

การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ*

INNOVATION DEVELOPMENT OF MAI - LISTED COMPANIES

ธัชฎา มาศ อุไรวรรณ

Thatchadamas Uraiwan

ศรีปริญา ฐประจาง

Sriparinya Toopgrajank

ชาญเดช เจริญวิริยะกุล

Chandej Charoenwiriyakul

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Email: cicidy.zin@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการพัฒนานวัตกรรม การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และ 2) อิทธิพลของการจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม ที่มีต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ บริษัทของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรม รวมจำนวนทั้งหมด 170 บริษัท โดยผู้ตอบแบบสอบถามคือ กรรมการบริษัทของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ บริษัทละ 2 คน รวม 340 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนานวัตกรรม การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ อยู่ในระดับมากทั้งหมด และ 2) การจัดการวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มากที่สุด รองลงมา คือ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการจัดการสภาพแวดล้อม ตามลำดับ ผลของการวิจัยนี้ บริษัทที่จดทะเบียน

* Received 17 December 2020; Revised 17 April 2021; Accepted 18 April 2021



ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ รวมทั้งตลาดหลักทรัพย์ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน สามารถนำข้อค้นพบจากการศึกษาไปใช้ประกอบการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดนโยบาย พัฒนานวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและเกิดการพัฒนานวัตกรรมที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนานวัตกรรม, บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ, การจัดการเชิงกลยุทธ์

Abstract

The Objectives of this research article were to 1) the levels of innovation development, management of organizational culture, technological transformation, strategic management and environment management of MAI - listed companies, and 2) the influences of management of organizational culture, technological transformation, strategic management, and environment management on the innovation development of MAI-listed companies. This research employed a quantitative method. The research sample consisted of 340 committee members of 170 companies listed on the MAI stock exchange (2 persons from each company) in 8 industry groups. The sample size was determined based on the criterion of 20 times the observed variables. They were selected via multi-stage sampling. Data were collected with the use of a questionnaire. Data analysis was performed using descriptive statistics and analyzed with a structural equation model. The findings showed that 1) innovation development, management of organizational culture, technological transformation, strategic management, and environment management of MAI - listed companies were rated at a high level; and 2) management of organizational culture had the highest overall influence on the innovation development of MAI-listed companies, followed by strategic management, technological transformation, and environment management, respectively. These research findings are beneficial for the MAI-listed companies, stock exchange, government agencies, and private sector as they can be used as the guidelines to formulate strategic planning and determine policies for innovation development in order to enhance capacity and achieve sustainable innovation development.

Keywords: Innovation Development, MAI-Listed Companies, Strategic Management



บทนำ

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรและประเทศ คือ ความสำเร็จขององค์กรและประเทศนั้นจะต้องเกิดขึ้นจากนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางด้านสินค้า ด้านกระบวนการทำงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดการ หรือด้านการตลาดและการที่องค์กรจะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างต่อเนื่องจะต้องเกิดขึ้นจากนวัตกรรมองค์กรสามารถนำนวัตกรรมทางด้านการจัดการใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้ ย่อมทำให้องค์กรมีความพร้อมและสามารถที่จะแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ได้แก่ การนำหลักการแนวคิดและวิธีการใหม่ทางด้านการจัดการเข้ามาใช้ในการบริหารองค์กร ถ้าองค์กรที่ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาตัวเองจากสิ่งใหม่ ๆ แล้วยากที่องค์กรนั้นจะครองความเป็นหนึ่งได้ (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ องค์กรมหาชน, 2561) นวัตกรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทยในการจะยืนอยู่บนเวทีโลกอย่างเข้มแข็ง ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่จะเข้ามาขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ด้วยนวัตกรรม ปัญญาและเทคโนโลยีอีกทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน การปรับเทคโนโลยี ในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสู่การทำนวัตกรรมเป็นเรื่องที่จำเป็นโดยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศที่พัฒนาแล้วพบว่า ขณะนี้การใช้เทคโนโลยีที่คิดค้นเอง ในประเทศเพิ่งเริ่มต้นจึงต้องมีการเร่งกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านการจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา และการบริหารจัดการภายใต้แนวคิดและรูปแบบใหม่ ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและระดับท้องถิ่น โดยสร้างให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมจำนวนมากพอที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้อย่างรวดเร็ว (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ องค์กรมหาชน, 2561)

การขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมไทยในการสร้างสรรค์ธุรกิจอุตสาหกรรมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่ต้องกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ที่ชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา นวัตกรรมภายในองค์กร ดังเช่นสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของภาคเอกชนเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนภาคเอกชนในการสะท้อนปัญหา ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต่อภาครัฐ และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการกระจายการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมทั่วประเทศอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้กับภาคอุตสาหกรรมทั่วประเทศในการสร้างสรรค์ธุรกิจนวัตกรรม แต่ยังคงพบว่า การพัฒนา นวัตกรรมของผู้ประกอบการไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่ยังขาดความพร้อมด้านเงินลงทุนและบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมอย่างมาก ส่วนผู้ประกอบการเอกชนขนาดใหญ่ที่มีความสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่มีศักยภาพ



ทางการแข่งขันในระดับสูงได้ ประกอบกับภาครัฐให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอยู่แล้ว แต่งานเหล่านี้ก็ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ รวมทั้งยังขาดตลาดในการรองรับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากภาคเอกชนอีกด้วย (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2559)

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งประกอบด้วยบริษัทที่ประกอบธุรกิจประเภทเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจการเงิน สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง บริการและเทคโนโลยี ได้มีโครงการพัฒนานวัตกรรมเพื่อรองรับการขับเคลื่อนภายใต้ยุคไทยแลนด์ 4.0 เช่น โครงการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2561 โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. ได้ดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนความสามารถนวัตกรรม ซึ่งเป็นแผนงานสำคัญในการขับเคลื่อนระบบนวัตกรรมของประเทศ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จัดทำโครงการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นการยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปสู่ระบบนวัตกรรมของประเทศที่สมบูรณ์ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ องค์การมหาชน, 2561)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาทางนวัตกรรม การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อมของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม ที่มีต่อการพัฒนานวัตกรรมของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ บริษัทของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้ง 8 อุตสาหกรรม ได้แก่ 1) เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 9 บริษัท 2) สินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 11 บริษัท 3) ธุรกิจการเงิน จำนวน 10 บริษัท 4) สินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 38 บริษัท 5) อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 28 บริษัท 6) ทรัพยากร จำนวน 13 บริษัท 7) บริการ จำนวน 47 บริษัท และ 8) เทคโนโลยี จำนวน 14 บริษัท รวมจำนวน 170 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) การวิจัยครั้งนี้ผู้เขียนใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation



Modeling) ไคลน์ (Kline, R. B., 2005) ได้เสนอไว้ว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีประมาณ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ และเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรทั้งสิ้น 17 ตัวแปร ทำให้มีกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 340 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เจาะลึก โดยแบบสอบถามศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แล้วทำการสร้างแบบสอบถาม โดยใช้ระดับความคิดเห็นเป็นแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีค่า IOC ระหว่าง 0.60 - 1.00 ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ (Cronbach's alpha) ของมาตรวัดตัวแปรประจักษ์ที่ใช้ในการวิจัย มีค่าระหว่าง 0.734 ถึง 0.944 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.987 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) ส่วนแบบสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

การวิเคราะห์ข้อมูล แบบสอบถาม 1.สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ เพื่ออธิบายระดับของ การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อมแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แปลผลค่าคะแนนตามเกณฑ์ของ Bartol, K. & Martin, D. (Bartol, K. & Martin, D., 1998) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) มีรายละเอียดดังนี้ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาอิทธิพลของการจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อ



การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แบบสัมพัทธ์ การวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกข้อมูลที่ได้อยู่ในลักษณะความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผู้เขียนจำแนกข้อมูลแล้วทำการเปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (inductive conclusion) จากนั้นนำเสนอเชิงบูรณาการเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ 1) การรวบรวมข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเรียบเรียงข้อมูลเฉพาะประเด็นสำคัญเท่านั้น 2) ลดทอนข้อมูลที่คลุมเครือและซ้ำซ้อนกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นรูปธรรม 3) พิจารณาความสอดคล้องความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลที่ได้ โดยการสรุปและตีความในรูปแบบการพรรณนาตามกรอบแนวความคิดของการวิจัยที่กำหนดไว้ 4) สรุปผล โดยนำเสนอทั้งข้อมูลผ่านการสังเคราะห์จนกระทั่งได้แก่น้ำของแนวคิดในประเด็นที่ศึกษา และนำเสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

