Received: April 4, 2020
Revised: April 23, 2020
Accepted: May 12, 2020

KKBS JOURNAL of Business Administration and Accountancy
วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Vol. 4 No. 3 September - December 2020

แบบจำลองพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี

Employees' Innovative Work Behavior Model in Electrical and Electronics Industry at Industrial Estate of Chonburi Province

วัชรพงษ์ สุนัติ[1] วรรณภา ลือกิตินันท์[2*] อภิญญา อิงอาจ[3]
Wachrapong Sunut Wannapa Luekitinan Apinya Ingard

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์พัฒนา และตรวจสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือพนักงานระดับหัวหน้างาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนตัวแปรสังเกตได้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างได้ 300 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และการแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน อีกทั้งลักษณะโครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานโดยส่งอิทธิพลผ่านการแบ่งปันความรู้ และลักษณะผู้นำมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานโดยส่งอิทธิพลผ่านลักษณะโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และการแบ่งปันความรู้ นอกจากนี้อิทธิพลของลักษณะผู้นำ ลักษณะโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และการแบ่งปันความรู้ สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานโดยมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 38.00 (R^2 = 0.38)

[1]นิสิตระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
[2]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
[3]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
[*]Corresponding Author e-mail: wannapa.w236@gmail.com

ดังนั้นในการส่งเสริมให้พนักงานมีพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้นำจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดโครงสร้างการทำงาน วัฒนธรรมการทำงาน และกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงาน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม การแบ่งปันความรู้ ผู้นำ โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร

Abstract

The objectives of this research were to develop and inspect causal model of employees' innovative work behavior in the electrical and electronics industry at industrial estate of Chonburi province with empirical data. The sample in this study was employees in supervisor level of thr electrical and electronics industry at an industrial estate, Chonburi province. The 300 samples were obtained from an infinite population and considered bya number of observed variables. Data were analyzed by using Structural Equation Model (SEM). The results of the study showed that organizational structure, organizational culture and knowledge sharing had direct effect on the employees' innovative work behavior. Organizational structure and the organizational culture had indirect effects on employees' innovative work behavior mediated by knowledge sharing. The leader had an indirect effect on employees' innovative work behavior mediated by organizational structure, organizational culture and knowledge sharing. In addition, leader, organizational structure, organizational culture and knowledge sharing could predict employees' innovative work behavior in electrical and electronics industry at industrial estate of Chonburi province. The predictive ability is 38.00 percent (R^2 = 0.38). Therefore, for employees' innovative work behavior promotion, leaders must to play a critical role to designing work structure, work culture, and work knowledge sharing activities.

Keywords: Innovative Work Behavior Knowledge Sharing Leader Organizational Structure Organizational Culture

บทนำ

อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมที่มีสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน เพราะมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2562 มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 24.32 ซึ่งมีมูลค่ากว่า 1.8 ล้านล้านบาท (Ministry of Commerce, 2020) แต่ทว่าจากการประเมินของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่าบริษัทของคนไทยในอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ ยังเป็นการรับจ้างประกอบและทดสอบผลิตภัณฑ์ ทำให้แรงงานไทยขาดโอกาสในการพัฒนาฝีมือระดับสูง รวมถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตยังเป็นจุดอ่อนที่สำคัญ ทั้งนี้บริษัทที่ประกอบกิจการในอุตสาหกรรมฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จึงมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องเร่งพัฒนาศักยภาพ และสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Limmanont, 2008)

อย่างไรก็ตามการที่องค์กรจะสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันได้นั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการทำให้พนักงานสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยต้องสร้างกระบวนการจัดการความรู้ เพื่อช่วยให้พนักงานเข้าถึงขั้นตอนที่ทำให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ในการสร้าง (Office of the Public Sector Develobment Commission and Thailand Productivity Institute, 2005) โดยกระบวนการในการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) ถือว่าเป็นขั้นตอนหลักในการกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กร (Saenz, Aramburu & Blanco, 2012).

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมพนักงานในองค์กร ให้ไปสู่พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ (Phucharoen, 2007) โดยปัจจัยด้านองค์กรที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมนั้น ได้แก่ 1) ผู้นำองค์กรต้องที่มีทัศนคติที่ดี สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ส่งเสริมการสร้างบรรยากาศการทำงานเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 2) โครงสร้างที่เปิดโอกาสให้มีการผสมผสานระหว่างความรู้ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร มีทีมเฉพาะกิจที่มีสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญในแขนงอาชีพต่างๆ ร่วมกันสร้าง และรับผิดชอบในการพัฒนานวัตกรรม และ 3) วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้คนในองค์กรให้ความสำคัญกับนวัตกรรม เช่น การให้พนักงานกล้าเสี่ยง และคิดใหม่ ให้อิสระในการทดลองและโต้แย้งทางความคิด ยอมรับความผิดพลาดและล้มเหลวที่เกิดขึ้นโดยไม่มีการลงโทษ ท้าทายกับการเปลี่ยนแปลง และมีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงที่ดี ทั้งนี้จากการทบทวนงานวิจัยยังพบว่าการแบ่งปันความรู้ยัง

เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างปัจจัยองค์กรและพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน (Zhou et al. 2018)

ด้วยเหตุนี้การพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี จึงเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในบริษัทอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยทำให้บริษัททราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งมีผลต่อการกำหนดนโยบาย และสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะผู้นำมีอิทธิพลต่อลักษณะโครงสร้างองค์กร ของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี
2. ลักษณะผู้นำมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร ของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี
3. ลักษณะโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี
4. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี
5. ลักษณะโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี
6. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี
7. การแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน หมายถึง พฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นว่ามีความคิดสร้างสรรค์ (Tuntrabundit, 2018) เป็นการเชื่อมโยงวิทยาการหลากหลายสาขา (Dyer, Gregersen, & Christensen, 2011) รวมไปถึงการนำประสบการณ์ในอดีตมาประยุกต์ใช้เพื่อให้สามารถคิดได้กว้างไกล หลายแง่มุม หลายทิศทาง นำไปสู่การสร้างสิ่งประดิษฐ์ หรือการแก้ไขปัญหาแบบใหม่ (Allen, 2012) ด้วยใจที่เปิดกว้างกระตือรือร้นในการทำงาน ทั้งนี้พบว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคล ที่เกิดมาพร้อมศักยภาพในการสร้างสรรค์ และสามารถพัฒนาทักษะดังกล่าวได้ หากเพียงได้รับการกระตุ้น หรือส่งเสริม รวมถึงการเปิดโอกาสให้แสดงออก และพัฒนาประสบการณ์อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความรู้และประสบการณ์ใหม่ต่อไป (Dechawattanapaisal, 2012) ทั้งนี้ Kheng, Mahmood & Beris (2013) ได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน โดยพบว่าพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน คือ การกระทำทุกอย่างของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการริเริ่มหรือการประยุกต์ใช้นวัตกรรมใด ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อระดับองค์กร (West & Farr, 1989) โดยมีพฤติกรรม 4 กลุ่ม ดังนี้

1. พฤติกรรมการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) หมายถึง พฤติกรรมในการติดตาม ตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเพื่อคาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น รวมไปถึงคาดการณ์ถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อนำมาคิดค้น หาวิธีการใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ รวมไปถึงกระบวนการให้ดีขึ้นอยู่เสมอ (Sivapitak, Sriworawilai & Na Ubon, 2011)

2. พฤติกรรมการสร้างความคิด (Idea Generation) หมายถึง การประยุกต์ใช้ความรู้ทักษะ และประสบการณ์ เดิมที่มีอยู่ หรือการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย (Tuntrabundit, 2018) เพื่อขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่นำไปสู่ความคิดใหม่ๆ (Charoenwongsak, 2012) ในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการมีประโยชน์ต่อองค์กร

3. พฤติกรรมการสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) หมายถึง การแสวงหาการสนับสนุน และการสร้างความร่วมมือ เช่น การนำเสนอ การชักจูง การโน้มน้าว รวมถึงการผลักดันให้บุคคลอื่น ไม่ว่าจะเป็นผู้สนับสนุนหรือผู้มีอำนาจ ให้คล้อยตามหรือให้ความร่วมมือกับสิ่งที่คิดขึ้นมาใหม่ (Sadangharn, 2016)

4. พฤติกรรมการประยุกต์ใช้จริง (Idea Implementation) หมายถึง การนำเอาความคิดมาสร้างให้เกิดเป็นรูปธรรม โดยใช้ความพยายามที่จะเปลี่ยนความคิดไปสู่สิ่งที่สามารถจับต้องได้ หรือเป็นการเพิ่มมูลค่าจากเดิม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ การทดลอง หรือรูปแบบวิธีการทำงานใหม่ (Chumkesornkulkit & Na Wichian, 2018)

ทั้งนี้ การสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรให้เกิดขึ้นนั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ โดยจากการศึกษาของ (Wutthirong, 2016) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ช่วยให้เข้าใจเกี่ยวกับการขับเคลื่อนความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเชิงพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมนั้น มีปัจจัยด้านองค์กรที่สำคัญ ดังนี้

1. ผู้นำ กล่าวคือ ลักษณะการทำงาน หรือการบริหารในตำแหน่งของผู้บังคับบัญชาที่มีความมุ่งมั่น และสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม เปิดกว้างรับฟังความคิดใหม่ๆ โดยยอมรับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (Kuczmarski, 2003) ส่งเสริมการสร้างบรรยากาศการทำงานให้พนักงานกล้าทดลอง ค้นหาข้อมูล และร่วมมือ มีความอดทนต่อความล้มเหลว กำหนด และขับเคลื่อนกลยุทธ์ที่ส่งเสริม ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Stamm, 2008) กระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน (กีรติ ยศยิ่งยง, 2552) เสริมสร้างแรงจูงใจโดยการมอบหมายอำนาจ ตลอดจนเป็นตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงให้กับพนักงาน โดยจากการศึกษาของ Cheung & Wong (2011) พบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

2. โครงสร้างองค์กร กล่าวคือ โครงสร้างองค์กรที่เปิดโอกาสให้มีการผสมผสานระหว่างความรู้ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร (Ikeda & Marshall, 2016) ทั้งยัง สนับสนุนการทำงานที่พนักงานสามารถร่วมมือระหว่างหน่วยงาน การทำงานข้ามสายงาน ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Wutthirong, 2016; Limmanont, 2008) โดยจากการศึกษาของ Valencia, Valle & Jimenez (2010) พบว่า โครงสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่น พร้อมปรับตัว โดยมีการกระจายอำนาจจะสามารถกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริหารใหม่ได้ นอกจากนี้ การตั้งหน่วยงาน คณะกรรมการ หรือทีมเฉพาะกิจที่มีสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญในแขนงอาชีพต่าง ๆ เพื่อร่วมกันสร้าง และรับผิดชอบในการพัฒนานวัตกรรม รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนา และหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านนวัตกรรมโดยตรง (Pakdeelao, 2011) ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความสามารถทางด้านนวัตกรรมเช่นเดียวกัน

3. วัฒนธรรมองค์กร เป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันเพื่อให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร (Stamm, 2008) เนื่องจากเป็นค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่ส่งเสริมให้คนในองค์กรให้ความสำคัญกับนวัตกรรม นอกจากนี้ Higgins (1995) ได้กล่าวไว้ว่า หากไม่สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมได้ก็อาจเป็นอุปสรรคในการพัฒนานวัตกรรม ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้พนักงานคิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรม คือ การให้พนักงานกล้าเสี่ยง คิดใหม่ ให้อิสระในการทดลอง และโต้แย้งทางความคิด ยอมรับความผิดพลาดหรือล้มเหลวที่เกิดขึ้นโดยไม่มีการลงโทษ ท้าทายกับสถานการณ์ปัจจุบัน มีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงที่ดี รวมไปถึงการทำงานเป็นทีม (Pakdeelao, 2011) วัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ความสามารถในการปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า และสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการสร้างบรรยากาศเพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้ทำงานร่วมกันเพื่อแสวงหาความคิดใหม่ ๆ โดยกำหนดให้นวัตกรรมเป็นเรื่องสำคัญขององค์กร (Ikeda & Marshall, 2016) โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดให้ผู้นำ โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นตัวแปรในการศึกษา ซึ่งตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

