

วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุข
ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร
The Organization Culture that affect the Happy Workplace
of Employees of Digital Industry in Bangkok Metropolis

Received:

Revised:

Accepted:

ดวงเดือน ก่องมูล¹

Doangduan Kongmoon

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (5) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 385 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ต้องอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sample) ประเภทการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis) ด้วยวิธี Ordinary Least Square Multiple Regression หรือ Enter Method โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ ด้านมิติมุ่งสัจการแห่งตน (Self - Actualizing) รองลงมา คือ ด้านมิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement) ด้านมิติมุ่งบุคคล (Humanistic-Encouraging) ด้านมิติมุ่งมิตรสัมพันธ์ (Affiliative) ตามลำดับ (2) ระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรม

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง; Graduate student, Master of Business Administration program, Ramkhamhaeng University; Email: Doangduan.k@gmail.com

ดจิตัลในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้การเป็นองค์กรแห่งความสุขอยู่ในระดับมีความสุขมาก โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ได้แก่ ด้านมีสังคมดี (Happy Society) รองลงมา คือ ด้านมีน้ำใจงาม (Happy Heart) ด้านสุขภาพกายดี (Happy Body) ด้านมีคุณธรรม (Happy Soul) ด้านจัดการรายรับรายจ่ายได้ (Happy Money) ด้านรู้จักผ่อนคลาย (Happy Relax) ด้านมีความรู้ (Happy Brain) และด้านมีครอบครัวดี (Happy Family) ตามลำดับ (3) ระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์กรแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดจิตัลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์กรแห่งความสุขที่แตกต่างกัน (4) วัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ (The Constructive Culture) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ คือ มิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement) มิติมุ่งสัจการแห่งตน (Self - Actualizing) มิติมุ่งบุคคล (Humanistic-Encouraging) และมิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดจิตัลในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ องค์กรแห่งความสุข

ABSTRACT

The objectives of this Independent Study are (1) to study personal factors of the officers working in field of digital industries group in Bangkok (2) to study the Constructive Culture of the officers working in field of digital industries group in Bangkok (3) to study the Happy Workplace of the officers working in field of digital industries group in Bangkok (4) to compare a perception level of being Happy Workplace of the officers working in field of digital industries group in Bangkok, classified by the personal factors and (5) to study organizational culture affecting to being Happy Workplace of the officers working in field of digital industries group in Bangkok. The Independent Study sample is consisted of 385 persons from non-probability sample, by the way of convenient sampling. The research tool for gathering information is questionnaires form, with processing data analysis by the Statistical Package for the Social Science. The statistics used in this Independent Study are frequency distribution, percentage, arithmetic mean, standard deviation and multiple regression analysis by ordinary least square multiple regression or enter method by determining level of the statistical significance at 0.05. The results of this Independent Study revealed; (1) the level of opinions to the Constructive Culture of the officers working in field of digital industries group in Bangkok, in overview, is "Agree". The aspects with the highest level of opinions are Self-Actualizing,

Achievement, Humanistic-Encouraging and Affiliative Respectively, (2) the level of opinions to the Happy Workplace of the officers working in field of digital industries group in Bangkok is “Happy”. The aspects with the highest level of opinions are Happy Society, Happy Heart, Happy Body, Happy Soul, Happy Money, Happy Relax, Happy Brain and Happy Family respectively, (3) the level of perception level of being Happy Workplace of the officers working in field of digital industries group in Bangkok is varied from officers with different personal factors, and (4) the Constructive Culture is comprising with four dimensions, namely Achievement, Self-Actualizing, Humanistic-Encouraging and Affiliative, has a level of opinions at “Agree”, affecting to being the Happy Workplace of the officers working in field of digital industries group in Bangkok with the statistical significance of 0.05. Therefore, the hypothesis is acceptable.