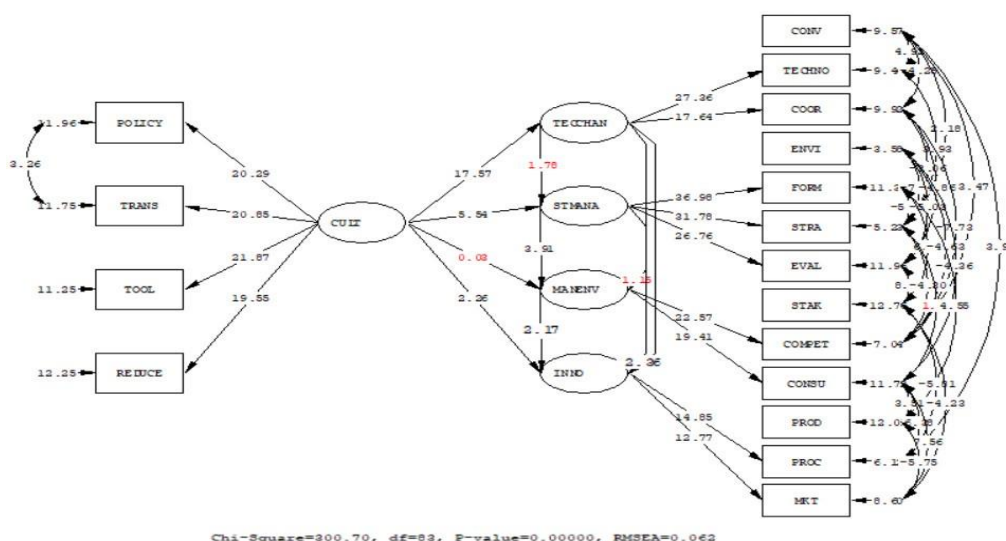
ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 1) การพัฒนานวัตกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการพัฒนานวัตกรรมด้านนวัตกรรมกระบวนการมากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X} = 4.13$) และด้านนวัตกรรมการตลาด ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ 2) การจัดการวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ การนำนโยบายไปปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.20$) การลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.98$) และ เครื่องมือสำหรับการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ 3) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีความสะดวกรวดเร็วมากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ เทคโนโลยีทันสมัย ($\bar{X} = 4.10$) และ การประสานงานอย่างเป็นเครือข่าย ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการปฏิบัติตามกลยุทธ์มากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ การประเมินผลและการควบคุม ($\bar{X} = 4.14$) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 4.12$) และ การจัดทำกลยุทธ์ ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ และ 5) การจัดการสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการวิเคราะห์คู่แข่งเข้มข้นกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ



การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.11$) และ การดำเนินการผู้มีส่วนได้เสีย ($\bar{X} = 4.05$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลอง เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่า ตัวชี้วัดการเข้าได้ดีกับข้อมูลทุกตัว พบว่า (1) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Chi - Square/df) มีค่าเท่ากับ 3.623 (2) RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.062 (3) Standardized RMR) มีค่าเท่ากับ 0.026 (4) GFI มีค่าเท่ากับ 0.94 (5) AGFI มีค่าเท่ากับ 0.91 (6) CFI มีค่าเท่ากับ 0.99 และ (7) CN มีค่าเท่ากับ 223.67 (Diamantopoulos, A. & Siguaw, J. A., 2000)



ภาพ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองในรูปแบบค่าที่ (T - Value)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{INNO} = & + 0.62 \cdot \text{CULT} + 0.54 \cdot \text{TECCHAN} + 0.49 \cdot \text{STMANA} + 0.23 \cdot \text{MANENV}, \\ & (0.27) \quad (0.23) \quad (0.22) \quad (0.12) \\ & 2.26 \quad 2.74 \quad 2.36 \quad 2.17 \\ \text{Errorvar.} = & 0.33, R^2 = 0.73 \quad (1) \\ & (0.07) \\ & 4.90 \end{aligned}$$



อธิบายตัวแปร INNO = การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
เอ็ม เอ ไอ

