



UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



amsar
Asian Media and
Communications Studies
and Research Center

2023

รายงานสืบเนื่องจาก
การประชุมวิชาการระดับชาติ

ด้านการสื่อสาร บริหารจัดการ
และนวัตกรรม ครั้งที่ 7

30 พฤษภาคม 2566

ณ โรงแรมสวิสโฮเต็ล กรุงเทพฯ รัชดา

Next Step Towards
Sustainability



คำสั่ง

ที่ 003/2565

เรื่อง แต่งตั้งกรรมการวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร การบริหารจัดการ และนวัตกรรมครั้งที่ 7
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2565

1. ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดา ปั่นแห้งเพ็ชร	ประธานกรรมการ
2. ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	ที่ปรึกษา
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	กรรมการ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	กรรมการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	กรรมการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	กรรมการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาละ	กรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เริ่มศรี	กรรมการ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภารัตน์ พุกษ์สุราลัย	กรรมการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	กรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณพิลาศ กุลดิลก	กรรมการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานา ปัจฉิมนันท์	กรรมการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เปลียนรุ่ง	กรรมการ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีไสย์	กรรมการ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	กรรมการ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	กรรมการ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรตล แก้วประเสริฐ	กรรมการ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม	กรรมการ
21. อาจารย์ ดร.จิรา กฤตยพงษ์	กรรมการ
22. อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ	กรรมการ
23. อาจารย์ ดร.ธิตีพัทธ์ ลิ้มสัมฤทธิ์นิภา	กรรมการ
24. อาจารย์ ดร.ปฎิพัทธ์ ต้นมิ่ง	กรรมการ
25. อาจารย์ ดร.ลลิตา พ่วงมหา	กรรมการ
26. อาจารย์ ดร.โศภษา เอี่ยมโอภาส	กรรมการ

- | | |
|--|---------|
| 27. อาจารย์ ดร.สุธี เผ่าบุญมี | กรรมการ |
| 28. อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล | กรรมการ |
| 29. อาจารย์ ดร.เอกพล เขียวถาวร | กรรมการ |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรมน สังข์ชัย | กรรมการ |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤมล สิงห์ประเสริฐ | กรรมการ |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกาล เจนจัด | กรรมการ |

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีคุณภาพในระดับชาติ รวมถึงหน้าที่ในการพิจารณาบทความและสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ

สั่ง ณ วันที่ 1 มีนาคม 2566



(ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)

รักษาการคณบดีคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**รายนามคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ
คณะกรรมการดำเนินงาน**

ชื่อ - สกุล	หน่วยงาน
ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	รักษาการ ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.จิรา กฤตยพงษ์	กรรมการศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ศุภชา เอี่ยมโอภาส	กรรมการศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์อรพรรณ สุนทรกลัมพ์	กรรมการศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์สิทธิเดช เฉลิมลาภวบูรณ์	กรรมการศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
นางสุดที่รัก สุริยะวงศ์	ผู้ช่วยเลขานุการศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาละ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เร็มศรี	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณพิลาศ กุลติลก	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร.ธิดิพัทธ์ ลิ้มสัมฤทธิ์นิภา	คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.ปฏิพัทธ์ ต้นมิ่ง	สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
อาจารย์ ดร.ลลิตา พ่วงมหา	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ ดร.เอกพล เขียรถาวร	วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตติกาล เจนจัด	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์นิภา ศรีไสย์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเศษฐพันธ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรดล แก้วประเสริฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.สุธี เผ่าบุญมี	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จිරมน สังข์ชัย	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤมล สิงห์ประเสริฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายนามผู้ดำเนินการประชุม

ชื่อ - สกุล	มหาวิทยาลัย/สถาบัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทนต์นิภา ศรีไสย์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรดล แก้วประเสริฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กองจัดการ

- สุดที่รัก สุริยวงค์
- ภาวินี ปาลกะวงค์ ณ อยุธยา
- กุลภัทรา มนทา
- น้ำฝน สระดี

ปกหนังสือ

- อาจารย์สิทธิเดช เฉลิมลาภวรบุรณ์

เจ้าของ

- ศูนย์ศึกษาสื่อและการสื่อสารอาเซียน (AMSAR)
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กำหนดการ
โครงการงานสัมมนาทางวิชาการและการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสาร
และการบริหารจัดการ ครั้งที่ 7 ปี 2023
วันอังคารที่ 30 พฤษภาคม 2566
ณ โรงแรม Swissotel Ratchada