Keywords: Organization Culture, The Constructive Culture, Happy Workplace

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จอย่างสูงสุดขององค์กร คือ พนักงาน (คน หรือ Man) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของปัจจัยนำเข้า (Inputs) เพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์ (Outputs) คือ ผลผลิตที่เป็นสินค้าและ/หรือการบริการของกระบวนการดำเนินงาน (Operations) ขององค์กรนั้น ๆ (ปัจจัยนำเข้า (Inputs) ประกอบไปด้วย วัตถุดิบ (Materials) เครื่องจักร (Machine) แรงงาน (Man) เงินลงทุน (Money) และการจัดการ (Management)) (ภูมิิต วงศ์หล่อสายชล, 2555) เพราะว่า “คน” เป็นผู้ริเริ่มและสร้างสรรค์แผนงาน (Plan) ขึ้นมาว่า องค์กรนี้ต้องการอะไร จะทำอย่างไรเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ต้องการนั้น และคนยังเป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมในทุกระดับขององค์กร แม้ว่าปัจจุบันจะมีการนำเอาเครื่องจักร (Machines) หรือเทคโนโลยี (Technologies) เข้ามาช่วยในการทำงาน แต่หากปราศจากคนที่ทำหน้าที่ในการดูแล ควบคุม และตรวจสอบการดำเนินงานแล้ว องค์กรก็อาจจะไม่ได้ในสิ่งที่ต้องการ (Needs) ก็เป็นไปได้ ดังนั้น องค์กรที่ดีจะต้องคำนึงถึง ใส่ใจ เห็นใจ และดูแลพนักงานที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งหากองค์กรกระทำในทางตรงกันข้ามแล้ว พนักงานในองค์กรก็ไม่มีความสุข เมื่อไม่มีความสุขก็ไม่อาจจะสร้างสรรค์ผลงานที่ดีและมีประสิทธิผลขึ้นได้ ท้ายสุดผู้ที่ได้รับผลร้ายก็คือองค์กรเอง ดังนั้น ในปัจจุบันหลาย ๆ องค์กรได้ตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานที่เป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานขึ้น จึงได้สรรหาวิธีการในการสร้างและรักษาความสุขของพนักงานในองค์กรของตน โดยทำการสร้างกระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย และกำหนดคุณทฤษฎีศาสตร์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีความสามารถและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนตามเป้าหมาย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2552) ซึ่งองค์กรแห่งความสุข

(Happy Workplace) นั้น ย่อมมีรากฐานมาจากวัฒนธรรมองค์การในเชิงสร้างสรรค์ด้วย เพราะองค์การในรูปแบบนี้ย่อมที่จะสรรหาแนวทางในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและคำนึงถึงความสุขและความเจริญของพนักงานควบคู่กันไป ไม่ได้มุ่งเน้นแต่การสร้างกำไรให้แก่องค์การ ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ไม่ยั่งยืน

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะของวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร และสาเหตุที่เลือกกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลเพราะว่า กลุ่มอุตสาหกรรมนี้เป็นผู้ประกอบกิจการด้านระบบดิจิทัล (Digital) โดยธรรมชาติต้องมีลักษณะองค์การที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้น วัฒนธรรมองค์การของกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลจึงมีแนวโน้มที่จะมีความยืดหยุ่นและสร้างสรรค์เพื่อให้องค์การสามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และยังสามารถรักษาความสุขของพนักงานควบคู่กันไปด้วยได้ ซึ่งผู้บริหาร หรือองค์การทั่วไปสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์การของตนให้เป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงาน เพราะหากพนักงานมีความสุข ก็ย่อมสร้างสรรค์ผลงานชั้นดีเลิศให้แก่องค์การ องค์การก็สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างก้าวหน้า มั่นคง และยั่งยืนตามเป้าหมาย อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีระดับของความสุขแตกต่างกัน
2. วัฒนธรรมองค์การส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่ใช้แบบสอบถามลักษณะปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ประกอบด้วยข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะของวัฒนธรรมองค์การแบบสร้างสรรค์ และองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชนที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลและมีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 385 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (The Constructive Culture)

คือ องค์การที่มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงานแบบมุ่งส่งเสริมให้สมาชิกในองค์การมีปฏิสัมพันธ์ สนับสนุน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่งผลให้สมาชิกภายในองค์การประสบความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งเน้นความพึงพอใจของสมาชิกที่ต้องการความสำเร็จในการทำงาน และความต้องการมิตรสัมพันธ์กับเพื่อนสมาชิกในองค์การ ซึ่งแบ่งเป็น 4 มิติ คือ

1. มิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement) หมายถึง องค์การที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของสมาชิกที่เน้นค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกในการทำงานของสมาชิกภายในองค์การที่มีภาพรวมของลักษณะการทำงานที่ดี มีการตั้งเป้าหมายร่วมกัน พฤติกรรมการทำงานของคนเป็นแบบมีเหตุมีผล มีหลักการ และการวางแผนที่ดีมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ลักษณะเด่น คือ สมาชิกจะมีความกระตือรือร้น รู้สึกว่างานท้าทายความรู้ความสามารถ และมีความสุขในการทำงาน

2. มิติมุ่งสั่งการแห่งตน (Self - Actualizing) หมายถึง องค์การที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของสมาชิกที่เน้นค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของการทำงานในด้านความสร้างสรรค์ พนักงานสามารถตัดสินใจและทำงานได้อย่างอิสระแต่ต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ มีการนำเทคโนโลยีหรือเทคนิคใหม่ ๆ มาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน ลักษณะเด่น คือ สมาชิกมีความเต็มใจในการทำงานและภูมิใจในงานของตน เนื่องจากเน้นคุณภาพงานมากกว่าปริมาณงาน ความสำเร็จของงานจึงมาพร้อมกับความก้าวหน้าของสมาชิกในองค์การ

3. มิติมุ่งบุคคล (Humanistic-Encouraging) หมายถึง องค์การที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของสมาชิกที่เน้นค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของการทำงานที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก มุ่งเอาสมาชิกเป็นศูนย์กลาง ให้ความสำคัญกับสมาชิกในองค์การ โดยการดูแลเอาใจใส่สมาชิก ปรับ

ผลตอบแทนอย่างยุติธรรม ส่งเสริมให้พัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคล และถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับเพื่อนร่วมงาน ลักษณะเด่น คือ องค์กรมองว่าสมาชิก คือ ทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร

4. มิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) หมายถึง องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกของสมาชิกที่เน้นค่านิยมและพฤติกรรมที่มุ่งให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่างสมาชิกทุกคนภายในองค์กร เน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีความเป็นกันเอง เปิดเผย จริงใจ และไวต่อความรู้สึกของเพื่อนร่วมงาน ให้การยอมรับและเข้าใจความรู้สึกซึ่งกันและกัน ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ลักษณะเด่น คือ องค์กรจึงให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เพราะว่าความสามัคคีเป็นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

แนวคิดในการสร้างสุขในองค์กร 8 ประการ (Happy 8)

องค์ประกอบความสุขของ “คน” ประกอบด้วย

1. สุขภาพดี (Happy Body) คือ การมีสุขภาพกายและจิตใจที่แข็งแรง เกิดจากการรู้จักใช้ชีวิต รู้จักกิน รู้จักนอน รู้จักพักผ่อน ชีวิตมีความสุข
2. น้ำใจงาม (Happy Heart) คือ การมีน้ำใจเอื้ออาทรต่อคนรอบข้าง รู้จักการแบ่งปันอย่างเหมาะสม รู้จักบทบาทของตน และเข้าใจสิ่งต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิต
3. การผ่อนคลาย (Happy Relax) คือ การรู้จักผ่อนคลายต่อสิ่งต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต
4. การหาความรู้ (Happy Brain) คือ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองและนำไปสู่การเป็นมืออาชีพ เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าและมั่นคงในหน้าที่การงาน และพร้อมที่จะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ให้บุคคลอื่น
5. คุณธรรม (Happy Soul) คือ การมีหิริ โอตตัปปะ หมายถึง การละอาย และเกรงกลัวต่อบาป หรือการกระทำที่ไม่ดีของตนเอง ซึ่งนับเป็นคุณธรรมเบื้องต้นของการใช้ชีวิตและทำงานร่วมกัน
6. ใช้เงินเป็น (Happy Money) คือ ความสามารถในการจัดการรายรับและรายจ่ายของตนเองและครอบครัวได้ รวมถึง การรู้จักการทำบัญชีครัวเรือน
7. ครอบครัวที่ดี (Happy Family) คือ การมีครอบครัวที่อบอุ่น และมั่นคง เพราะครอบครัวเป็นภูมิคุ้มกัน และเป็นกำลังใจที่ดีในการที่จะเผชิญกับอนาคตหรืออุปสรรคต่าง ๆ
8. สังคมดี (Happy Society) คือ การมีความรัก ความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อต่อบุคคลรอบข้าง สังคมที่ทำงาน และสังคมที่พักอาศัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตติยา ผาสุข (2559) ศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความตั้งใจคงอยู่ในงาน ของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง โดยมีความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรสื่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้