CULT = การจัดการวัฒนธรรมองค์กร

TECCHAN = การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

STMANA = การจัดการเชิงกลยุทธ์

MANENV = การจัดการสภาพแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ร้อยละ 73

2. การจัดการสภาพแวดล้อม ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และ การจัดการเชิงกลยุทธ์ สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{MANENV} = & + 0.01 * \text{CULT} + 0.30 * \text{TECCHAN} + 0.66 * \text{STMANA}, \\ & (0.38) (0.27) (0.16) \\ & 0.03 \ 1.15 \ 3.91 \\ \text{Errorvar.} = & 0.098, R^2 = 0.90 (2) \\ & (0.017) \\ & 5.78 \end{aligned}$$

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า การจัดการสภาพแวดล้อม ขึ้นอยู่กับ การจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการจัดการสภาพแวดล้อม ได้ร้อยละ 90 ขณะที่ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ไม่มีผลทางตรงต่อการจัดการสภาพแวดล้อม

3. การจัดการเชิงกลยุทธ์ ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{STMANA} = & 0.31 * \text{CULT} + 0.44 * \text{TECCHAN}, \text{Errorvar.} = 0.082, R^2 = 0.92 (3) \\ & (0.26) (0.27) (0.02) \\ & 5.54 \ 1.78 \ 3.71 \end{aligned}$$



ผลการวิเคราะห์ พบว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้ร้อยละ 92 ขณะที่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ไม่มีผลทางตรงต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์

4. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\text{TECCHAN} = 0.97 * \text{CULT}, \text{ErrorVar.} = 0.060, R^2 = 0.93 \quad (4)$$

(0.05) (0.02)

17.57 2.93

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร โดยสามารถอธิบายการผันแปรของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ได้ร้อยละ 93

อิทธิพลทางตรง และทางอ้อมระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ต่อการพัฒนานวัตกรรมของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผลจากการวิเคราะห์แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรแฝง ซึ่งส่งผลทางตรง และทางอ้อมต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จึงนำผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างมาเสนอค่าอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรแฝงทุกตัว เพื่อแสดงอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ศึกษา

อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล		
	ทางตรง	ทางอ้อม	ผลรวม
การจัดการวัฒนธรรมองค์กร	0.62	0.22	0.84
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	0.54	-	0.54
การจัดการเชิงกลยุทธ์	0.49	0.15	0.64
การจัดการสภาพแวดล้อม	0.23	-	0.23

จากตารางที่ 1 พบว่า การจัดการวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มากที่สุด รองลงมา คือ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และ การจัดการสภาพแวดล้อม ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า การจัดการวัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลทางตรง



ต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มากที่สุด รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ นำผลการ วิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การจัดการวัฒนธรรมองค์กร เป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่ส่งผลทางตรง และทางอ้อมต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นระบบของความเชื่อที่ผู้ปฏิบัติรับรู้ร่วมกันในบริบทขององค์กร เป็นลักษณะทางวัฒนธรรมของการตัดสินใจร่วมกัน การเรียนรู้และพัฒนา เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กรนั้นต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงในระบบภายในองค์กร เนื่องจากความเชื่อของคนเกี่ยวกับนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับความเชื่อเกี่ยวกับมุมมองอื่น ๆ ด้วย อีกทั้งแนวคิดของ Christiansen, J. A. ที่ระบุว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นเสมือนกับกฎเกณฑ์บังคับระดับนวัตกรรมที่มีอยู่ในองค์กร ดังนั้น องค์กรจะต้องสนับสนุนให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม กล่าวคือ ถ้าเสี่ยง เปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นหรือแนวความคิดใหม่ ๆ โดยไม่มีการทำโทษต่อความล้มเหลวหรือผิดพลาดที่เกิดจากการสร้างนวัตกรรม พยายามปรับเปลี่ยนแนวความคิดของผู้นำในทุก ๆ ระดับให้มีความเชื่อและพฤติกรรมที่สนับสนุนนวัตกรรม โดยการเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน และต้องสร้างให้พนักงานเห็นความสำคัญของนวัตกรรมด้วย โดยองค์กรต้องจัดการวัฒนธรรมองค์กรทั้ง 4 ประเภท (Christiansen, J. A., 2000) และตามแนวคิดของ Daft, R. L. ดังนี้ 1) วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) โดยให้ความสำคัญในเรื่องของความยืดหยุ่น เพื่อมุ่งเน้นสำหรับตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกได้ตลอดเวลา พนักงานขององค์กรสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้ มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการปฏิบัติหน้าที่ 2) วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (Achievement Culture) โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องเสถียรภาพความมั่นคงและการยอมรับจากสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ดังนั้น องค์กรที่มีลักษณะนี้จะเน้นในเรื่องของเป้าหมายที่ชัดเจนแน่นอน เช่น เรื่องกำไร ยอดขาย ส่วนครองตลาด 3) วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan Culture) เน้นให้ความสำคัญแบบยืดหยุ่นและเอื้ออาทรต่อกัน องค์กรแบบนี้จึงมีลักษณะแบบญาติมิตร ทำงานร่วมกันเสมือนกับเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน มุ่งเน้นในความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และ 4) วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic Culture) เน้นให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความมีระเบียบในการทำงาน ยึดถือกฎระเบียบข้อบังคับและเรื่องของการประหยัด (Daft, R. L., 1992) อีกทั้ง ปิยะ ตันติเวชยา