การจัดการความรู้กับนวัตกรรม

การจัดการความรู้เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการสร้างนวัตรรม เพราะนวัตกรรมเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ต้องอาศัยการบูรณาการความรู้ต่าง ๆ เข้าด้วยกันซึ่งความรู้เหล่านี้อาจอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้ทางด้านเทคนิคที่อาจอยู่ในรูปแบบของเอกสารตำรา หรืออาจเป็นความรู้จากประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงาน โดยมีการสอน การถ่ายทอดจากคนสู่คน รวมไปถึงความรู้จากการค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ และความรู้ด้านการวิจัยตลาด เป็นต้น ด้วยเหตุนี้การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ นั้น ต้องเริ่มจากการเรียนรู้ เพื่อสร้างความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ การค้นคว้า ทดลอง หรือการประดิษฐ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งกล่าวได้ว่า นวัตกรรมเกิดจากการบูรณาการความรู้ จากหลายแหล่ง หรือหลากหลายสาขาเข้าด้วยกัน ทั้งความรู้ด้านเทคนิค ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ความรู้ด้านการจัดการ ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ และความรู้ทางด้านการตลาด ดังนั้น การจัดการความรู้จึงเป็นแนวทางที่สำคัญ ในการนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับองค์การ (Numprasertchai, 2015)

นอกจากนี้ การสร้างนวัตกรรมนั้น มีความไม่แน่นอน และเป็นเรื่องที่ยากที่จะคาดเดาได้ว่าผลลัพธ์ที่ออกมาจะเป็นอย่างไร การจัดการความรู้นั้นเป็นแนวทางหนึ่ง ในการสนับสนุนการจัดการนวัตกรรม และลดความไม่แน่นอนลง องค์กรที่ประสบความสำเร็จจำนวนมาก

ใช้การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการประยุกต์ใช้กระบวนการจัดการความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ในกระบวนการจัดการนวัตกรรม ตั้งแต่การสร้างความคิดใหม่ ๆ การวิจัยและพัฒนา การสร้างต้นแบบ ตลอดจนการนำนวัตกรรมออกสู่ตลาด (Hansen et al., 2002)

ทั้งนี้ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นการเรียนรู้ ผสมผสานประสบการณ์ และความรู้ของบุคคลในองค์กร เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาให้เกิดกระบวนการผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการแข่งขันองค์กร เมื่อพิจารณาจากกระบวนการจัดการความรู้ทั้ง 6 กระบวนการ ได้แก่ 1) การกำหนดความรู้ 2) การแสวงหาความรู้ 3) การสร้างความรู้ 4) การจัดเก็บความรู้ 5) การแบ่งปันความรู้ และ 6) การนำความรู้ไปใช้งาน พบว่า การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับกระบวนการแบ่งปันความรู้ซึ่งมีความสำคัญต่อความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร (Wutthirong, 2016) และจากการศึกษาของ Costa (2016) พบว่า นักวิชาการจำนวนมากให้ความสำคัญกับการศึกษากระบวนการแบ่งปันความรู้ที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการสร้างนวัตกรรมที่สูงขึ้นโดยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคคล หรือทีมงาน และนำมาประยุกต์ใช้ ซึ่งประเด็นสำคัญของการกระบวนการสร้างการแบ่งปันความรู้นั้นคือ การสร้างวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Andreeva & Kianto (2011) พบว่า การส่งเสริมให้มีการแบ่งปัน และถอดรหัสความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมไปถึงความรู้ที่ได้สร้างไว้แล้วก็เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม และการวิจัยและพัฒนาขององค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ (Niyom, Satyarakwit & Imsombut, 2015) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม: กรณีศึกษา บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า การแบ่งปันความรู้และบรรยากาศองค์การที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลในทางบวกต่อความสามารถด้านนวัตกรรม ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้การแบ่งปันความรู้เป็นตัวหนึ่งในการศึกษา ซึ่งตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์กับการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร (Population) คือ พนักงานระดับหัวหน้างานที่ได้รับการบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัทที่มีขนาดใหญ่ 42 แห่ง กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนพนักงาน 59,772 คน แต่ไม่ทราบจำนวนพนักงานระดับหัวหน้างานที่แน่นอน (Electrical and Electronic Institute, 2018)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ พนักงานในระดับหัวหน้างานในบริษัทที่มีขนาดใหญ่ กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยการคำนวณตามสูตรของ Hair et al. (2010) ซึ่งได้เสนอแนะว่า ควรใช้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 5-15 เท่าของจำนวนตัวแปร ผู้วิจัยนับจำนวนตัวแปรในโมเดลได้ 20 ตัวแปร ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง 15 เท่าของตัวแปร และสามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 300 คน

3. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนดังนี้

3.1 สุ่มนิคมอุตสาหกรรมของจังหวัดชลบุรี 2 นิคม จากจำนวนทั้งหมด 5 นิคม ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบ้านบึง นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ นิคมอุตสาหกรรมเหมราช นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายแบบไม่ใส่คืน (Sampling Without Replacement) ได้นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ และนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

3.2 สุ่มบริษัทขนาดใหญ่ในกลุ่มไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ และ นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จำนวน 3 บริษัท โดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random Number Table) ซึ่งเรียงลำดับรายชื่อบริษัทในทั้งสองนิคมอุตสาหกรรมตามตัวอักษรจาก ก-ฮ

3.3 คำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่สุ่มจากบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงานในระดับหัวหน้างาน จากบริษัทที่ได้รับการสุ่มทั้ง 3 บริษัท ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่ 1 จำนวน 105 คน บริษัทที่ 2 จำนวน 110 คน และบริษัทที่ 3 จำนวน 85 คน

3.4 สุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random Number Table) ซึ่งนำรหัสพนักงานในตำแหน่งหัวหน้างานของแต่ละบริษัท มาเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก และสุ่มจนครบตามจำนวนที่กำหนด

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

4.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงานโดยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) และเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

4.2 แบบวัดพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัดพฤติกรรมดังนี้ 1) พฤติกรรมการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration: OE) 2) พฤติกรรมการสร้างความคิด (Idea Generation: IG) 3) พฤติกรรมการสนับสนุนความคิด (Idea Promotion: IP) และ 4) พฤติกรรมการประยุกต์ใช้จริง (Idea Implementation: II) จำนวน 4 ข้อ

