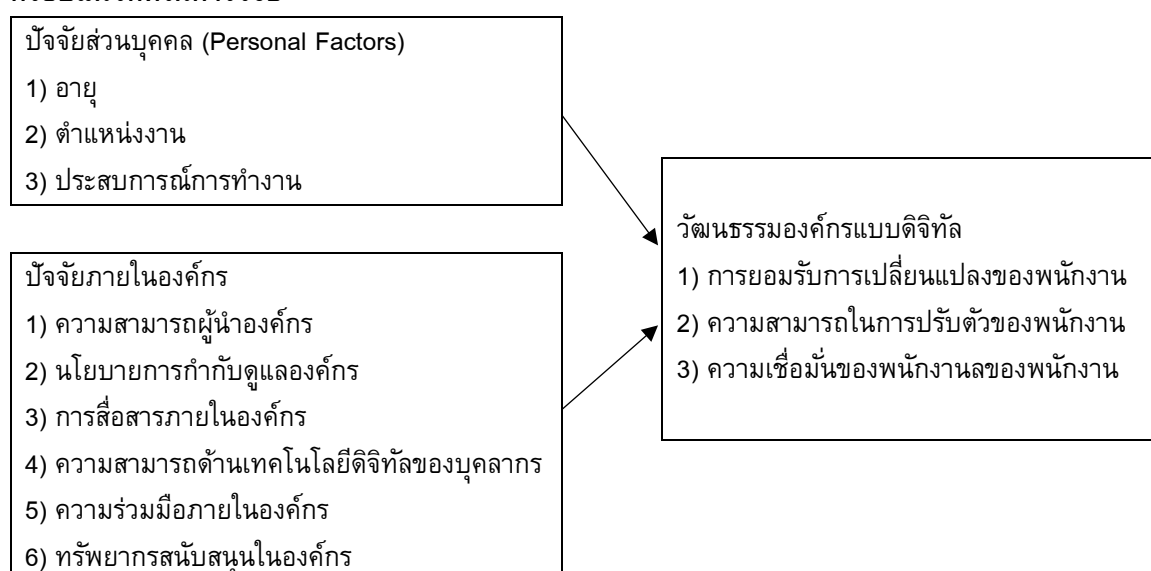
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และ เชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณา สำหรับการแบ่งส่วนตลาด โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้จ่ายของผู้บริโภค

การปรับตัวทางวัฒนธรรมเป็นการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ไม่คุ้นเคยซึ่งเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่มีความแตกต่างไปจากวัฒนธรรมเดิม โดยวัฒนธรรมทั้งสองนั้นอาจมีวิถีการดำเนินชีวิต และความประเพณีที่ค่อนข้างแตกต่างหรือแตกต่างอย่างสิ้นเชิง ซึ่งรวมไปถึงภาษา การแต่งกาย และการรับประทานอาหาร

กระบวนการและขั้นตอน ในการก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Organization) อย่างยั่งยืน ซึ่งจะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการต่างๆ ภายในองค์กร ดังต่อไปนี้

- 1) ปรับกระบวนคิดของคนในองค์กร (Digital Mindset) คือ การปรับเปลี่ยน กระบวนการทางความคิด วิสัยทัศน์ และความเชื่อมั่น ตั้งแต่ในระดับของผู้บริหารระดับสูงสุด ลงไปสู่บุคลากรในทุกระดับให้มีความพร้อม
- 2) ปรับกระบวนการทำงาน (Digital Processes) คือ การที่ระบบงานและกระบวนการต่างๆ ภายในองค์กรจะต้องเชื่อมโยงกันเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และเป็นข้อมูลชุดเดียวกันทั้งองค์กร
- 3) ปรับทักษะการใช้เทคโนโลยี (Digital Skills) บุคลากรในองค์กรดิจิทัล จะต้องปรับตัวให้มีความรู้ ความสามารถ ตลอดจนมีทักษะในการใช้เทคโนโลยี
- 4) ปรับวัฒนธรรมองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Culture) เปลี่ยนรูปแบบการทำงานขององค์กรให้เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของโลกในยุคปัจจุบัน คือ มีความเชื่อมโยง คล่องตัว สะดวก ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล คือ กระบวนการที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรในทุกภาคส่วน ตั้งแต่กระบวนการทำงาน การวางแผนการตลาด การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมองค์กร และการวางแผนในการกำหนดเป้าหมายการเติบโตขององค์กรในอนาคต เพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลที่แตกต่างกัน
- 2) ปัจจัยภายในขององค์กรที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรมองค์กรไปสู่องค์กรแบบดิจิทัล ของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทราโดยใช้เป็นแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผลด้วยสถิติบรรยาย

ประชากรและตัวอย่าง

พนักงานในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 3000 คน โดยใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของยามาเน (Yamane, 1967) โดยผู้วิจัยจะสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก คนใดก็ได้ที่ให้ความร่วมมือ และต้องเป็นพนักงานในโรงพยาบาลแห่งนี้ ให้ครบตามจำนวนตัวอย่าง 350 ตัวอย่าง