นนท์ ที่พบว่า ปัจจัยภายในด้านค่านิยมและวัฒนธรรมองค์การ ด้านโครงสร้างองค์การ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับองค์การแห่งนวัตกรรม ดังนั้น การจัดการวัฒนธรรมองค์การ แบบแผนที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ค่านิยม ความเข้าใจ ความเชื่อ ความรู้สึกของสมาชิกในองค์การ ซึ่งเป็นบรรทัดฐานเพื่อให้สมาชิกประพฤติสืบทอดกันไปสู่สมาชิกรุ่นใหม่วัฒนธรรมแต่ละองค์การจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งแต่ละองค์การจะมีการสร้างระเบียบแบบแผนเพื่อให้สมาชิก ปฏิบัติร่วมกัน อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การจะมีผลต่อพฤติกรรมของพนักงานในองค์การ หลายอย่าง เช่น ความร่วมมือของสมาชิก การตัดสินใจ การปฏิบัติงาน สมาชิกในองค์การจะมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ นอกจากนั้น วัฒนธรรมองค์การยังมีผลต่อความสำเร็จและ ประสิทธิภาพของการทำงานในองค์การด้วย (ปิยะ ตันติเวชยานนท์, 2560)

2. การจัดการเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม โดยรวมมากเป็นอันดับสอง ต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจาก บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการกำหนดพันธกิจหรือภารกิจ (Mission) ของบริษัท เกี่ยวกับความมุ่งหมาย (Purpose) ปรัชญา (Philosophy) และเป้าหมาย (Goals) มีการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในแง่มุมต่าง ๆ ภายในบริษัทเพื่อทราบจุดแข็งและจุดอ่อน ของบริษัท ประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เพื่อค้นหาความ ได้เปรียบในการแข่งขันและปัจจัยแวดล้อมทั่วไปเพื่อฉกฉวยโอกาส (Opportunities) มาเพื่อดำเนินงานและหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภัยคุกคามต่าง ๆ (Threats) ที่เกิดขึ้น มีการวิเคราะห์ทางเลือกในการดำเนินงานของบริษัท โดยการจัดสรรทรัพยากรของบริษัท เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก มีการกำหนดทางเลือกในการปฏิบัติการ ที่เหมาะสมที่สุด โดยการประเมินแต่ละทางเลือกซึ่งจะต้องสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัท โดยกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาว (Long - Term Objectives) และกลยุทธ์แม่บท (Grand Strategies) ที่จะนำมาใช้เพื่อให้ทางเลือกการดำเนินธุรกิจที่เลือกไว้นั้นบรรลุผลสำเร็จ รวมทั้งพัฒนาวัตถุประสงค์ประจำปี (Annual Objectives) และกลยุทธ์ระยะสั้น (Short - Term Objectives) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ระยะยาวและกลยุทธ์แม่บท นำกลยุทธ์ที่ เลือกไว้ไปปฏิบัติด้วยการจัดสรรปันส่วนทรัพยากร เพื่อให้เหมาะสมกับงาน คน โครงสร้างและ เทคโนโลยี และประเมินผลสำเร็จของกระบวนการกลยุทธ์ทุกขั้นตอนที่ได้ปฏิบัติ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นตัวนำเข้า (Input) เพื่อการตัดสินใจในอนาคต ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่ระบุว่า ในปัจจุบันต้องมีการพัฒนาตนเองเพิ่มพูนทักษะ ความสามารถในการวิเคราะห์และตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพขีด ความสามารถขององค์การ ตลอดจนจำเป็นต้องทบทวนกลยุทธ์และการดำเนินงานว่า มีประสิทธิภาพ เหมาะสมสอดคล้องต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้แนวคิดการจัดการเชิงกล ยุทธ์ได้รับความนิยมนำไปใช้ในการภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อให้้องค์การประสบผลสำเร็จ และมีความได้เปรียบคู่แข่งขัน (Pitts, R. A., & Lei, D., 2000) โดยองค์การมีการวางแผน



