

อิทธิพลของตัวแปรกำกับวัฒนธรรมองค์การที่เชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้
และความคิดเชิงสร้างสรรค์สู่ผลการดำเนินงานสำหรับวิสาหกิจผ้าไหม
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย
Influence of Moderators in Organizational Culture Transfer of Knowledge
Sharing and Creative Thinking to the Performance of Silk Enterprises in the
Northeastern Region of Thailand

¹กนกกร บุญมาเกิด, ²ธัญนันท์ บุญอยู่ และ ³มนตรี พิริยะกุล

¹Kanokorn Boonmakerd, ²Thanyanan Boonyoo and ³Montree Piriyakul

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ และ
³คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

^{1,2}Doctor of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University and

³Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

¹Corresponding Author. E-mail: boonmakerd@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การด้วยวัฒนธรรมองค์การของวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย จำนวน 100 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคมีค่าอยู่ระหว่าง 0.83-0.93 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผัน และการวิเคราะห์เส้นทางด้วยโปรแกรม Process ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานในทุกระดับของวัฒนธรรมองค์การที่มีค่าเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของวัฒนธรรมองค์การที่ต่ำ ปานกลาง และสูง และเมื่อวัฒนธรรมองค์การเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ที่มีค่าสูงขึ้นก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์การเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยจากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยให้มีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น

คำสำคัญ: การแบ่งปันความรู้; ความคิดเชิงสร้างสรรค์; วัฒนธรรมองค์การ; ผลการดำเนินงานขององค์การ

Abstract

This research aimed to study the indirect influence that moderators the path of knowledge sharing towards firm performance as well as creative thinking towards firm performance with

organizational culture of Silk Enterprises in the Northeastern region of Thailand. Samples in this study were 100 entrepreneurs of Silk Enterprises in the Northeastern region of Thailand by using stratified random samplings and simple random sampling. The research instrument was a questionnaire, which the Cronbach's Alpha coefficient scales were between 0.83 and 0.93. The study was statistically analyzed by means, standard deviation, coefficient of variation, and path analysis by Process program. The research results were found that indirect influences which moderating knowledge sharing pathways to firm performance and creativity thinking towards firm performance at all levels of organizational culture. With higher values according to the low, medium and high levels of organizational culture, a result of the performance of the organization has increased as well. The research results can be applied in planning and setting strategies to promote Silk Enterprises in the Northeastern region of Thailand to have higher firm Performance.

Keywords: knowledge sharing; creative thinking; organizational culture; firm performance

บทนำ

กลไกการขับเคลื่อนของยุคโลกาภิวัตน์ได้มีการปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์แห่งการแข่งขันของประเทศที่กำลังพัฒนาไปสู่ยุคความที่สามารถรับรู้ได้จากเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ที่มุ่งเน้นพัฒนาเศรษฐกิจของการจัดการภาคอุตสาหกรรมให้มีการปรับเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาที่สามารถสร้างรายได้ และก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างก้าวกระโดด โดยธุรกิจถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจและโครงสร้างทางสังคมของประเทศ ในสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน การทำธุรกิจจำเป็นต้องก้าวทันกับนวัตกรรมและการแลกเปลี่ยนทางความคิด เพื่อจะนำพาให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมของการแข่งขัน (Sipahi, 2017) เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพที่เป็นหนึ่งในผลลัพธ์ตามเป้าหมายของโครงสร้างองค์การที่ปรับเปลี่ยนความสามารถในการจัดการ เพื่อให้ภาคธุรกิจมีผลลัพธ์ที่ดีในระยะยาวได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (Ergun, 2018) ซึ่งประเทศไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีนโยบายการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจเพิ่มมูลค่าเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างมูลค่า โดยอาศัยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างจากระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพมาสู่ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และอาศัยการคิดของการสร้างความเข้มแข็งจากภายในที่เป็น การเปลี่ยนแปลงการเจริญเติบโตแบบรากแขนงเป็นการเจริญเติบโตแบบรากแก้ว เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองและรวมกันเป็นกลุ่ม ตลอดจนส่งเสริมภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบ และสร้างมูลค่าเพิ่มที่เป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นอันจะเป็นการสร้างโอกาสให้แก่ชุมชนได้ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยถือเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่เกิดจากศูนย์รวมการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนที่สำคัญที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของประเทศ และยังได้รับการยอมรับจากแพชชั่นระดับโลก โดยผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยถือเป็นหนึ่งในวิสาหกิจที่แสดงถึงการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยที่สามารถบอกได้ถึงศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมาเป็นระยะเวลายาวนานจากรุ่นหนึ่งสู่อีก รุ่นหนึ่งได้เป็นอย่างดี โดยอาศัยแรงงานของภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนที่นำความรู้ที่มีอยู่ถ่ายทอดออกมาเป็นผืนผ้าที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์สืบทอดกรรมวิธีในการทอผ้าให้กับลูกหลานสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าของประเทศไทย (ณิกษ์ กุสิษฐ์ และคณะ, 2558) จากข้อมูลของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมุกดาหาร (2562) พบว่า ประเทศที่ผลิตเส้นไหมมากที่สุดในโลกอันดับ 1 ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน รองลงมา คือ อินเดีย อุสเบกิสถาน ไทย และบราซิล ซึ่งปัจจุบันสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีนโยบายที่มุ่งเน้นเข้าสู่ประเทศอุตสาหกรรม โดยได้ลดบทบาทของภาคการเกษตรลง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ด้านหม่อนไหม จึงทำให้ปริมาณการผลิตเส้นไหมที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดโลก และจากสถานการณ์การส่งออกและนำเข้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของประเทศไทย พบว่า ในปี 2559 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 489,338,965 บาท เมื่อเทียบกับปี 2558 มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลง 97,068,568 บาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 16.55 และมีมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งสิ้น 863,918,455 บาท เมื่อเทียบกับปี 2558 มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้น 146,935,063 บาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20.49

หากประเทศไทยมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านหม่อนไหมอย่างเต็มที่ ลดต้นทุนการผลิต สร้างคุณลักษณะพิเศษที่ทำให้เกิดความแตกต่าง และคงอัตลักษณ์ในการเป็นไหมไทยโดยแท้ก็จะทำให้ไหมไทยสามารถแข่งขันได้ในทุกตลาดทั้งในและต่างประเทศ แต่จากภาวะการณ์เศรษฐกิจที่ชะลอตัวและกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เปลี่ยนจากชาวอเมริกันและยุโรปไปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย จึงทำให้ผ้าไหมไทยยังคงจำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีความชื่นชอบและหลงใหลในความสวยงามของผ้าไหมเท่านั้น ในสายตาของคนรุ่นใหม่ต่างมองว่า ผ้าไหมไทยมีความสวยงามแต่ยังขาดภาพลักษณ์แห่งความร่วมสมัย ทำให้ไม่นิยมนำมาสวมใส่ และใช้สอยผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมเท่าที่ควร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) นอกจากนี้ผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าไหมไทยยังประสบปัญหาเกี่ยวกับการสืบทอดกิจการที่เป็นกระบวนการเรียนรู้และการฝึกหัดการทอผ้าให้แก่ลูกหลาน ซึ่งแต่เดิมการทอผ้าไหมถือเป็นวิสาหกิจหลักของชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย โดยผู้เป็นแม่จะทำการถ่ายทอดความรู้และเทคนิคการทอผ้าไหมให้แก่ลูกหลานที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น แต่ปัจจุบันวัฒนธรรมการสืบทอดดังกล่าวได้จางหายไปจากชุมชน จึงทำให้ชุมชนผ้าไหมไทยในหลาย ๆ ท้องถิ่นสูญหายไปตามกาลเวลา (หทัยรัตน์ บุญรัตพันธุ์, 2558) และสิ่งสำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการผ้าไหมไทยขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการนำนวัตกรรมมาช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นหัวใจหลัก