วัฒนธรรมองค์การในมิติต่างๆ กับความตั้งใจของอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง (2) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความตั้งใจของอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานกับความตั้งใจของอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง (4) ความพึงพอใจในงานในฐานะตัวแปรสื่อของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์การในมิติต่างๆ กับความตั้งใจของอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง และ (5) ความพึงพอใจในงานในฐานะเป็นตัวแปรสื่อของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความตั้งใจของอยู่ในงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย สายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง จำนวน 225 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ ลักษณะมิติการมุ่งเน้นผลระยะยาว และลักษณะมิติการยับยั้งชั่งใจอยู่ในระดับสูง ลักษณะมิติการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนและลักษณะมิติลักษณะความเป็นชายอยู่ในระดับปานกลาง ลักษณะมิติความเป็นปัจเจกนิยมและลักษณะมิติความเลื่อมล้ำของอำนาจอยู่ในระดับต่ำ การรับรู้ความสามารถของตนเองอยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจในงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรสื่อบางส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ความสามารถของตนเองกับความตั้งใจของอยู่ในงาน

กิติพัฒน์ ดามาพงษ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ความสุข ความพึงพอใจ ต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความสุขในการทำงานของพนักงาน สสส. โดยนำเครื่องมือ Happinometer มาใช้ในการวัดความสุขของคนทำงาน และ (2) ระบุปัจจัยความสุขและความพึงพอใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อ สสส. โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ พนักงาน สสส. จำนวน 150 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม อ้างอิงจากเครื่องมือสำรวจความสุขด้วยตัวเอง จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าความถี่ (Mode) 49 (43.75%) สำหรับคุณภาพชีวิตและความสุขโดยรวมของพนักงาน สสส. ได้ความสุขที่ระดับ 7 โดยมีค่าความถี่ (Mode) 44 (39.28%)

วสุนทร รัตนภาส และคณะ (2558) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์การกับระดับความสุขของพนักงาน ในสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) วัฒนธรรมองค์การของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (2) ระดับความสุขของพนักงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (4) ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การกับระดับความสุขของพนักงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และ (4) หากกิจกรรมสร้างความสุขที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การของสถานประกอบการ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ พนักงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 124 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผลการวิจัยพบว่า (1) ด้านการศึกษาวัฒนธรรมองค์การของพนักงานในสถานประกอบการพบว่า วัฒนธรรมองค์การปัจจุบันและคาดหวังส่วนใหญ่เป็นวัฒนธรรมแบบครอบครัว รองลงมาเป็นวัฒนธรรมองค์การแบบลำดับชั้น (2) ด้านการศึกษาระดับความสุขของพนักงานในสถานประกอบการพบว่า ระดับความสุขในภาพรวมและรายมิติมีระดับความสุขในเกณฑ์ “มีความสุข” เป็นระดับความสุขตามเป้าหมาย (3) ระดับความสุขด้านสุขภาพดี ผ่อนคลายดี ครอบครัวดี การงานดี มีความสัมพันธ์ระหว่างกับวัฒนธรรมองค์การที่นัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (4) การศึกษาหากิจกรรมสร้างความสุขที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การพบว่า มีรูปแบบกิจกรรม ในการสร้างสุข 8 มิติ คือ มิติสุขภาพดี มิติผ่อนคลายดี มิติจิตวิญญาณดี มิติน้ำใจดี มิติครอบครัวดี มิติสังคมดี และมิติสุขภาพเงินดี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชนที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล และมีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์เป็นต้นไป จำนวนทั้งสิ้น 385 คน ซึ่งเป็นกรณีที่ประชากรมีจำนวนไม่จำกัด (Infinite Population) และไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ต้องอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Simple) ประเภทการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบหาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ t-test (Independent-Samples t-test) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป โดยใช้สถิติ f-test หรือ One-Way ANOVA เมื่อพบความแตกต่างระหว่างตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการ Post Hoc : Multiple Comparisons และ Scheffe และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter Method โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.60 มีอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 สถานภาพสมรส จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.20 ตำแหน่งงานระดับผู้จัดการ (Manager) จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 อายุงาน 4 – 5 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 อัตราเงินเดือนที่ระดับ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 สถานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงาน (Office) จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