4.3 แบบวัดการแบ่งปันความรู้ ประกอบด้วยตัวชี้วัดพฤติกรรมดังนี้ 1) การเรียนรู้จากภายในองค์กร (Internal Learning: IL) 2) การเรียนรู้จากภายนอกองค์กร (External Learning: EL) 3) รายชื่อผู้เชี่ยวชาญขององค์กร (List of Experts: LE) และ 4) ฐานความรู้ขององค์กร (Knowledge Database: KD) จำนวน 4 ข้อ

4.4 แบบวัดผู้นำ ประกอบด้วยตัวชี้วัดพฤติกรรมดังนี้ 1) ความมุ่งมั่น (Commitment: CM) 2) การเปิดกว้างในการรับฟังความคิดใหม่ (Open-Minded: OM) 3) การสร้างแรงบันดาล-ใจ (Inspiration: IS) และ 4) การเป็นแบบอย่าง (Role Model: RM) จำนวน 4 ข้อ

4.5 แบบวัดโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วยตัวชี้วัดพฤติกรรมดังนี้ 1) ความคล่องตัวขององค์กร (Organization Agility) 2) การทำงานแบบข้ามสายงาน (Cross-Functional) 3) หน่วยงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development Function) และ 4) หน่วยงานด้านนวัตกรรม (Innovation Agency) จำนวน 4 ข้อ

4.6 แบบวัดวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วยตัวชี้วัดพฤติกรรมดังนี้ 1) ค่านิยมด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork Values: TV) 2) ค่านิยมด้านนวัตกรรม (Innovation Values: IV) 3) การประยุกต์ใช้กับกิจกรรมขององค์กร (Application to Corporate Activities:

AC) และ 4) การเสริมแรงพฤติกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Behavior Reinforcement: CR) จำนวน 4 ข้อ

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามที่พัฒนามาจากแนวคิดและทฤษฎีของนักวิจัยและนักวิชาการหลายคน โดยใช้ วัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)โดยกำหนดเกณฑ์คะแนน 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด และ 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมาย ผู้วิจัยใช้คะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมาใช้ในการแปลความหมาย โดยกำหนดระดับความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรเป็น 5 ระดับ จากการคำนวณสูตรเพื่อหาความกว้างของชั้น ดังนี้ (Soonthonsmai, 2009) ได้เกณฑ์คะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ทั้งนี้ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ ได้นำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-object Congruence: IOC) พบว่า มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 หลังจากนั้นนำไปทำการทดสอบ (Try-Out) จำนวน 30 ชุดกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Siljaru, 2017) และหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ 0.80 เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Siljaru, 2017) ผลปรากฏว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 และรายด้านอยู่ระหว่าง 0.83-0.96

4.7 การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 8.00-17.00 น. ตามเวลาการทำงานของบริษัท โดยผู้วิจัยประสานงานกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพาเข้าพบกลุ่มตัวอย่างที่ได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างไว้ และเข้าพบกลุ่มตัวอย่าง นอกเวลาปฏิบัติงาน ช่วงพักรับประทานอาหารกลางวัน หรือภายหลังการฝึกอบรมภายในบริษัท ซึ่งผู้วิจัยแนะนำตัวและสร้างสัมพันธภาพกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการดำเนินการ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล และขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามโดยนัดวันมารับแบบสอบถามคืนประมาณ 1 สัปดาห์ ซึ่งได้แบบสอบถามครบทั้ง 300 ฉบับ คิดเป็น ร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่สำรวจ

4.8 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่องานวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน การแบ่งปันความรู้ ผู้นำ โครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี ใช้การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเป็นเพศหญิงจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.34 รองลงมา คือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และอายุ 40 ปีขึ้นไปจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 68.70 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และปริญญาโทจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 สำหรับอายุงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมาคือต่ำกว่า 3 ปีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 อายุงาน 4 - 6 ปีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 และอายุงาน 7 - 9 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

2. ระดับความเห็นเกี่ยวกับผู้นำ (LEAD) โครงสร้างองค์กร (ORST) วัฒนธรรมองค์กร (ORCT) การแบ่งปันความรู้ (KLSH) และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน (INWB)

2.1 พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี มีระดับความเห็นเกี่ยวกับผู้นำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89, SD = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ความมุ่งมั่น ($\overline{X}$ = 4.13, SD = 0.78) การเปิดกว้างในการรับฟังความคิดใหม่ ($\overline{X}$ = 3.91, SD = 0.78) การเป็นแบบอย่าง ($\overline{X}$ = 3.78, SD = 0.90) และ การสร้างแรงบันดาลใจ ($\overline{X}$ = 3.76, SD = 0.88) ตามลำดับ

2.2 พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี มีระดับความเห็นเกี่ยวกับโครงสร้างองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96, SD = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า หน่วยงานวิจัยและพัฒนามีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.21, SD = 0.78) หน่วยงานด้านนวัตกรรม ($\overline{X}$ = 4.17, SD = 0.81) การทำงานแบบข้ามสายงาน ($\overline{X}$ = 3.87, SD = 0.77) และ ความคล่องตัวขององค์กร ($\overline{X}$ = 3.58, SD = 0.85) ตามลำดับ