เป็นแผนแม่บท หรือแผนปฏิบัติการ เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย และเกิดประโยชน์ด้านการแข่งขันขององค์กร (Dundon, E., 2002) อีกทั้งยังตรงกับกับทัศนะของ พิบูล ทีปะปาล ที่กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ คือการที่องค์กรมีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน (พิบูล ทีปะปาล, 2551) และสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับแนวคิดของ ญัณฐพันธ์ เจริญนันท ที่กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ใช้วิธีการ กำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างเป็นระบบ ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ (ญัณฐพันธ์ เจริญนันท, 2552) ผ่านกระบวนการในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์การ การวางแผนแนวทางการดำเนินงาน และการควบคุมการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ ต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยตัวแปร 2 ตัวคือ จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) ของบริษัทได้แก่ โครงสร้าง วัฒนธรรม และทรัพยากรของบริษัท จุดแข็งของบริษัทที่สำคัญจะกลายเป็น ความสามารถหลัก (Core Competencies) ซึ่งบริษัทจะนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท (Wheelen, T. L. & Hunger, J. D., 2002) รวมทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร (External Environmental Analysis) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environmental) และสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน (Competitive Environmental) โดยการพิจารณาโอกาส (Opportunities) และ (Threats)

3. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรง ต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก ๆ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ การบริหารจัดการดิจิทัลจะช่วยสร้างและเสริมความรู้ ความเข้าใจ แนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลมาใช้เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของหน่วยงานเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีแนวโน้มที่จะมีความสำคัญมากขึ้น ดังนั้น การบริหารจัดการมีแนวโน้มที่มุ่งเน้นความสำคัญกับเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำที่ทันสมัย (Modern Technology) เทคโนโลยีที่ล้ำยุค (Advanced Technology) และเทคโนโลยีที่เป็นระบบ (Technology Systems) มาใช้ในหน่วยงานกันอย่างกว้างขวาง และครอบคลุมไปทั่วโลก การเกิดขึ้นของการบริหารจัดการยุคดิจิทัล เป็นผลมาจาก 1) เทคโนโลยีในหน่วยงานของรัฐ (Technology Effects in Public Agencies) 2) การเปลี่ยนแปลงในหน่วยงานของหน่วยงานของรัฐ (Organization Changes in Public Agencies) 3) การเปลี่ยนแปลงของข้อมูลข่าวสารในสังคมของพลเมือง (Information Changes in Civil Society) และ 4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในสังคมของพลเมือง (Behavior Changes in Civil Society) เหล่านี้ นำมาสู่การกำหนดนโยบาย (Policy Outcomes) ที่สนับสนุนการบริหารจัดการยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี



จะช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ดังแนวคิดของ ชวงส์ ฉายะบุตร กล่าวถึง หลักการให้บริการแบบครบวงจร (Package Service) เฉพาะที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัลด้านความสะดวกรวดเร็ว ที่สำคัญมี 3 หลัก ดังนี้ 1) หลักความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (acceleration) โดยปัญหาพื้นฐานของระบบอย่างหนึ่ง คือ ความล่าช้า ซึ่งเกิดขึ้นได้ทั้งตามลักษณะงาน และตัวพนักงานเองจึง ต้องมี การพัฒนาพนักงานให้มีทัศนคติ ความรู้ ความสามารถ ความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในอำนาจตน รวมทั้งให้มีการกระจายอำนาจให้มากขึ้น ปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอน และใช้เวลาในการบริการให้สั้นที่สุด 2) หลักการให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ (Completion) หมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ผู้รับบริการจะต้องได้รับโดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนัก 3) หลักความกระตือรือร้นในการให้บริการ (Keen) บุคลากรผู้ให้บริการต้องให้บริการด้วยความกระตือรือร้น จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผลคำแนะนำต่าง ๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่น ๆ นอกจากนี้ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการนั้นเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด (ชวงส์ ฉายะบุตร, 2536) ซึ่งผลการวิจัยของ Dobni, C. B. ที่ศึกษาเรื่องตัวชี้วัดทางด้านวัฒนธรรมขององค์กร ให้ความเห็นไว้ว่าการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีก็เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องให้ความสนใจเพื่อที่จะสามารถจับทิศทางและความต้องการของตลาดได้ องค์กรจะต้องมีการประยุกต์วิธีการหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป และเทคโนโลยีนับเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนองค์กรโดยเน้นที่ความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร เช่น การประหยัดเวลาและสถานที่ การเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว การรับข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ (Dobni, C. B., 2008) เช่นเดียวกับปิยะ ตันติเวชยานนท์ ที่พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับองค์การแห่งนวัตกรรม นอกจากความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแล้วการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสำคัญ เนื่องจากการบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกและการให้บริการประชาชนของหน่วยงาน หรือองค์กรโดยเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มาปรับใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวกและการให้บริการ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) ความสำคัญของเทคโนโลยีในสังคมปัจจุบันช่วยอำนวยความสะดวก และรวดเร็วในการดำเนินงาน ทำให้การเข้าถึงข้อมูลมีความรวดเร็ว ทำให้ติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว และทำให้ประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน



ด้านต่าง ๆ ของหน่วยงาน ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ และช่วยให้มนุษย์มีความสะดวกสบายขึ้น (ปิยะ ตันติเวชยานนท์, 2560)

4. การจัดการสภาพแวดล้อม ต่อการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นเพราะว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้มีการจัดการสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวผู้บริหาร พนักงานในองค์กร ทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม หรือวัฒนธรรม รวมทั้ง การดำเนินการผู้มีส่วนได้เสีย การวิเคราะห์คู่แข่ง และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรได้รับอิทธิพลหรือผลกระทบจากสภาพแวดล้อมแต่ละประเภทแตกต่างกันไป สภาพแวดล้อมบางประเภทอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรโดยตรง เช่น อัตราดอกเบี้ย กฎหมายแรงงาน และกฎหมายภาษี เป็นต้น ขณะที่บางประเภทอาจส่งผลกระทบทางอ้อม เช่น อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งหากมีอัตราสูง ก็อาจหมายถึงขนาดของอุตสาหกรรมมีโอกาสขยายตัวสูงขึ้น หรือความมั่นคงทางการเมือง หากภาวะทางการเมืองไม่มั่นคง รัฐบาลขาดเสถียรภาพ อาจส่งผลให้ธุรกิจชะลอการตัดสินใจลงทุนออกไปเพื่อรอความชัดเจน เป็นต้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางตรงนี้ จะช่วยให้ผู้บริหารมองเห็นปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งหมด (Bartol, K. & Martin, D., 1998) โดยการจัดการสภาพแวดล้อมต้องพิจารณาจากลูกค้า (Customer and Client) ซึ่งเป็น บุคคลและองค์กรที่ซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร ผู้บริหารจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจให้ชัดเจน เพื่อจะสามารถทำความเข้าใจลูกค้าขององค์กรอย่างลึกซึ้ง ตลอดจนทราบความต้องการของลูกค้า รวมทั้งผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อจะสามารถสรรหาแนวทางและกระบวนการการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งต้องทราบอำนาจการต่อรองของลูกค้าที่มีต่อองค์กรว่ามีมากน้อยเพียงใด และจะใช้กลยุทธ์การเจรจาต่อรองอย่างไร เพื่อนำมาซึ่งประโยชน์ของทั้งผู้ซื้อและองค์กร ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Dundon, E. ที่พบว่า องค์กรประกอบของการสร้างนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จนั้น นอกจากการใช้ความคิดที่มาจากภายในองค์กรแล้ว องค์กรจะต้องอาศัยแนวความคิดใหม่ ๆ จากภายนอกองค์กรด้วย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มมุมมองหรือแนวทางด้านนวัตกรรมรวมทั้งการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้กับทีมงานและบุคคลภายนอก ซึ่งรวมไปถึงคู่ค้า (Supplier) ด้วย (Dundon, E., 2002) เช่นเดียวกับ Luecke, R. & Katz, R. เสนอแนวความคิดว่า ลูกค้าสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของความคิดทางด้านนวัตกรรมได้อย่างไม่สิ้นสุด หากพนักงานขาย พนักงานผู้ให้บริการ และเจ้าหน้าที่วิจัยและพัฒนาอมฟังในสิ่งที่ลูกค้าพูดและศึกษาให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้ามักจะเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดในการหาจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และอาจเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดในการระบุปัญหาที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขอีกด้วย (Luecke, R. & Katz, R., 2003)