08:30 น. – 09:00 น.	ลงทะเบียน และรับประทานอาหารว่าง
09:00 น. – 12:30 น.	นำเสนอบทความ และมอบประกาศนียบัตร
12:30 น.	รับประทานอาหารกลางวัน

**กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่แต่ละท่านใช้ในการนำเสนอและ
ตอบคำถาม

รายชื่อผู้นำเสนอบทความแยกตามห้องนำเสนอ

ห้องนำเสนอที่ 2 (Krissana) ผศ.ดร.สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์

ลำดับที่	ชื่อและนามสกุล	ชื่อบทความ
1	พชรมน ชีระพันธุ์	การวิเคราะห์กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาความงามของ เพจ ZJB
2	อรพิมน์ ปัญญากุลรุ่งโรจน์	การรับรู้ความหมายการทำบุญ และการสื่อสารการตลาดของ ธุรกิจการทำบุญแบบครบวงจร
3	วิทรุจ สิมมา	การรับรู้ตราสินค้าผ่านโฆษณาแฝงของผู้ชมรายการ MasterChef Thailand
4	อรพรรณ โพทอง	ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม แห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้า ฝ้ายผลิตแห่งประเทศไทย
5	ปิยะมาศ พลแสง	การสื่อสารการตลาดของร้านทำเล็บในกลุ่มลูกค้าผู้ชาย
6	ศุภลักษณ์ บุญฤทธิ์	การรับรู้และพฤติกรรมการใช้เครื่องแต่งกายที่มีแบรนด์ของ ผู้บริโภคเพศชายวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
7	วันวิสาข์ เพชรบุรี	อิทธิพลของเครื่องหมายแห่งความรักที่มีต่อการเป็นสาวกตรา สินค้า กรณีศึกษา สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล ในประเทศไทย
8	กัญฐิกา บุสตินชำ	ความคิดเห็นของนักสื่อสารการตลาดที่มีต่อการใช้นุชย์ เสมือนในการสื่อสารการตลาด
9	กนกนวล จรัสกมลโฮง	ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้ Bully Marketing ของ แแบรนด์น้ำพริกแคบหมูยำน้อย
10	อริษา ใหม่เกื้อ	พฤติกรรมการบริโภคร้านชาบูบุฟเฟ่ต์แบบฉับพลันจากการ สื่อสารการตลาดเชิงอารมณ์ของผู้บริโภค
11	อมินรดา จยาวรรณ	การเปิดรับการสื่อสารการตลาดของผู้ใช้บริการคลินิกเสริม ความงามและผิวพรรณ Everyday Clinic
12	เตชัสถมนนท์ คงทอง	การวิเคราะห์เสน่ห์แบรนด์บาร์บีคิวปลาซ่าในมุมมองผู้บริโภค

สารบัญ

1. อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการทำงาน
ในสังคมดิจิทัล กรณีศึกษา สำนักงานงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี
The Influence of Organizational Culture on Productivity Improvement of
Officials in The Digital Society: A Case Study of Budget Bureau, Office of
The Prime Minister (Thailand)..... 1
จุฑามาส ธนะพัฒนานนท และ พิทักษ์ ศิริวงศ์
2. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้
ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
Corporate Strategy Factors Affecting Innovation in Learning in The Changing
Society of The Electricity Generating Authority of Thailand 12
อรพรรณ โพทอง และ พิทักษ์ ศิริวงศ์
3. แนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงสร้างสรรค์ของบริษัทการจัดจ้างงาน
ภายนอกในช่วงสภาวะวิกฤตโควิด 19 กรณีศึกษา : โครงการแมกโนเลียส์
วอเตอร์ฟรอนท์ เรสซิเดนซ์ ไอคอนสยาม
Guideline of Outsourcing Company’s Creative Human Resource
Management during the Covid-19 Crisis, Case Study: Magnolias
Waterfront Residences Iconsiam 23
ญาณทัศน์ มิ่งมงคลชัยศิลป์ และ ปริญญา หรุ่นโพธิ์
4. การรับรู้ความหมายการทำบุญและการสื่อสารการตลาดของธุรกิจ
การทำบุญแบบครบวงจรของคนไทย
Making merit’s meaning perception and marketing communications
of Thai’s integrated merit making business 35
อรพินธ์ ปัญญากุลรุ่งโรจน์ และ สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง
5. การรับรู้ตราสินค้าผ่านโฆษณาแฝงของผู้ชมรายการ MasterChef Thailand
The Perception of Brand via Tie-in of audience of MasterChef
Thailand TV Programs 47
วิทรุจ ลิ้มมา และ ไศภษา เอี่ยมโอภาส
6. การวิเคราะห์กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาความงามของ เพจ ZJB
Analysis of ZJB Page’s Beauty Content Presentation Strategies 61
พชรมน ชีระพันธุ์ และ สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง
7. ความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดของ
แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือ
Opinions of white-Collar workers towards marketing communication
of dating applications on mobile phone 76
ปวเรศ รุ่งเรือง และ ไพโรจน์ วิไลนุช