วัฒนธรรมองค์การ เชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture)	ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การ เชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) (n=385)		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement)	4.11	0.486	มาก
2. มิติมุ่งสัจการแห่งตน (Self - Actualizing)	4.13	0.501	มาก
3. มิติมุ่งบุคคล (Humanistic Encouraging)	4.07	0.510	มาก
4. มิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative)	4.12	0.428	มาก
ภาพรวม	4.11	0.412	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.11$, S.D.=0.412) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2. มิติมุ่งสัจการแห่งตน (Self - Actualizing) ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.501) รองลงมา คือ ข้อ 4. มิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) ($\bar{X}=4.12$, S.D.=0.428) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 3. มิติมุ่งบุคคล (Humanistic Encouraging) ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.510)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement)

มิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement)	ระดับความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (n=385)		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. องค์การและท่านมีการตั้งเป้าหมายการทำงานร่วมกัน	4.08	0.766	มาก
2. องค์การปรับเปลี่ยนแผนการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	4.04	0.728	มาก
3. องค์การส่งเสริมให้ท่านมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	4.16	0.765	มาก
4. องค์การมอบหมายงานที่ทำทายความรู้และความสามารถ	4.15	0.785	มาก
ภาพรวม	4.11	0.486	มาก

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.11$, S.D.=0.412) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3. องค์การส่งเสริมให้ท่านมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.765) รองลงมา คือ ข้อ 4. องค์การมอบหมายงานที่ทำทายความรู้และความสามารถ ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.785) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2. องค์การปรับเปลี่ยนแผนการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.728)

ตารางที่ 3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งจัดการแห่งตน (Self - Actualizing)

มิติมุ่งจัดการแห่งตน (Self - Actualizing)	ระดับความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (n=385)		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. องค์กรเน้นคุณภาพของงานมากกว่าปริมาณของงาน	4.09	0.707	มาก
2. องค์กรนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทำงาน	4.01	0.794	มาก
3. องค์กรให้อิสระแก่ท่านในการทำงาน	4.21	0.846	มากที่สุด
4. องค์กรทำให้ท่านรักและภาคภูมิใจในงานของท่าน	4.23	0.761	มากที่สุด
ภาพรวม	4.13	0.501	มาก

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งจัดการแห่งตน (Self - Actualizing) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.501) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 4. องค์กรทำให้ท่านรักและภาคภูมิใจในงานของท่าน ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.761) รองลงมา คือ ข้อ 3. องค์กรให้อิสระแก่ท่านในการทำงาน ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.846) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2. องค์กรนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการทำงาน ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.794)

ตารางที่ 4

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งบุคคล (Humanistic Encouraging)

มิติมุ่งบุคคล (Humanistic Encouraging)	ระดับความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (n=385)		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. องค์กรให้ความสำคัญต่อการดูแลและ ใส่ใจพนักงาน	3.96	0.710	มาก
2. องค์กรพิจารณาปรับผลตอบแทนอย่างยุติธรรม	3.87	0.774	มาก
3. องค์กรส่งเสริมให้ท่านพัฒนาความรู้ และความสามารถ	4.20	0.790	มาก