ของการประกอบธุรกิจเป็นเหตุให้ไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทำให้สูญเสียโอกาสทางการค้า และภาพรวมของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจผ้าไหมไทยไม่ดีเท่าที่ควร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) ดังนั้นวิสาหกิจผ้าไหมไทยต้องมีการปรับตัว โดยอาศัยการขับเคลื่อนความรู้ โครงสร้างของวัฒนธรรม และความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบโจทย์ประเด็นปัญหาและความท้าทายทางสังคมในมิติต่าง ๆ ที่สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจได้ (มาโนช ริทินโย, 2560) และจากการศึกษางานวิจัยของ Akgunduz (2015) พบว่า การที่องค์กรธุรกิจจะสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ดีได้นั้นจะต้องอาศัยการแบ่งปันความรู้ที่ได้นำข้อมูลทางความรู้ ความสามารถ ทักษะ และความชำนาญที่เกิดจากการฝึกฝนมาสร้างสรรค์เป็นผลงาน และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่มีคุณค่าต่อการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีวัตถุประสงค์ในการรักษาผลการดำเนินงานที่ดีที่สุด เพื่อสร้างให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์การที่เป็นค่านิยม ความเชื่อ ที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น พร้อมทั้งขับเคลื่อนให้เกิดกระบวนการทำงานที่สนับสนุนให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ภายในองค์การ ที่ก่อให้เกิดเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จขององค์กรต่อไป (ธัญนันท์ บุญอยู่, สุชาร์ตน์ บุญอยู่ และ กนกอร บุญมาเกิด, 2563) ตลอดจนผลักดันให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยอมรับและร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีและการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ เพื่อทำให้วิสาหกิจผ้าไหมไทยมีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและมีศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Soori & Ferasat, 2016) และสามารถสร้างประโยชน์ในระยะยาวในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดการทำงานร่วมกันที่มีความสัมพันธ์ทำให้ผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นทางการเงินและไม่ใช้การเงินสูงขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับมิติอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์การ (Zhao, Teng & Wu, 2018)

ดังนั้นจากประเด็นปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของตัวแปรกำกับวัฒนธรรมองค์การ ที่เชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้และความคิดเชิงสร้างสรรค์สู่ผลการดำเนินงานสำหรับวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับมาก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นบริบทอันเกิดจากผลการวิจัยที่สามารถนำความรู้ใหม่ไปศึกษาเพิ่มเติมสำหรับการวิจัยในอนาคตได้ ตลอดจนเป็นแนวทางในการวางแผน และปรับกลยุทธ์ในการจัดการวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยให้มีผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

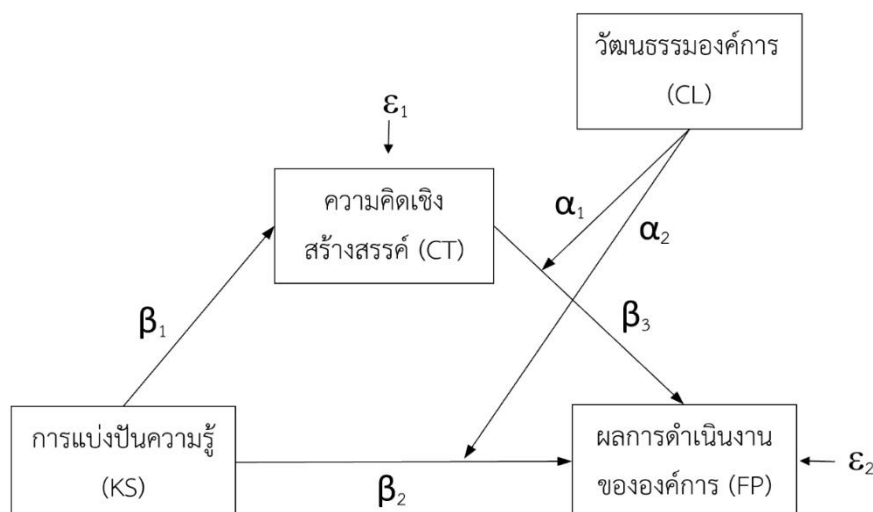
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยวัฒนธรรมองค์การของวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานไว้ คือ อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยวัฒนธรรมองค์การจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อวัฒนธรรมองค์การมีค่าสูงขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับอิทธิพลของตัวแปรกำกับวัฒนธรรมองค์การที่เชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้และความคิดเชิงสร้างสรรค์สู่ผลการดำเนินงานสำหรับวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย โดยผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิด และนำมาบูรณาการจาก Hussain et al. (2017); Sothan (2016); Joseph & Kibera (2019) และ Quy (2018) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อมุ่งค้นหาและพัฒนาข้อมูล มาตรวัดความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่สามารถวัดลักษณะและพฤติกรรมเป็นตัวเลขได้ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์และประมวลผลตัวแบบเส้นทาง (Path Model) พร้อมนำผลที่ได้มา สรุป อภิปรายผลและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการวิจัย โดยการวิเคราะห์ตัวแบบเส้นทางด้วยโปรแกรม Process ซึ่งประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1. ประชากร โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าไหมไทยที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 106 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2561)