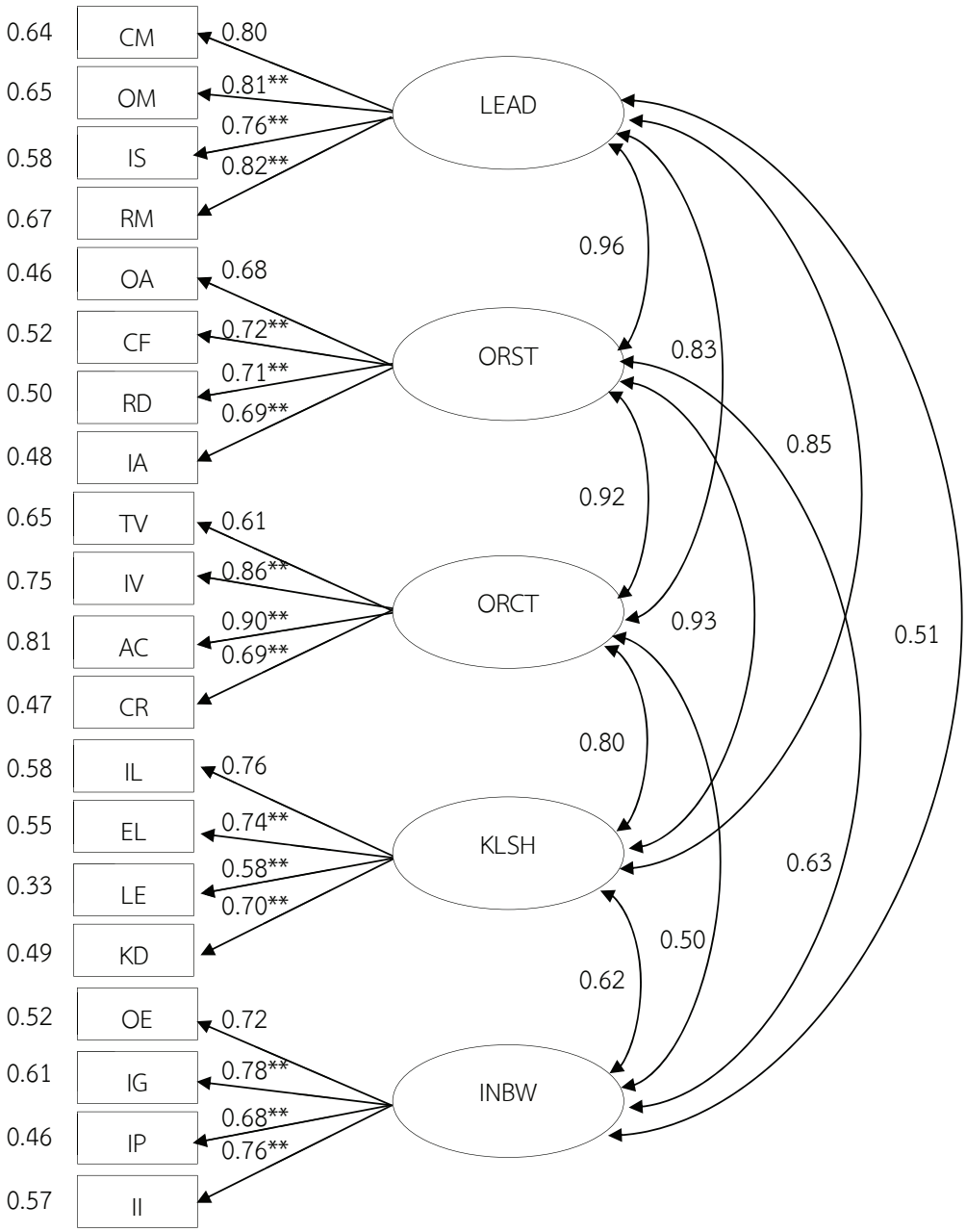
2.3 พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี มีระดับความเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.93, SD = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ค่านิยมด้านนวัตกรรม ($\overline{X}$ = 3.97, SD = 0.71) รองลงมาคือค่านิยมด้านการทำงานเป็นทีม ($\overline{X}$ = 3.95, SD = 0.88) การเสริมสร้างพฤติกรรมทางวัฒนธรรม ($\overline{X}$ = 3.94, SD = 0.85) และ การประยุกต์ใช้กับกิจกรรมขององค์กร ($\overline{X}$ = 3.87, SD = 0.78) ตามลำดับ

2.4 พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี มีระดับความเห็นเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.77, SD = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า การเรียนรู้จากภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.11, SD = 0.84) ฐานความรู้ขององค์กร ($\overline{X}$ = 4.02, SD = 0.79) การเรียนรู้จากภายนอกองค์กร ($\overline{X}$ = 3.69, SD = 1.03) และ รายชื่อผู้เชี่ยวชาญขององค์กร ($\overline{X}$ = 3.27, SD = 0.94) ตามลำดับ

2.5 พนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี มีระดับความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69, SD = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พฤติกรรมการสร้างความคิด ($\overline{X}$ = 3.96, SD = 0.65) รองลงมาคือ พฤติกรรมการแสวงหาโอกาส ($\overline{X}$ = 3.76, SD = 0.70) พฤติกรรมการประยุกต์ใช้จริง ($\overline{X}$ = 3.67, SD = 0.78) และพฤติกรรมการสนับสนุนความคิด ($\overline{X}$ = 3.35, SD = 0.76) ตามลำดับ

3. การพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์แบบจำสองตามสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการของ Mahalanobis Distance เพื่อตรวจสอบค่า Outlier ของข้อมูล ผลการตรวจสอบพบว่ามีข้อมูลจำนวน 18 ชุด เป็นข้อมูล Outlier ผู้วิจัยจึงตัดสินใจตัดข้อมูลดังกล่าวออกจำนวน 18 ชุด ทำให้เหลือข้อมูลจำนวน 282 ชุด เพื่อใช้ในการศึกษา และได้วิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติของตัวแปรด้วยค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ซึ่งต้องอยู่ในช่วง -2 ถึง +2 (West & Farr, 1989) ผลปรากฏว่าความเบ้มีค่าอยู่ในช่วง -0.61 ถึง 0.15 และค่าความโด่งอยู่ -0.71 ถึง 0.29 ซึ่งถือว่ามีการแจกแจงแบบปกติ และหาค่าความเชื่อมั่นโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha 0.80-0.89 ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (Hair et al., 2010) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) จากการวิเคราะห์ผลปรากฏว่าแต่ละตัวแปรที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกันมีน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ระหว่าง 0.71-0.91 ซึ่งตัวแปรทั้งหมดมีน้ำหนักปัจจัยไม่น้อยว่า 0.40 (Hair et al., 2010) แสดงว่าโครงสร้างมีความความเที่ยงตรง รวมถึงวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยมีน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ระหว่าง 0.61-0.90 ผลปรากฏดังภาพที่ 1