มิติมุ่งบุคคล (Humanistic Encouraging)	ระดับความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (n=385)		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
4. องค์การสนับสนุนให้ท่านสอนงาน/เป็น พี่เลี้ยงให้เพื่อนร่วมงาน	4.24	0.684	มากที่สุด
ภาพรวม	4.07	0.510	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งบุคคล (Humanistic Encouraging) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.510) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 4. องค์การสนับสนุนให้ท่านสอนงาน/เป็น พี่เลี้ยงให้เพื่อนร่วมงาน ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.684) รองลงมา คือ ข้อ 3. องค์การส่งเสริมให้ท่านพัฒนาความรู้ และความสามารถ ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.790) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2. องค์การพิจารณาปรับผลตอบแทนอย่างยุติธรรม ($\bar{X}=3.87$, S.D.=0.744)

ตารางที่ 5

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งไม่ตรีสัมพันธ์ (Affiliative)

มิติมุ่งไม่ตรีสัมพันธ์ (Affiliative)	ระดับความคิดเห็นต่อ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (n=385)		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. องค์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างท่านกับเพื่อนร่วมงาน	4.06	0.684	มาก
2. องค์การและเพื่อนร่วมงานมีความจริงใจและเป็นกันเอง	3.97	0.780	มาก
3. ท่านและเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	4.16	0.730	มาก
4. องค์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างท่านกับเพื่อนร่วมงาน	4.24	0.690	มากที่สุด
ภาพรวม	4.12	0.428	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.12$, S.D.=0.428) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 4. องค์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างท่านกับเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.690) รองลงมา คือ ข้อ 3. ท่านและเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.730) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2. องค์การและเพื่อนร่วมงานมีความจริงใจและเป็นกันเอง ($\bar{X}=3.97$, S.D.=0.780)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ตำแหน่งงาน आयुงาน อัตราเงินเดือน และสถานที่ปฏิบัติงาน มีระดับความคิดเห็นต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะขององค์การที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล ด้วยข้อเท็จจริงที่ว่าองค์การที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้ จะเน้นให้ความสำคัญกับความสามารถและประสบการณ์ของพนักงานมากกว่าการมุ่งคำนึงถึงเพศหรือระดับการศึกษา เน้นผลงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ หรือการสรรหาแนวคิดริเริ่มใหม่ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วด้วยเหตุที่ลักษณะของธุรกิจมีความแข่งขันที่เข้มข้นในระดับสูง (วสุนธรา รตโนภาส และคณะ, 2558)

2. จากสมมติฐาน วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (The Constructive Culture) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ คือ มิติมุ่งความสำเร็จ (Achievement) มิติมุ่งจัดการแห่งตน (Self – Actualizing) มิติมุ่งบุคคล (Humanistic-Encouraging) และมิติมุ่งไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยที่ว่า วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (The Constructive Culture) จะส่งผลให้เกิดองค์การแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะลักษณะของวัฒนธรรมองค์การนี้จะให้

ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงาน มุ่งส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์ สนับสนุน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่งผลให้สมาชิกภายในองค์กรประสบความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งเน้นความพึงพอใจของสมาชิกที่ต้องการความสำเร็จในการทำงาน และความต้องการไม่ตรีสัมพันธ์กับเพื่อนสมาชิกในองค์กร ดังนั้น หากองค์กรนำวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ (The Constructive Culture) มาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรเดิมที่ล้าสมัย หรือไม่ตอบรับกับความสุขของพนักงาน ผลลัพธ์ที่ล้ำค่าได้ก็คือ องค์กรสามารถสร้างตนเองให้เป็นองค์กรแห่งความสุขของพนักงานได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ระดับการรับรู้ถึงการเป็นองค์กรแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างกันในหลายด้าน คือ อายุ สถานภาพ ตำแหน่งงาน आयงาน อัตราเงินเดือน และสถานที่ปฏิบัติงาน ดังนั้น หากผู้บริหารประสงค์ที่จะเสริมสร้างองค์กรแห่งความสุข จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาปัจจัยในครบทุกด้าน ทั้งนี้ แม้ว่าด้านเพศและระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการเป็นองค์กรแห่งความสุขไม่แตกต่างกัน แต่ในอีกมุมหนึ่งผลการวิจัยได้สะท้อนว่า บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลนั้นได้เปิดกว้างและส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางด้านเพศ และยอมรับคนที่ความสามารถมากกว่าระดับการศึกษา ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องทำลายมาตรการหรือนโยบายภายในต่าง ๆ ที่ยังคงเป็นสิ่งกีดกันเสรีภาพทางด้านเพศและการศึกษา มิเช่นนั้น ก็ไม่อาจสร้างองค์กรแห่งความสุขของพนักงานได้

2. วัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) พบว่า โดยภาพรวมมิติมุ่งสัจการแห่งตน (Self - Actualizing) มีระดับที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งความสุขของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\bar{X}=4.13$, $S.D.=0.501$) ซึ่งมีมิตินี้จะเน้นค่านิยมและพฤติกรรมที่แสดงออกของการทำงานในด้านสร้างสรรค์ พนักงานสามารถตัดสินใจและทำงานได้อย่างอิสระแต่ต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร มีการนำเทคโนโลยีหรือเทคนิคใหม่ ๆ มาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน เน้นคุณภาพงานมากกว่าปริมาณงาน อันจะให้พนักงานมีความเต็มใจในการทำงานและสร้างสภาพภูมิในงานของตน ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องสร้างนโยบายหรือวัฒนธรรมที่เน้นความสำเร็จขององค์กรที่มาพร้อมกับความก้าวหน้าของพนักงานในองค์กร จึงจะสร้างองค์กรแห่งความสุขของพนักงานได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ (Consecutive Culture) ให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และนำข้อดีมาพิจารณาปรับใช้ในกรณีที่ต้องทำการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร (Evolves the Culture) ให้

สอดคล้องกับสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล (Digital Disruption) เพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่และแข่งขันกับองค์กรอื่นในระบบเศรษฐกิจได้

2. ควรศึกษาตัวแปรต้นอื่น ๆ นอกเหนือจากวัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) ที่อาจส่งผลต่อการเพิ่มระดับการรับรู้ความสุขของพนักงานในองค์กร อาทิ ความผูกพันต่อองค์กร (Employees Engagement) ความพึงพอใจในงาน (Work Satisfaction or Job Satisfaction) คุณภาพชีวิตในสถานที่ทำงาน (Quality of Life in Workplace) หรือสวัสดิการที่เน้นการดูแลสุขภาพ เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาเกี่ยวกับองค์กรแห่งความสุขให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด เพราะหลังจากที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทั่วโลกแล้วนั้น ทำให้ผู้นำต้องหาแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรแบบใหม่ที่ต้องเกิดแบบทันทีเพื่อป้องกันการหยุดชะงักทางธุรกิจ บริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity) ซึ่งได้เกิดฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ขึ้นหลายประการ ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายของผู้นำหรือผู้บริหารที่จะปรับเปลี่ยนทิศทางการดำเนินธุรกิจและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ความร่วมมือร่วมใจของพนักงาน คือ ปัจจัยสำคัญลำดับต้น ๆ ที่จะทำให้เกิดการปรับประคองเศรษฐกิจให้อยู่รอด ผ่านพ้นวิกฤตการณ์ และทำให้องค์กรยังสามารถเปิดดำเนินธุรกิจในตลาดได้

เอกสารอ้างอิง

- ตติยา ผาสุข. (2559). การรับรู้วัฒนธรรมองค์กร การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความตั้งใจคงอยู่ในงาน ของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิติพัฒน์ ดามาพงษ์. (2559). ความสุข ความพึงพอใจ ต่อความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสุนธรา รตโนภาส และคณะ. (2558). ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรกับระดับความสุขของพนักงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. สมาคมเสริมสร้างองค์กรสุขภาพภาคเหนือ. สำนักงานสนับสนุนสุขภาพองค์กร (สสส.).
- ภูษิต วงศ์หล่อสายชล. (2555). หนังสือ เรื่อง การจัดการดำเนินงาน (Operations Management). กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.