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าไหมไทยที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย จำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Marsh et al. (1998) ที่มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยต่อตัวแปรแฝงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ Marsh et al. (1998)

จำนวนตัวชี้วัด เฉลี่ย	ชนิดของผลการศึกษา	ขนาดตัวอย่าง				
		50	100	200	400	1,000
2	Proper Solution	13.60	32.80	55.60	82.40	93.00
	Non-Convergence	56.60	33.10	12.60	2.40	-
3	Proper Solution	54.80	85.40	97.80	100.00	99.00
	Non-Convergence	10.80	0.90	-	-	-
4	Proper Solution	86.50	99.10	99.60	100.00	100.00
	Non-Convergence	2.20	-	-	-	-
6	Proper Solution	99.60	100.00	100.00	100.00	100.00
	Non-Convergence	0.10	-	-	-	-
12	Proper Solution	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	Non-Convergence	-	-	-	-	-

โดยที่จำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยเกิดจากยอดรวมจำนวนตัวชี้วัด (p) หารด้วยจำนวนตัวแปรแฝง ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัด 50 ตัว และตัวแปรแฝง 4 ตัว ดังนั้นค่าของจำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยเท่ากับ 12.50 จึงทำให้จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ให้สอดคล้องกับ Proper Solution และ Non-Convergence นั้น (มนตรี พิริยะกุล, 2556) เมื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 50 ตัวอย่างก็สามารถแทนประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้ร้อยละ 100 แต่เพื่อความเหมาะสมของประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 100 ตัวอย่าง ซึ่งจะมีผลให้ได้ Proper Solution ของขนาดตัวอย่างที่ร้อยละ 100 และไม่มี Non-Convergence เช่นกัน ส่วนวิธีการสุ่มตัวอย่งนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2-5 เป็นแบบสอบถามในการประเมินการแบ่งปันความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์

วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งเป็นลักษณะของข้อคำถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert, 1932) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาคที่มีความหมายของเกณฑ์การให้คะแนน คือ “ระดับคะแนน 1 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด” “ระดับคะแนน 2 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยน้อย” “ระดับคะแนน 3 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยปานกลาง” “ระดับคะแนน 4 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยมาก” “ระดับคะแนน 5 หมายถึง ความคิดเห็นด้วยมากที่สุด” การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ระยะ คือ (1) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือก่อนสำรวจจริง ด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งงานวิจัยนี้มีดัชนีความสอดคล้องที่ได้อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และการตรวจสอบความเที่ยง เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ที่มีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้ อยู่ระหว่าง 0.83-0.93 และ (2) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือหลังจากสำรวจจริง ด้วยการวัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อกำหนดค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง ซึ่งจะจำแนกตามแนวคิดของ Henseler, Ringle & Sarstedt (2015) ได้เสนอ Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวัดความเที่ยงตรงเชิงจำแนกตามวิธี Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Construct	KS	CT	CL	FP
KS				
CT	0.771			
CL	0.830	0.652		
FP	0.978	0.687	0.821	

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของทุกตัวแปรแฝง เมื่อได้ทำการเปรียบเทียบเป็นคู่ ๆ มีค่าสหสัมพันธ์น้อยกว่า 1 แสดงว่า มาตรวัดของการแบ่งปันความรู้ (KS) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (CT) วัฒนธรรมองค์การ (CL) และผลการดำเนินงานขององค์การ (FP) นั้นมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการประสานขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากวิสาหกิจผ้าไหมที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 100 ตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 แห่ง มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

ทุกชุดด้วยตนเอง เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่นำมาประมวลผลนั้นเป็นข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องและอยู่ในรูปแบบเดียวกันทั้งหมด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทำการเข้ารหัสและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติต่าง ๆ ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะและคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการแจกแจงหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล และ (2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของการแบ่งปันความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงานขององค์การ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสัมประสิทธิ์ ความแปรผัน (Coefficient of Variation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