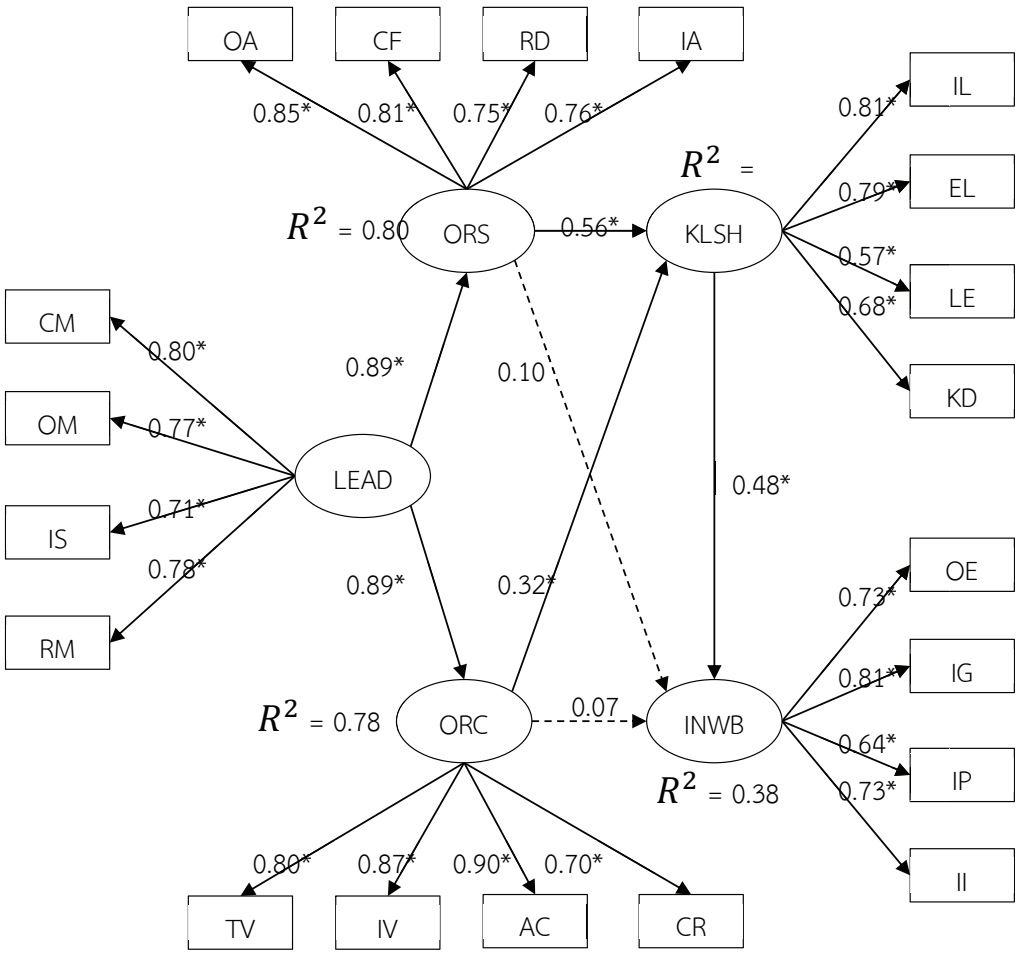


χ^2= 197.22 ; df = 145 ; χ^2/df = 1.36 ; p-value = 0.00 ;
CFI = 0.99 ; GFI = 0.93 ; AGFI = 0.91 ; RMSEA = 0.04 ; SRMR = 0.02

ภาพที่ 1 ตัวแปรแฝงในแบบจำลองพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน

เมื่อวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน พบว่า แบบจำลองพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2/df = 1.39; CFI = 0.99; GFI = 0.94; AGFI = 0.91; RMSEA = 0.04; SRMR = 0.02) ผลปรากฏดังภาพที่ 1 และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัย พบรายละเอียด ดังนี้

1. ลักษณะผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อลักษณะโครงสร้างองค์กร กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.89 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1
2. ลักษณะผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อวัฒนธรรมองค์กร กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.89 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2
3. ลักษณะโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3
4. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4
5. ลักษณะโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.10 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 5



χ^2/df = 1.39; CFI = 0.99; GFI = 0.94; AGFI = 0.91; RMSEA = 0.04; SRMR = 0.02

ภาพที่ 2 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน

6. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.07 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 6

7. การแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เท่ากับ 0.48 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 7

ทั้งนี้ความแปรปรวนของพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี ได้รับการอธิบายจากอิทธิพลของลักษณะผู้นำ ลักษณะโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร และการแบ่งปันความรู้ ร้อยละ 38 (R^2= 0.38)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะผู้นำมีอิทธิพลต่อลักษณะโครงสร้างองค์กรของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เมื่อศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผู้นำมีอำนาจในการกำหนด และออกแบบโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้เกิดการสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนพฤติกรรมที่สนับสนุนนวัตกรรมในองค์กรได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Mathisen, Einarsen & Mykletun (2012) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้นำที่สร้างสรรค์ในการส่งเสริมองค์กรที่สร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของผู้นำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบรรยากาศขององค์กร และความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร และยังพบว่า บรรยากาศขององค์กรเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของผู้นำและความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร

2. ลักษณะผู้นำมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร ของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ผู้นำมีผลต่อวัฒนธรรมองค์กร เนื่องจากผู้นำมีบทบาทสำคัญกำหนด และส่งเสริมค่านิยมร่วมที่ต้องการให้พนักงานแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อให้เอื้อต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ De Jong & Den Hartog (2007) ที่ศึกษาอิทธิพลของผู้นำที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน พบว่า พฤติกรรมของผู้นำที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ การเป็นต้นแบบ การกระตุ้นทางปัญญา การส่งเสริมการกระจายความรู้ การมีวิสัยทัศน์ และยังพบว่า ผู้นำมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในทางอ้อม โดยการสร้างบรรยากาศนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน

3. ลักษณะโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากรูปแบบโครงสร้างองค์กรเอื้อให้พนักงานจากหลากหลายหน่วยงานมาร่วมกันแก้ไขปัญหา มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Lee & Yu (2011) ที่ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ขององค์กรต่อระดับการแบ่งปันความรู้ พบว่า ลักษณะองค์กรที่พนักงานมีปฏิสัมพันธ์กันสูงระหว่างพนักงาน จะสามารถสร้างแหล่งความรู้ที่ดี

4. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นการสร้างค่านิยมร่วมกันระหว่างพนักงาน ทำให้ต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หาข้อตกลงร่วมกัน ในองค์กรสอดคล้องกับการศึกษาของ (Niyom, Satyarakwit & Imsombut, 2015) ได้ศึกษาเรื่องการแบ่งปันความรู้ขององค์การธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ขององค์การ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ การสร้างบรรยากาศเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงาน วัฒนธรรมการเรียนรู้ บทบาทของผู้บริหารในการส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ ความหลากหลายของเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ และสิ่งจูงใจเพื่อการแบ่งปันความรู้

5. ลักษณะโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากการกระจายอำนาจให้ผู้ปฏิบัติงานนำเสนอความคิดในการปรับปรุงงาน หรือการให้โอกาสผู้ปฏิบัติในหน้างานนำเสนอแนวคิดสู่ผู้บริหาร สามารถกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนางาน อีกทั้งการตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริม สร้างกิจกรรมปรับปรุงงานต่างๆ สามารถทำให้เกิดพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Daugherty, Chen & Ferrin (2011) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างองค์กรและนวัตกรรมการบริการโลจิสติกส์ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า โครงสร้างองค์กรรูปแบบการกระจายอำนาจ (Decentralization) และแบบทางการ (Formalization) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการโลจิสติกส์ขององค์กร

6. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากการหล่อหลอมให้พนักงานในองค์กรแสดงพฤติกรรมการทำงานที่คาดหวัง องค์กรจำเป็นต้องกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อกระตุ้นการแสดงออกของพนักงานผ่านทางกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านระบบการสื่อสารขององค์กร การกำหนดเป็นเงื่อนไขในการประเมินผลงาน เป็นต้น เพื่อให้พนักงานเข้าใจ และคำนึงถึงพฤติกรรมที่องค์กรคาดหวัง สอดคล้องกับการศึกษาของ Sharifirad & Ataei (2012) ซึ่งได้ศึกษาความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กรและนวัตกรรมในบริษัทรถยนต์ของอิหร่าน ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความมีส่วนร่วม การปรับตัว และการคำนึงถึงภารกิจ และเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้ เมื่อองค์กรสามารถสร้างวัฒนธรรมซึ่งเป็น ค่านิยมที่พนักงานในองค์กรยอมรับได้วัฒนธรรมนั้นก็จะกลายเป็นสิ่งที่คนในองค์กรยอมรับไปยึดถือ และปฏิบัติตาม

7. การแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี เนื่องจากพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานจำเป็นต้องขยายขอบเขตความคิดของตนเองออกไป การที่บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสเรียนรู้ การเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ การส่งพนักงานเข้าอบรมภายนอก การสร้างฐานความรู้เพื่อให้พนักงานสามารถแบ่งปันความรู้ รวมไปถึงการกำหนดรายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ให้ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อขอคำปรึกษา กระบวนการเหล่านี้ล้วนเป็นการ ส่งเสริมให้เกิดการค้นหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์ความคิดที่จะต่อยอดในการปรับปรุงงาน และนำความคิดที่ได้ไปทดลองปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริง สอดคล้องกับการศึกษาของ Han & Chen (2018) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการแบ่งปันความรู้กับประสิทธิภาพของนวัตกรรมในอุตสาหกรรม กรณีศึกษาประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่า การแบ่งปันความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพของนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ลักษณะผู้นำส่งผลกระทบต่อโครงสร้างองค์กรและวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งมีผลทางอ้อมต่อการแบ่งปันความรู้ และพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของพนักงานตามลำดับ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางการจัดการองค์กรเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า ลักษณะผู้นำมีผลต่อลักษณะโครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในองค์กรนวัตกรรม ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างองค์กร และการกำหนดวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นบรรทัดฐานพฤติกรรมร่วมของพนักงานในการมุ่งสู่การสร้างนวัตกรรมในทุกระดับ โดยด้านที่ลักษณะผู้นำที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมากที่สุด คือ ความมุ่งมั่น ทั้งนี้ผู้นำจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์ สื่อสารและติดตามแผนงานเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร

2. จากผลการศึกษาที่พบว่า โครงสร้างองค์กรมีผลต่อการแบ่งปันความรู้ และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในองค์กรนวัตกรรมนั้นโครงสร้างองค์กรมีส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของสมาชิกในองค์กร โดยด้านโครงสร้างองค์กรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมากที่สุด คือ ความคล่องตัวขององค์กร

โดยในองค์กรนวัตกรรมควรมีการออกแบบองค์กรให้มีความยืดหยุ่น และมีการกระจายอำนาจในการทำงานที่ไม่ได้มาจากศูนย์กลางเพียงอย่างเดียว เพื่อให้สามารถปรับตัว เปลี่ยนแปลงระบบการทำงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งภายใน และภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อการแบ่งปันความรู้ และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในองค์กรนวัตกรรมวัฒนธรรมองค์กรมีส่วนสำคัญในการหล่อหลอมในพนักงานในองค์กรเกิดค่านิยมร่วมกัน ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวทางปฏิบัติในองค์กร โดยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมากที่สุด คือ การประยุกต์ใช้กับกิจกรรมขององค์กร ซึ่งองค์กรควรออกแบบ และนำหลักการแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม มาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมภายในองค์กร เช่น กำหนดเป็นปัจจัยในการสรรหาและคัดเลือก กำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงาน กิจกรรมการปรับปรุงงานต่าง ๆ ตลอดจนกำหนดเป็นปัจจัยในการประเมินผลงานประจำปี เป็นต้น

4. จากผลการศึกษาที่พบว่า การแบ่งปันความรู้มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในองค์กรนวัตกรรม การแบ่งปันความรู้มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้พนักงานเกิดแนวคิดใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การบริการ รวมถึงกระบวนการในการทำงาน โดยด้านการแบ่งปันความรู้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมากที่สุด คือ การเรียนรู้จากภายในองค์กร ซึ่งองค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ในการทำงานภายในองค์กร เช่น การฝึกอบรมภายในการนำเสนอผลงาน การเข้าร่วมการประกวดผลการปรับปรุงงาน การถ่ายทอดความรู้ระหว่างหน่วยงาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในครั้งถัดไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้นำ โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร การแบ่งปันความรู้ แต่จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ได้แก่ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย บุคลากร เครือข่าย การสื่อสาร การให้รางวัลและการยอมรับ รวมไปถึงการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้นเพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงควรพิจารณาศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานด้วย