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้
ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

CORPORATE STRATEGY FACTORS AFFECTING INNOVATION IN LEARNING
IN THE CHANGING SOCIETY OF THE ELECTRICITY GENERATING
AUTHORITY OF THAILAND

นางสาวอรพรรณ โปทอง¹ และ รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์²

¹นักศึกษาลัทธิศาสตร์การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล มีอิทธิพลในด้านบวกต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้มากที่สุด โดยมีแนวทางการพัฒนาพัฒนากลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ 4 กลยุทธ์ดังนี้ 1. กลยุทธ์เชิงรุก องค์กรต้องพร้อมเปิดมุมมองการหาข้อมูลเพื่อพร้อมรับมือกับการแข่งขัน 2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข องค์กรต้องพร้อมปรับปรุง แก้ไข กฎระเบียบการฝึกอบรมบุคลากร 3. กลยุทธ์เชิงรับ องค์กรต้องสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการประชุม มี และ 4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน องค์กรต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอความคิดเห็นการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ เป็นต้น

คำสำคัญ: นวัตกรรมแห่งการเรียนรู้, สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง, สังคมดิจิทัล, กลยุทธ์ระดับองค์กร, ปัจจัยด้านกลยุทธ์

Abstract

The objectives of this study were 1) To study and analyze organizational strategic factors that affect learning innovation. 2) To present guidelines for developing corporate strategies to create learning innovation in the society of change of Electricity Generating Authority of Thailand. The results of the study found that Factors in the changing society Digital society has the most positive influence on the creation of learning innovation, with the guidelines for developing strategies at the organization level to create learning innovation 4 strategies as follows: 1. Proactive strategy The organization must be ready to open up a view to finding information in order to cope with competition. 2. Remedial Strategies The organization must be ready to improve, amend the rules and regulations for personnel training. 3. Reactive Strategies The organization must establish effective communication at meetings, yes, and 4. Preventive Strategies. Organizations must provide opportunities for personnel to express their opinions on creating learning innovations, etc.

Keywords: innovation of learning, digital society, corporate strategy, Strategic Factors

บทนำ

นวัตกรรมเป็นที่มาของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในปัจจุบัน ส่งผลให้องค์กรส่วนใหญ่ต้องนำนวัตกรรมมาปรับใช้ เนื่องจากนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อแนวโน้มองค์กรที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนและโครงสร้างการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นที่มาส่งผลให้องค์กรที่ขาดกลยุทธ์การจัดการความเปลี่ยนแปลง จะไม่สามารถอยู่รอดในสังคมดิจิทัลได้ (Karimi. J.& Walter. Z, 2015)

การดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนองค์กรจะต้องพัฒนากลยุทธ์ 3 บริบท ดังนี้ บริบททางนวัตกรรมสมัยใหม่ บริบทองค์กรสู่ดิจิทัล และ บริบทสังคมสู่ดิจิทัล (Reis, J, 2018) เพื่อนำนวัตกรรมมาใช้ในทุกกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นการปรับโครงสร้างพื้นฐาน รูปแบบการแข่งขันปฏิสัมพันธ์ในองค์กรและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลูกค้า รวมถึงความคาดหวังใหม่ขององค์กร จำเป็นต้องฝึกฝนทักษะด้านดิจิทัลเพื่อประสบความสำเร็จ องค์กรต้องจัดตั้งหน่วยงานด้านดิจิทัล ฝึกฝนทักษะเพื่อสนองต่อรูปแบบการแข่งขัน (จันทร์จิรา เหลลาราช, 2021)