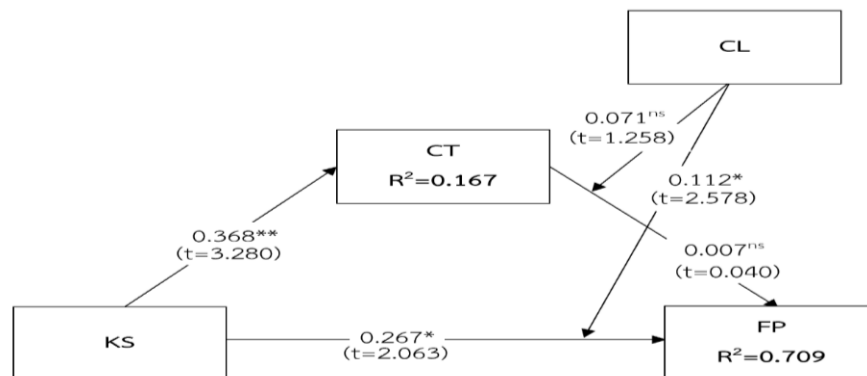
5.2 สถิติเชิงอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistic) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมีเงื่อนไข ด้วยโปรแกรม Process โดยจะเป็นการวิเคราะห์หาเส้นทางความสัมพันธ์ของการแบ่งปันความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจผ้าไหม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึง ร้อยละ 78.00 มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสถึงร้อยละ 58.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด คือ มากกว่า 6 ปี

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของการแบ่งปันความรู้ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า การแบ่งปันความรู้และวัฒนธรรมองค์การมีระดับของค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และ 2.95 ตามลำดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และ 0.91 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.24 และ 0.31 ตามลำดับ ส่วนความคิดเชิงสร้างสรรค์และผลการดำเนินงานขององค์การมีระดับของค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และ 3.81 ตามลำดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 และ 0.55 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรเท่ากับ 0.14 และ 0.14 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแบ่งปันความรู้ (KS) กับผลการดำเนินงานขององค์การ (FP) โดยมีความคิดเชิงสร้างสรรค์ (CT) เป็นปัจจัยคั่นกลาง และมีวัฒนธรรมองค์การเป็นตัวแปรกำกับดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 อิทธิพลของตัวแปรกำกับวัฒนธรรมองค์การ

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้วิจัยได้นำปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ (CL) ไปเป็นตัวแปรที่กำกับความสัมพันธ์ของ 2 คู่ ซึ่งประกอบด้วย (1) ความสัมพันธ์ระหว่างการแบ่งปันความรู้กับผลการดำเนินงานขององค์การ (KS→FP) และ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเชิงสร้างสรรค์กับผลการดำเนินงานขององค์การ (CT→FP) ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า อิทธิพลของทั้งการแบ่งปันความรู้ (KS) กับผลการดำเนินงานขององค์การ (FP) และความคิดเชิงสร้างสรรค์ (CT) กับผลการดำเนินงานขององค์การ (FP) มีค่าลดลง ดังนั้นจากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการแบ่งปันความรู้และความคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสาเหตุที่มีผลกระทบทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีวัฒนธรรมองค์การที่เป็นปัจจัยเข้ามาเปลี่ยนแปลงในการขยายเส้นทางความสัมพันธ์ดังกล่าว เมื่อวัฒนธรรมองค์การ (CL) เข้ามาร่วมมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการแบ่งปันความรู้ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

4. อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การด้วยวัฒนธรรมองค์การ ซึ่งผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางแบบมีเงื่อนไขจะปรากฏได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การด้วยวัฒนธรรมองค์การ

CL	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
2.068 (วัฒนธรรมองค์การต่ำ)	0.056	0.036	0.004	0.149
3.079 (วัฒนธรรมองค์การปานกลาง)	0.083	0.036	0.031	0.168
4.089 (วัฒนธรรมองค์การสูง)	0.109	0.052	0.037	0.232

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานในทุกระดับของวัฒนธรรมองค์การที่มีค่าเพิ่มสูงขึ้น