เครื่องมือวิจัย

ในการสร้างแบบสอบถามจะใช้สถิติเพื่อหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยนำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และใช้สถิติเพื่อทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธี Cronbach's alpha coefficient

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายใน โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน โดยใช้ระดับการให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน คือ ด้านความสามารถผู้นำองค์กร (0.835) ด้านนโยบายการกำกับดูแลองค์กร (0.804) ด้านการสื่อสารภายในองค์กร (0.849) ด้านความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร (0.899) ด้านความร่วมมือภายในองค์กร (0.823) และด้านทรัพยากรสนับสนุนในองค์กร (0.866)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน โดยใช้ระดับการให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน คือ ด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน (0.859) ด้านความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน (0.834) และด้านความเชื่อมั่นของพนักงาน (0.887)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ Google form ซึ่งสามารถส่งเป็น Link ให้กลุ่มตัวอย่างได้ตามสะดวก สามารถคัดกรองผู้ที่เก็บข้อมูลได้ คือ เลือกเฉพาะผู้ที่พนักงานในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 99.5

การวิเคราะห์ข้อมูล

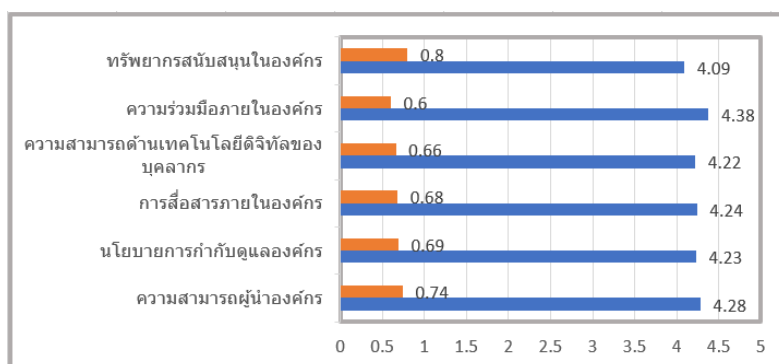
- 1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
- 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทำนายอิทธิพลของตัวแปรเมื่อมีตัวแปรทำนายตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

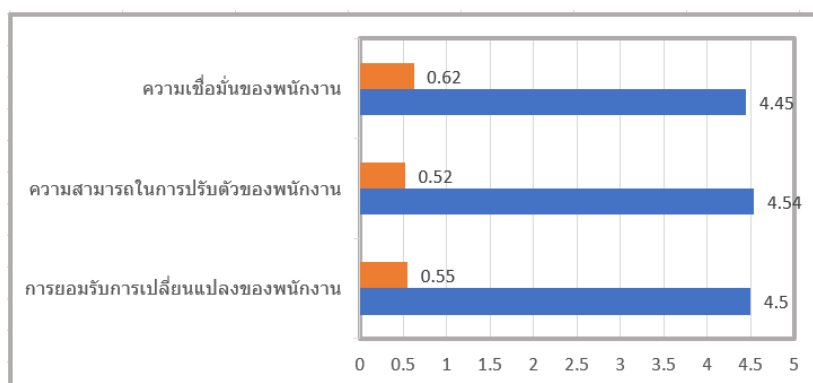
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.6 ระดับตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานฝ่ายการพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 64.3 ประสบการณ์การทำงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร ทั้ง 6 ด้าน



จากแผนภาพที่ 3 พบว่า ปัจจัยภายในองค์กร ด้านความร่วมมือภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ลำดับที่สอง คือ ด้านความสามารถผู้นำองค์กร ลำดับที่สาม คือ ด้านการสื่อสารภายในองค์กร ลำดับที่สี่ คือ ด้านนโยบายการกำกับดูแลองค์กร ลำดับที่ห้า คือ ด้านความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร และลำดับสุดท้าย คือ ด้านทรัพยากรสนับสนุนในองค์กร มีค่าอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล ทั้ง 3 ด้าน



จากแผนภาพที่ 4 พบว่า ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลในด้านความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ลำดับที่สอง คือ ด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน และลำดับที่สาม คือ ด้านความเชื่อมั่นของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล ในด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน ด้านความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน ด้านความเชื่อมั่นของพนักงาน และด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลที่แตกต่างกัน พบว่า จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลโดยภาพรวม คือ ด้านการสื่อสารภายในองค์กร และความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลทุกด้าน คือ ด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน ด้านความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน ด้านความเชื่อมั่นของพนักงาน และด้านวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลโดยภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภิสรา จิรพัทธ์พงศกร (2564) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของพนักงานกลุ่มมิลเลนเนียลในองค์กรรัฐวิสาหกิจ ซึ่งประกอบกิจการด้านสาธารณูปโภคแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน เช่นเดียวกับภาวะผู้นำเชิงปฏิรูปและบรรยากาศขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน

ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัล

1) วัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลโดยภาพรวม จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบดิจิทัลโดยภาพรวม คือ ด้านการสื่อสารภายในองค์กร และความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์พิมล สารหงษ์ (2558) จากการศึกษาเรื่องการศึกษาด้านวัฒนธรรมองค์กร บทบาทความเป็นผู้นำ และความไว้วางใจในองค์กร ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร กรณีศึกษาของ บริษัท สยามมัลติเซอร์วิส จำกัด ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาด้านวัฒนธรรมองค์กร บทบาทความเป็นผู้นำและความไว้วางใจในองค์กร มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

2) ด้านการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน คือ ด้านความสามารถของผู้นำองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร และทรัพยากรสนับสนุนในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ เวทยา ใฝ่ใจดี (2563) จากการศึกษาเรื่องการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร กรณีศึกษา ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้องค์กรกรณีศึกษามีการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล ได้แก่ ความต้องการเพิ่มความรวดเร็วในทุกกระบวนการ และการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

3) ด้านความเชื่อมั่นของพนักงาน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของพนักงาน คือ ด้านความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากร และความร่วมมือภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ อัคริมา เชียงอารีย์ (2565) จากการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ภายใต้สถานการณ์โรคระบาดโคโรนาไวรัส ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการอดทนต่อความไม่ชัดเจนส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรของพนักงาน

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านตำแหน่งงาน ซึ่งองค์กรต้องดูปัจจัยอื่นที่ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในทางด้านความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน รวมทั้งการสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมให้เกิดความรักความผูกพันต่อองค์กร

2) ปัจจัยภายในองค์กรในด้านความสามารถของผู้นำองค์กร ผู้นำองค์กรต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานโดยกระทำแบบอย่าง การสร้างแนวคิดใหม่ๆ เป็นเชิงบวกทางทัศนคติ เพื่อเป็นทิศทางการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ด้านการสื่อสารภายในองค์กร องค์กรจะสนับสนุนให้เกิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ได้รับสื่อสารอย่างโปร่งใส เพื่อให้เกิดการสื่อสารกันอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านความสามารถด้านเทคโนโลยี

ดิจิทัลของบุคลากร มีการพัฒนาใช้ช่องทางที่หลากหลายทางด้านดิจิทัลในการปฏิบัติงาน เช่น Zoom, Line OA, Google Form, QR Code ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรเพิ่มเติมการศึกษาในส่วนของปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรไปสู่แบบดิจิทัล ในรูปแบบต่างๆ เช่น ปัจจัยการยอมรับ และการเรียนรู้เพื่อปรับตัว และเปิดใจ ปัจจัยด้านการดูแลคุณภาพชีวิตของบุคลากร จะช่วยให้สามารถศึกษาเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มศึกษาได้เพิ่ม
- 2) ปัจจัยที่จะนำมาศึกษาเพิ่มเติมทางด้านแรงจูงใจที่จะทำให้บุคลากรมีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเสมอเนื่องจากบุคลากรเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าที่สุด และเป็นแรงขับเคลื่อนเป็นเหมือนเฟืองที่เป็นตัวเชื่อมระหว่าง การเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรมเดิมสู่ยุคดิจิทัลและนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย ทิศทางร่วมกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรรณสุด ดั่งกุล. (2565). ปัจจัยการปรับตัวทางวัฒนธรรมและการสร้างแบรนด์นายจ้างของแรงงานต่างด้าวที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโรงงานการผลิตในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- กฤตบุญญ แก้วโชติ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลของสำนักงานคณะกรรมการอัยการ. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑารัตน์ ดอกจันทกลาง. (2563). การปรับตัวทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจคงอยู่ของครูชาวต่างชาติในสถาบันการศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- พิมพ์พิมล สารหงษ์. (2558). การศึกษาด้านวัฒนธรรมองค์กร บทบาทความเป็นผู้นำ และความไว้วางใจในองค์กร ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร: กรณีศึกษาของบริษัท สยามมัสติ-เซอร์วิส จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มาริษา สุเวียนพันธ์. (2565). การปรับตัวของบุคลากรภาครัฐต่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- เวทยา ใฝ่ใจดี. (2563). การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กรกรณีศึกษา ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วงศ์ผกา กลอนสุด. (2561). การเปลี่ยนแปลงรูปแบบองค์กรด้วยกระบวนการทางดิจิทัล กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภิสรา จิรพัทธ์พงศกร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงของพนักงานกลุ่มมิลเลนเนียลในองค์กรรัฐวิสาหกิจซึ่งประกอบกิจการด้านสาธารณสุขภาคหนึ่ง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสนาะ กลิ่นงาม. (2566). การปรับเปลี่ยนองค์กรทางการศึกษาสู่ยุคดิจิทัลระดับชั้น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- อัศริมา เชียงอารีย์. (2565). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงองค์กรของพนักงานกลุ่มธุรกิจสายการบินในประเทศไทยภายใต้สถานการณ์โรคระบาดโคโรนาไวรัส. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).