สรุป/ข้อเสนอแนะ

ในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยสรุปขึ้นอยู่กับ การจัดการวัฒนธรรมองค์กรซึ่งมีอิทธิพลต่อการพัฒนานวัตกรรมมากที่สุด ตามด้วย การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการจัดการสภาพแวดล้อม ดังนั้นเพื่อเป็นการยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ระบบเศรษฐกิจโลกสมัยใหม่ และการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ควรมีนโยบายพัฒนาองค์ความรู้ให้กับพนักงานบริษัทให้องค์กรสามารถตอบสนองความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว และต้องสร้างบรรยากาศความคิดสร้างสรรค์โดยเปิดโอกาสให้พนักงานกล้าคิด กล้าพูด กล้าเสนอความคิดเห็นที่แปลกใหม่ ตลอดจนพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนากระบวนการคิด (Mindset) ให้กล้าคิด กล้าทำ กล้าเสี่ยงอย่างมีหลักการ เสริมเสริมทักษะ ความคิดเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน และเปิดโอกาสให้พนักงานได้โอกาสทำสิ่งใหม่ ๆ หรือทดลองทำโครงการเล็ก ๆ ในองค์กรร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ให้พนักงานมีแนวคิดในการพัฒนาตัวเอง ทีมงาน และต่อยอดไปเป็นการพัฒนานวัตกรรม ระดับองค์กรได้ ควรมีหน่วยงานในการติดตามความเคลื่อนไหวการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเพื่อให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง และควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร เพื่อทราบถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2559). การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยในเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ชูวงศ์ ฉายะบุตร. (2536). การให้บริการแบบครบวงจร แนวทางการให้บริการเชิงรุกของกรมการปกครองเทศบาล. วารสารเทศบาล, 88,(5), 11-14.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). การจัดการเชิงกลยุทธ์ ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). โครงสร้างการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI). เรียกใช้เมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2563 จาก https://www.set.or.th/mai/th/company/industry_group_p1.html
- ปิยะ ดันติเวชยานนท์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม กรณีศึกษา: บริษัท ซูเปอร์ริช อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล เอ็กซ์เชนจ์ 1965 จำกัด. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 9(2), 102-111.



- พิบูล ทีปะปาล. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ องค์การมหาชน. (2561). การพัฒนานวัตกรรมในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Bartol, K. & Martin, D. (1998). Management. Boston: McGraw-Hill.
- _____ (1998). Management. Boston: McGraw-Hill.
- Christiansen, J. A. (2000). Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation. Hampshire: Macmillan Press.
- Daft, R. L. (1992). Organization theory and design. Paul, Minn: West Pub.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J. A. (2000). Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated. London: Sage.
- Dobni, C. B. (2008). Measuring innovation culture in organizations: The development and validation of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. European Journal of Innovation Management, 11(4), 539-559.
- Dundon, E. (2002). The seeds of innovation: Cultivating the synergy that fosters new ideas. New York: AMACOM.
- Kline, R. B. (2005). Principle and practice of structural equation modeling. New York: Guilford.
- Luecke, R. & Katz, R. (2003). Managing creativity and innovation. Boston: Harvard Business School Press.
- Pitts, R. A. & Lei, D. (2000). Strategic management: Building and sustaining competitive advantage. New York: South-Western Publishing.
- Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2002). Strategic management and business policy. New Jersey: Prentice-Hall.