ตามระดับของวัฒนธรรมองค์การที่ต่ำ ปานกลาง และสูง (2.068, 3.079 และ 4.089 ตามลำดับ) และเมื่อวัฒนธรรมองค์การเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ที่มีค่าสูงขึ้นก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์การเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน (0.056, 0.083 และ 0.109 ตามลำดับ) กล่าวคือวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่มีการแบ่งปันความรู้ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การที่ดีได้นั้น ต้องอ้อมผ่านความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น และเมื่อวิสาหกิจมีวัฒนธรรมองค์การที่มีความแข็งแกร่งก็จะทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า วิสาหกิจที่มีการสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการผลิตผ้าไหม พร้อมกับมุ่งเน้นเฉพาะในการปรับเปลี่ยนลวดลายผ้าไหมให้สามารถสร้างคุณภาพตามมาตรฐานที่ตลาดลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าใหม่ต้องการได้เร็วกว่าคู่แข่งที่สูงขึ้น ควบคู่กับการจัดเก็บความรู้และรวบรวมความรู้จากหน่วยงานภายนอก และสร้างการเรียนรู้ในขั้นตอนการทอผ้าไหมด้วยการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้เกี่ยวกับผ้าไหมก็จะสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่เป็นทั้งด้านการเงินและไม่เกี่ยวข้องกับด้านการเงินเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ คือ ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ว่า อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การด้วยวัฒนธรรมองค์การจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อวัฒนธรรมองค์การมีค่าสูงขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลทางอ้อมที่กำกับเส้นทางการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การด้วยวัฒนธรรมองค์การจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อวัฒนธรรมองค์การมีค่าสูงขึ้น กล่าวคือเมื่อวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่มีการแบ่งปันความรู้ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การที่ดีได้นั้น เมื่อมีวัฒนธรรมองค์การเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สูง และเมื่อวิสาหกิจมีวัฒนธรรมองค์การที่มีความแข็งแกร่ง ไม่ว่าจะเป็นการให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม หรือมีกิจกรรมการทอผ้าระหว่างสมาชิกในองค์การก็จะทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า วิสาหกิจที่มีการสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมควบคู่กับการแบ่งปันความรู้ก็จะสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่เป็นทั้งด้านการเงินและไม่เกี่ยวข้องกับด้านการเงินเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสนับสนุนผลการศึกษา โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยมีวัฒนธรรมองค์การและการแบ่งปันความรู้ที่ดีภายในองค์การก็จะส่งผลทำให้วิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยมีผลการดำเนินงานที่ดี และถ้าผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยมีวัฒนธรรมองค์การที่ลดน้อยลง และมีความคิดเชิงสร้างสรรค์ในระดับที่สูง ก็จะส่งผลให้วิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยมีผลการดำเนินงานที่ดีได้เช่นกัน

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kucharska (2017) ที่ว่า วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจะมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับการแบ่งปันความรู้ในทิศทางบวก และจะทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับองค์กรและทีมได้ และการศึกษาของ Rezaee & Amirianzadeh (2017) ที่ว่า วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจะมีความสัมพันธ์ร่วมกันกับความคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยวัฒนธรรมองค์กรจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กรที่เพิ่มสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1) ควรมีกระบวนการในการจัดเก็บความรู้ที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญ และการสืบทอดจากบรรพบุรุษให้เหมาะสม เพื่อให้บุคคลรุ่นหลัง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และบุคคลที่ให้ความสนใจเข้ามาศึกษาและสามารถนำความรู้ไปใช้ในการสร้างให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพแก่วิสาหกิจต่อไป

2) ควรมุ่งเน้นให้ทุกคนภายในวิสาหกิจมีส่วนร่วมร่วมในการทำงานและมุ่งเน้นสร้างกระบวนการทำงานเป็นทีมเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน

3) ควรมีการคิดค้นพัฒนากระบวนการต่าง ๆ ในการผลิตผ้าไหมให้เกิดความคิดที่ยืดหยุ่นตลอดเวลา ทั้งวิธีการฟอกเส้นไหม การย้อมสีเส้นไหมและการทอผ้าไหม เพื่อให้เกิดลวดลายของผ้าไหมที่มีสีสันและลวดลายที่มีความร่วมสมัยและได้ตรงตามมาตรฐานความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