การศึกษาในครั้งนี้ นำแนวคิดต่าง ๆ มาอธิบายดังนี้ 1. แนวคิดกลยุทธ์ระดับองค์กร เนื่องจากกลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถสร้างขึ้นและเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ เป็นกรอบแนวคิดเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อนสร้างขึ้นจากภายในและโอกาส ภัยคุกคามได้รับจากภายนอก เพื่อเป็นหลักการพื้นฐานในการแข่งขันขององค์กร (พิชราพรรณ ชอบธรรม, 2562) 2. แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) จากการเรียนรู้ขององค์กรเกี่ยวกับศักยภาพ เพื่อพัฒนาภายในองค์กร (Beatriz Quiroz Villardi and Sérgio Proença Leitão, 2021) 3. แนวคิดนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการอยู่รอดในสภาพแวดล้อมการแข่งขันและพลวัต (Ghazal Eghtesadi and Mohammadreza Hamidizadeh, 2012) และ 4. แนวคิดกระบวนการทางดิจิทัล เป็นกระบวนการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงวิธีการคิดใหม่ขององค์กรในยุคดิจิทัล ที่หลากหลาย (Nils Urbach, Maximilian Röglings, 2019) จึงนำแนวคิดทั้ง 4 แนวคิดมาอธิบายงานศึกษาในครั้งนี้ เพื่ออธิบายปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร

จากการศึกษาพบว่า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีการกำหนดนโยบายและวิสัยทัศน์ การก้าวเข้าสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม การเรียนรู้ อาทิ หลักการดำเนินงาน SPEED ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการเรียนรู้ภายในองค์กร พัฒนาระบบการทำงานเพื่อเสริมความมั่นคงของระบบไฟฟ้า พัฒนาการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมภายในองค์กร พัฒนาบุคลากร ให้มีความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ และปรับเปลี่ยนค่านิยมให้ทันสมัย สู่แผนการดำเนินงานและการวิจัยร่วมด้วย เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลต่อองค์กรและการดำรงชีวิตที่ล้วนถูกขับเคลื่อนโดยพลังงาน ซึ่งหน่วยงานด้านพลังงานที่สำคัญของประเทศอย่าง “การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” จึงพัฒนาตนเองสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม การเรียนรู้จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การศึกษาในครั้งนี้จึงศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญในโอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากเป็นปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร ที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อดำเนินกลยุทธ์ระดับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะสังคมดิจิทัลทุกอย่างล้วนถูกขับเคลื่อนจากพลังงาน

วัตถุประสงค์

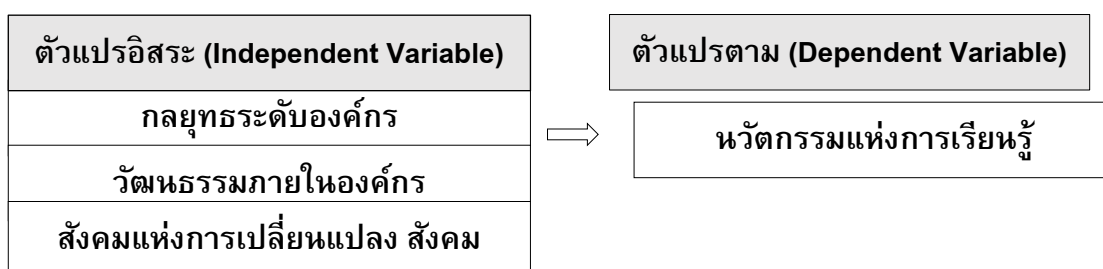
1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

2) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาเลือกศึกษาหน่วยงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ประชากร ได้แก่ บุคลากรในการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำนวน 16,359 คน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงได้เลือกเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยหลักความน่าจะเป็น สุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) จากการกระจายผ่านกลุ่มไลน์และเฟสบุ๊กที่หลากหลาย และการส่งต่อจากผู้ตอบแบบสอบถามไปยังผู้ตอบแบบสอบถามรายอื่น ๆ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง โดยมีการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence) และความเที่ยง (Reliability) ก่อนนำไปใช้จริง จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ผ่านสถิติ Cronbach's Alpha) และนำข้อมูลจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน เพื่อทดสอบสมมติฐานจากการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) โดยใช้สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีมากกว่าหนึ่งตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัว และวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สำหรับข้อมูลทั่วไป

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 กลยุทธ์ระดับองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้
 สมมุติฐานที่ 2 วัฒนธรรมในองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้
 สมมุติฐานที่ 3 สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัลส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้

นิยามศัพท์

นวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ หมายถึง แนวทางการดำเนินงานจากการนำความรู้และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กร หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและบรรลุวัตถุประสงค์องค์กรที่ตั้งไว้

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในหน่วยงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยสังกัดฝ่ายต่าง ๆ จำนวน 400 คน ศึกษาในรูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการศึกษาตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2566

ผลการวิจัย

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 เป็นกลุ่มปฏิบัติการ (ระดับ 1 - 7) จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 และมีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้

ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ระดับองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$ S.D. = 0.47) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า วิสัยทัศน์ขององค์กรให้ความสำคัญกับการเป็นนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$ S.D. = 0.64)

3) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมในองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้

พบว่า ระดับความคิดเห็นวัฒนธรรมในองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$ S.D. = 0.39) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า องค์กรให้ความสำคัญกับบรรยากาศในการทำงานที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น มีระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 3.94$ S.D. = 0.31)

4) การวิเคราะห์ข้อมูลสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัลส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้

พบว่า ระดับความคิดเห็นสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัลส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$ S.D. = 0.48) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า ประชาชน ในฐานะลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการให้บริการส่งผลการพยายามเผยแพร่ความรู้สู่สังคมภายนอก เพื่อให้เกิดนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้อย่างแพร่หลาย มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$ S.D. = 0.58)

5) การวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ภายในองค์กร

พบว่า ระดับความคิดเห็นการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ภายในองค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$ S.D. = 0.40) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า นวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ส่งผลต่อระบบการสื่อสารและจัดการข้อมูลมีประสิทธิภาพในการดำเนินการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$ S.D. = 0.62)

6) การวิเคราะห์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

6.1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ผู้ศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson correlation) วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงทิศทางระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อค้นหาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและคัดแยกออก (ค่า r มากกว่า 0.76) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลยุทธ์ระดับองค์กร (X_1) และ สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) มีค่า 0.851 หมายความว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ในระดับสูง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องคัดเลือกตัวแปรอิสระ กลยุทธ์ระดับองค์กร (X_1) ออก เนื่องจากค่าการวิเคราะห์จะออกมาในรูปแบบใกล้เคียงกัน โดยเลือกตัวแปรกลยุทธ์ระดับองค์กร (X_1) เนื่องจากตัวแปรสังคมดิจิทัล (X_3) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าและเมื่อวิเคราะห์ตัวแปรกลยุทธ์ระดับองค์กร (X_1) แบบรายข้อไม่พบระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ จากการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression)

6.2) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ระดับองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมในองค์กรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้

สมมติฐานที่ 3 สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัลส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม

แห่งการเรียนรู้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ของตัวแปรพยากรณ์

n = 400				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.485 ^a	.235	.233	.35168
2	.853 ^b	.727	.726	.21017

Predictors: (Constant), X2, X3

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน แสดงให้เห็นถึงรูปแบบ (Model) ที่สามารถพยากรณ์ การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ โดยใช้ตัวแปรอิสระจำนวน 2 ตัว คือ สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) และ วัฒนธรรมในองค์กร (X_2) เป็นตัวแปรพยากรณ์ ผลการวิเคราะห์สามารถสร้างรูปแบบสมการ ดังนี้

Model ที่ 1 (a) พบว่า วัฒนธรรมในองค์กร (X_2) พยากรณ์การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 23.30 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน Model ที่ 2 (b) พบว่าสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) พยากรณ์การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 72.60 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จากผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ แสดงให้เห็นถึงตัวแปรสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) สามารถพยากรณ์การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ (Y) ได้มากกว่า สูงถึงร้อยละ 72.60 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (Std. Error of

Estimate) น้อยถึง 0.21017 จึงเลือกนำตัวแปรสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) เป็นตัวแปรอิสระหลักในการศึกษาในครั้งนี้

นอกจากนี้การวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวตาม (การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ (Y)) และตัวแปรอิสระเพียง 1 ตัวแปร คือ สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) เนื่องจากมีค่า F (ค่าสถิติ) มากกว่า ตัวแปรวัฒนธรรมในองค์กร (X_2) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเป็นไปตามการกำหนดสมมติฐานที่ 3 สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ (Y) พบว่า ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ตัวแปรสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่า 0.853 มีอำนาจในการพยากรณ์ มีค่า 0.727 และ Adjusted R Square มีค่า 0.726 โดยสามารถพยากรณ์การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ได้ร้อยละ 72.60 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (Std. Error of Estimate) เท่ากับ 0.21017 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หรือ เชิงบวก

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

	β	Std. Error	Beta	t	P-value
(Constant)	1.155	.093		12.398	.000
X_3	.706	.022	.853	32.544	.000

a. Dependent Variable: Y

จากตารางที่ 2 สามารถสร้างรูปแบบสมการพยากรณ์การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ได้ ดังนี้ $Y = 1.155 + 0.706 (X_3)$ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้ $Z(Y) = 0.853(X_3)$ จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ($\beta = 0.706$, $t = 32.544$, $P\text{-value} = 0.00$) อธิบายได้ดังนี้ การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ (Y) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ พบว่า สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล (X_3) มีอิทธิพลในด้านบวก ต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ถึงร้อยละ 72.70 ($R^2_{adj} = 0.727$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.21017