4) ควรมุ่งเน้นสร้างอัตลักษณ์ผ้าไหมให้มีคุณค่าที่สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่และรักษฐานลูกค้าเก่าไว้ให้ได้อย่างยั่งยืน และมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจนด้วยการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรที่มาร่วมทำให้การแบ่งปันความรู้และความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการปรับเปลี่ยนอาจนำวัฒนธรรมองค์กรมาใช้ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ใหม่ที่อาจให้วัฒนธรรมองค์กรมาเป็นตัวแปรต้นกลางแบบอนุกรมก็เป็นได้

2) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถต่อยอดเพื่อทำการศึกษากับกลุ่มวิสาหกิจผ้าไหมในเขตภาคอื่น ๆ ของไทย อาทิ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการศึกษาถึงอัตลักษณ์ของผ้าไหมไทยในแต่ละภาคได้อย่างครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). เส้นทางสายไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารกรมพัฒนาธุรกิจการค้า*, 0(56), 14-19.
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2561). *ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่*. ค้นเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2562, จาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1search>.
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). *Thailand 4.0: โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน*. ค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2563, จาก <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>.
- ณัฏฐ์ กุลิสร, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพาดา สิริกุดตา, อุดม สายะพันธุ์, อรทัย เลิศวรรณวิทย์ และนางลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2558). การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 26-38.
- ธัญนันท์ บุญอยู่, สุชารัตน์ บุญอยู่ และกนกอร บุญมาเกิด. (2563). อิทธิพลของการกล้าเผชิญความเสี่ยงที่อยู่ในฐานะตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์สู่ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องปรับอากาศในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(2), 115-123.
- มนตรี พิริยะกุล. (2556). การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างชนิด Second Order Model. *วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 6(1), 97-111.
- มานิช รัตนโย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมทอมือจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 24(1), 180-193.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมุกดาหาร. (2562). *ข้อมูลรายสินค้าปี 2562 การเลี้ยงไหมชายรังสด*. มุกดาหาร: กลุ่มสารสนเทศการเกษตร.
- หทัยรัตน์ บุญยรัตพันธุ์. (2558). ปัญหาของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ในตำบลศรีบุญเรือง อำเภอนบพิตำ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 9(1), 100-117.
- Akgunduz, Y. (2015). The influence of self-esteem and role stress on job performance in hotel businesses. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1082-1099.
- Ergun, E. (2018). The mediating role of empowerment on the relationship between organizational culture and innovation performance. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 7(1), 53-74.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135.
- Hussain, S. T., Abbas, J., Lei, S., Haider, M. J., & Akram, T. (2017). Transactional leadership and organizational creativity: Examining the mediating role of knowledge sharing behavior. *Cogent Business & Management*, 4, 1-11.
- Joseph, O. O., & Kibera, F. (2019). *Organizational culture and performance: Evidence from microfinance institutions in Kenya*. Sage Open, 1-11.
- Kucharska, W. (2017). Relationship between trust and collaborative culture in the context of tacit knowledge sharing. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 13(4), 61-78.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-53.
- Marsh, H. W., Hau, K. T., Balla, J. R., & Grayson, D. (1998). Is more ever to much? The number of indicators per factor in confirmatory factor analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 33, 181-220.
- Quy, V. T. (2018). Organizational culture and firm performance: A comparative study between local and foreign companies located in Ho Chi Minh City. *International Journal of Scientific Research and Innovative Technology*, 5(2), 45-53.
- Rezaee, G., & Amirianzadeh, M. (2017). Mediating role of knowledge management in the relationship of organizational culture with tejarat bank employees' creativity in Shiraz branches. *International Journal of Scientific Study*, 5(4), 11-18.
- Sipahi, E. (2017). Creativity and the importance of business management. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(8), 428-439.
- Soori, Z., & Ferasat, H. (2016). The relationship between creativity and job performance khorramabad municipal departments. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 6(3S), 192-198.

- Sothan, Y. (2016). A study on correlation between leader-member exchange and employee creativity: The impacts of knowledge sharing and organizational commitment. *International Review of Management and Business Research*, 5(2), 688-704.
- Zhao, H., Teng, H., & Wu, Q. (2018). The effect of corporate culture on firm performance: Evidence from China. *China Journal of Accounting Research*, 11, 1-9.