ประโยชน์ที่ได้รับ

1) เพื่อให้ผู้ศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องในงานศึกษาทราบถึงปัจจัยด้านกลยุทธ์ระดับองค์กร เป็นแนวทางในการศึกษา เห็นถึงความสำคัญในโอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากเป็นปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร ที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อดำเนินกลยุทธ์ระดับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

2) เพื่อให้ผู้ศึกษานำเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาสำหรับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม จากการ

เปลี่ยนแปลงในสังคมดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในอนาคต ตามแนวคิดกระบวนการ ทางดิจิทัลให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่การพัฒนานวัตกรรมอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า สมมติฐานที่ 3 สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) เท่ากับ 0.853 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (P-value) เท่ากับ 0.000 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล มีอิทธิพลในด้านบวก ต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ ถึงร้อยละ 72.70 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.21017 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 การศึกษาในครั้งนี้ต้องการตัวแปรอิสระเพียง 1 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้มากที่สุด เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกและเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการนำไปพัฒนานวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ต่อไป โดยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า สังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ มากที่สุด และมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระร่วมด้วย

จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จากผู้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรของ Robert J. Allio (2010) และแนวคิดการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ Ghazal Eghtesadi and Mohammadreza Hamidzadeh (2012) เพื่อเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กรได้ 4 ด้าน ดังนี้ 1. กลยุทธ์เชิงรุก องค์กรต้องพร้อมเปิดมุมมองการหาข้อมูลเพื่อพร้อมรับมือกับการแข่งขัน 2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข องค์กรต้องพร้อมปรับปรุง แก้ไข ภาวะเทียบการฝึกอบรมบุคลากร 3. กลยุทธ์เชิงรับ องค์กรต้องสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการประชุม มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงาน พร้อมรับการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคลากรต่าง (Robert S. Kaplan, David P. Norton, 2001) และ 4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน องค์กรต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอความคิดเห็นการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแผนการดำเนินงานในปีงบประมาณหน้า

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โดยสอดคล้องกับงานศึกษาด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรที่ผ่านมา โดยมีการอธิบายถึงกลยุทธ์องค์กรมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับนวัตกรรม เพราะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการแข่งขัน จากการจัดการ บุคลากร และโครงสร้างองค์กร (J. Yannis Bakos and Michael E. Treacy, 2020) เพื่อให้เกิดความร่วมมือและความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการ (สิน งามประโคน และคณะ, 2561) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล เนื่องจากปัจจุบันสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การแข่งขันทางธุรกิจสามารถหาสินค้าทดแทน ผู้บริโภคมีอำนาจในการ

ต่อรองและการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้ลงทุนในธุรกิจดังกล่าว ส่งผลให้เห็นถึงสภาพการแข่งขัน
ธุรกิจประเภทเดียวกันและกฎระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นร่วมด้วย

จากข้อมูลสนับสนุนดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงปัจจัยด้านสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล
ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง
ประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันและวิเคราะห์ผู้ผลิตรายอื่นได้อย่างเหมาะสม
พร้อมรับมือกับภัยคุกคามและเท่าทันการเปลี่ยนแปลง เป็นปัจจัยจากภายในและภายนอกองค์กรที่มี
ความต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานจากการนำนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ประยุกต์สู่
แผนปฏิบัติในองค์กร โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมแห่ง
การเรียนรู้มาเป็นแนวทางแห่งการดำเนินการมาโดยเสมอ อาทิ การมีวิสัยทัศน์ คือ นวัตกรรมพลังงาน
ไฟฟ้าเพื่อชีวิตที่ดีกว่า รวมถึงพันธกิจขององค์กรในการพร้อมที่จะพัฒนาจากการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ และ
ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนงานด้วยดิจิทัล (Egat, 2564) นอกจากนี้
การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีทิศทางดำเนินการจากความต้องการวิเคราะห์ผู้บริโภค ในการ
เพิ่มช่องทางการติดต่อลูกค้าในพื้นที่กายภาพและพื้นที่ดิจิทัล เนื่องจากองค์กรต้องคำนึงถึงสถานะ
ประชาชน (ลูกค้า) เป็นศูนย์กลาง มีการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ คือ ต้องการเป็นองค์กรที่
สังคมไว้วางใจและความภาคภูมิใจของชาติ สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการทางดิจิทัลที่มีการกล่าวถึง
นวัตกรรมมากมายที่เกิดขึ้นส่งผลให้องค์กรส่วนใหญ่พยายามออกแบบผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดใหม่
ส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเกิดการแทรกซึมของเทคโนโลยีดิจิทัล (Yoo, Y., Lytinen, K., et
al, 2010)

ปัจจุบันการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยกำลังเปลี่ยนแปลงตนเองสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม
แห่งการเรียนรู้ มีแรงผลักดันจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร อีกหนึ่งปัจจัยภายนอกองค์กร
อาทิ กฎระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินการ ในการกำหนดให้นำนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้มาปฏิบัติร่วม
สอดคล้องกับงานศึกษาก่อนหน้านี้ที่มีการกล่าวถึงปัจจัยด้าน กฎระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินการ ที่
เป็นส่วนหนึ่งในการปรับตัวให้องค์กรเข้าสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง
เนื่องจากการเข้าสู่สังคมดิจิทัลส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจ ส่งผลให้ผู้บริโภคและธุรกิจ
เชื่อมต่อกันทั่วโลกตลอดเวลา เพิ่มความต้องการข้อมูลขนาดใหญ่ (Vladimir Lvovich Vasilev., et
al, 2020)

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เปลี่ยนแปลงตนเองสู่
องค์กรแห่งนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้เพื่อพร้อมรับมือกับความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นและการเปลี่ยนแปลงที่
รวดเร็วในทุกด้าน เนื่องจากนวัตกรรมจะนำโอกาสทางการตลาดที่ดีกว่าองค์กรที่ไม่มีนวัตกรรม เกิด
จากสภาพสังคมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม องค์กรจะเลือกจากสภาพแวดล้อมที่ตนเองอยู่
มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างสร้างสินค้าและบริการประเภทเดียวกัน เพราะการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง
ประเทศไทย ให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นอย่างมาก อาทิ การมี ช่องทางการติดตามการ
ดำเนินงานของหน่วยงาน 24 ชั่วโมง การจัดโครงการมวลชนสัมพันธ์อยู่โดยเสมอเพื่อรับฟังความ
คิดเห็นของประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยการมีเอกลักษณ์การดำเนินการขององค์กรที่ชัดเจน
เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักขององค์กรและแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต การ
เปลี่ยนแปลงจากสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล จากปัจจัยภายในองค์กร คือการต้องการ
เรียนรู้พัฒนาของบุคลากรภายในองค์กร ข้อมูลดังกล่าวได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ที่แสดง
ให้เห็นถึงความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร การต้องการเรียนรู้พัฒนาตนเองให้เป็นกำลัง

สำคัญในการขับเคลื่อนแนวคิดนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ บุคลากรภายในการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มีความมุ่งมั่นพัฒนาตนเองไปสู่การสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ที่เข้มแข็ง

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีการพัฒนาสู่นวัตกรรมแห่งการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การมีระบบ E - Learning สำหรับพนักงานในการศึกษาหาข้อมูลเพื่อพัฒนาทักษะ ความสามารถที่จำเป็น และศึกษาสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ นอกจากนี้สามารถแสดงความคิดเห็นเสนอหลักสูตรที่ต้องการศึกษาได้ในอนาคต โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีศูนย์การเรียนรู้ กฟผ. เพื่อเป็นห้องสมุดสำหรับเผยแพร่แนวคิดการดำเนินการให้กับสังคมภายนอก และเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ภายในองค์กร เพื่อนำข้อมูลภายในองค์กรมาศึกษาและประยุกต์ใช้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีโครงการ Egat Academy เพื่อสร้างความเป็นผู้นำในด้านการฝึกอบรมและเสริมสร้างศักยภาพให้แก่บุคลากร จากหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลังงานไฟฟ้า รวมถึงการมีระบบการประเมินผลจากการพัฒนาทักษะความสามารถตลอดการทำงาน และรูปแบบการทำงานที่ให้ความสำคัญกับการทำงานผ่านนวัตกรรม อาทิ การประชุมออนไลน์ การแบ่งปันข้อมูลผ่านระบบภายในองค์กร ระบบการดำเนินการบริการพนักงาน สิทธิสวัสดิการต่าง ๆ สามารถดำเนินการได้ผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยต้องพัฒนาคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางที่ภาครัฐตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมา ในปี พ.ศ. 2564 กฟผ. ออกแบบการพัฒนาบุคลากร พัฒนาทักษะใหม่ เพื่อรองรับภารกิจในอนาคต รวมทั้งการเสริมสร้างแนวคิด Agile Mindset ผ่านโครงการ EGAT Accelerator Program ใช้การเรียนรู้ผ่านโครงการ เพื่อใช้ดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ของ กฟผ. (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2565) การนำแนวคิดนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้มาใช้ ส่งผลให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมุ่งเน้นการเจริญเติบโต (Growth strategies) เพื่อขยายตัวองค์กร รวมถึงการเข้าสู่ตลาดใหม่อยู่โดยเสมอ เพราะสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัลมีลักษณะเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินการ เมื่อนำแนวคิดนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์ระดับองค์กร จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหลายมิติ และสร้างความสมดุลมากยิ่งขึ้น องค์กรสามารถนำโอกาสและอุปสรรคดังกล่าวเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1) ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรในการให้ความสำคัญกับปัจจัยสังคมภายนอก ที่มีการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล ส่งผลให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตและความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภค ผู้ผลิต พันธมิตร คู่ค้ารายอื่นและหน่วยงานภาครัฐร่วมด้วย

2) ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

2.1) การศึกษารั้งต่อไปในด้านกลยุทธ์ระดับองค์กรและนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ จึงเห็นควรศึกษากลุ่มประชากรผู้ใช้บริการ เพื่อผลการศึกษาที่หลากหลายและครอบคลุม

2.2) การศึกษารั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ในการศึกษารั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมภายในองค์กร เนื่องมาจากองค์กรทุกองค์กรจะมีความแตกต่างและลักษณะ ข้อจำกัดเฉพาะตน

เอกสารอ้างอิง

- Egat. (2564). ประวัติกิจการไฟฟ้าไทย สืบค้น 20 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.egat.co.th>
- Ghazal Eghtesadi and Mohammadreza Hamidzadeh. (2012) “ORGANIZATIONAL LEARNING AND ORGANIZATIONAL INNOVATION” **Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review**, Vol. 1, No.5 (January) : 71-77
- J. Yannis Bakos and Michael E. Treacy. (2020). “Information Technology and Corporate Strategy: A Research Perspective” **Management Information Systems Research Center**, University of Minnesota, Vol. 10, No. 2 : 107-119
- Karimi, J., & Walter, Z. (2015). The role of dynamic capabilities in responding to digital disruption: a factor-based study of the newspaper industry. **Journal Management Information System**,32(1), 39–81.
- Beatriz Quiroz Villardi and Sérgio Proença Leitão (2021). **HE LEARNING ORGANISATION CONCEPT TO DEVELOP ORGANISATIONAL LEARNING AND CHANGE : Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro**. Brazil
- Nils Urbach, Maximilian Rögling. (2019). “Introduction to Digitalization Cases: How Organizations Rethink Their Business for the Digital Age. in: Digitalization Cases - How Organizations Rethink Their Business for the Digital Age” **Springer International Publishing**, Cham, : 1-12.
- Reis, J. (2018). Digital transformation: A literature review and guidelines for future research. In **World CIST'18 2018**, AISC 745, (pp.411–421)
- Robert S. Kaplan, David P. Norton (2001). **The Strategy-Focused Organization**. Librery of Congress Cataloging-Publication Data : United States
- Robert J. Allio. (2010). “Kiechel's history of corporate strategy” **Strategy and Leadership**, (May)
- Vladimir Lvovich Vasilev., et al. (2020). “DIGITALIZATION PECULIARITIES OF ORGANIZATIONS: A CASE STUDY”. **ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABILITY ISSUES**. 2020 Volume 7 Number 4 (June) : 3173-3193.
- Y Yoo, Y., Lyytinen, K., et al. (2010). *The Next Wave of Digital Innovation: Opportunities and Challenges - A report of an NSF Research Workshop on “Digital Challenges in Innovation Research”*
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานประจำปี 2564 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- จันทร์จิรา เหลลราช. (2021). “การปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัลและผลกระทบต่อองค์กร” **มนุษยศาสตร์สาร**, ปีที่ 22, ฉบับที่ 1, 227-240.
- พัชราพรรณ ขอบธรรม. (2562). “การวางแผนกลยุทธ์: เครื่องมือสู่ความสำเร็จขององค์กร” **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**, ปีที่ 1, 55-75.
- สิน งามประโคน และคณะ. (2561). “นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ”. **วารสารมหาจุฬาริชาการ**, ปีที่ 5 ฉบับพิเศษ, 74-82.