2. การศึกษาในครั้งนี้พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของผู้นำที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างองค์กร (0.89) และผู้นำที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร (0.89) มีค่าอยู่ในระดับสูงซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ายังมีปัจจัยอื่นที่มีอิทธิผลต่อโครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรม

องค์กร ดังนั้น จึงควรพิจารณาทบทวนวรรณกรรมเพื่อค้นหาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม และทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีครบถ้วนยิ่งขึ้น

Reference

Allen, K.R. (2011). **New venture creation**. 6th ed. Nashville: South-Western.

Andreeva, T. & Kianto, A. (2011). Knowledge processes, knowledge-intensity and innovation: a moderated mediation analysis. **Journal of Knowledge Management, 15**(6), 1016-1034.

Charoenwongsak, K. (2012). **The Clue of the thinker**. Bangkok: Success Media. (In Thai)

Cheung, M.F. & Wong , C.-S. (2011). Transformational leadership, leader support, and employee creativity. **Leadership & Organization Development Journal, 32**(7), 656-672

Costa, V. (2016). Key knowledge management processes for innovation: a systematic literature review. **Journal of Information and Knowledge Management Systems, 46**(3), 386-410.

Chumkesornkulkit, P. & Na Wichian, S. (2018). Innovative work behavior: concept, antecedents and challenges. **Journal of Behavioral Science for Development, 10**(1), 25-41. (In Thai)

Daugherty, P.J., Chen, H. & Ferrin, B.G. (2011). Organizational structure and logistics service innovation. **The International Journal of Logistics Management, 22**(1), 26-51.

Dechawattanapaisal, D. (2012). Personality type and creative thinking: A study of architectural design professionals. **Chulalongkorn Business Review, 34**(1), 89-106. (In Thai)

De Jong, J.P. & Den Hartog, D.N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. **European Journal of Innovation Management, 10**(1), 41-64.

Dyer, J.H., Gregersen, H. & Christensen, C.M. (2011). **The innovator's DNA: Mastering the five skills of disruptive innovators**. Massachusetts: Harvard Business Review.

Electrical and Electronic Institute. (2018). **Electrical and Electronic Institute**. Retrieved December 2, 2018, from http://www.thaieei.com/eiu/TableauPage.aspx?MenuID=35. (In Thai)

Hair et al. (2010). **Multivariate data analysis**. Harlow: Pearson Education.

Han, Y. & Chen, G. (2018). The relationship between knowledge sharing capability and innovation performance within industrial clusters: Evidence from China. **Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies, 11**(1), 32-48.

Hansen et al. (2002). **Creating a strategy to manage knowledge**. Massachusetts: Harvard Business Press.

Higgins, J.M. (1995). How effective innovative companies operate lessons from Japanese strategy. **Creativity and Innovation Management, 4**(2), 110-119.

Ikeda, K. & Marshall, A. (2016). How successful organizations drive innovation. **Strategy & Leadership, 44**(3), 9-19.

Kheng, Y.K., Mahmood, R. & Beris, S.J. (2013). A Conceptual review of innovative work behavior in knowledge intensive business services among knowledge workers in Malaysia. **International Journal of Business, Humanities and Technology, 3**(2), 91-99.

Kuczmarski, T.D. (2003). What is innovation? And why aren't companies doing more of it? **Journal of Consumer Marketing, 20**(6), 536-541.

Lee, H.-W. & Yu, C.-F. (2011). Effect of organizational relationship style on the level of knowledge sharing. **International Journal of Manpower, 32**(5/6), 677-686.

Limmanont, P. (2008). **Strategic business innovation management for change**. Bangkok: Pharinas. (In Thai)

Mathisen, G.E., Einarsen, S. & Mykletun, R. (2012). Creative leaders promote creative organizations. **International Journal of Manpower, 3**(2), 367-382.

Ministry of Commerce. (2020). **Export structure of Thailand**. Retrieved March 17, 2020, from http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&ImExType=1&Lang=Th (In Thai)

Niyom, P., Satyarakwit, S. & Imsombut, A. (2015). Knowledge sharing in large businesses in Thailand. **Suthiparithat, 26**(79), 63-90. (In Thai)

Numprasertchai, S. (2015). **Knowledge management**. Bangkok: Se-Ed. (In Thai)

Office of the Public Sector Develobment Commission and Thailand Productivity Institute. (2005). **Knowledge management: from theories to practice**. Bangkok: K. Pon (1996) Printing. (In Thai)

Pakdeelao, W. (2011)**. The study of characteristics of innovative organization : case studies from awarded organizations**. Bangkok: National Institute of Development Administration. (In Thai)

Phucharoen, W. (2007). **Sustainable and self-sufficient innovation**. Bangkok: Ariya Chon. (In Thai)

Sadangharn, P. (2016). Innovative in HR. **People Magazine, 36**(1), 72-75. (In Thai)

Saenz, J., Aramburu, N. & Blanco, C.E. (2012). Knowledge sharing and innovation in Spanish and Colombian high-tech firms. **Journal of Knowledge Management, 16**(6), 919-933.

Sharifirad, M.S. & Ataei, V. (2012). Organizational culture and innovation culture: exploring the relationships between constructs. **Leadership & Organization Development Journal, 33**(5), 494-517.

Silpjaru, T. (2017). **Statistical research and analysis with SPSS and AMOS**. 17th ed. Bangkok: Business R&D. (In Thai)

Sivapitak, S., Sriworawilai, N. & Na Ubon, A. (2011). Innovation management of business organization affecting employees'innovative work behavior. **BU Academic, 11**(1), 37-51. (In Thai)

Soonthonsmai, V. (2009). **Marketing research and marketing information systems**. Bangkok: Technology Promotion Association (Thailand-Japan). (In Thai)

Stamm, B.V. (2008). **Managing innovation, design and creativity**. New Jersey: Wiley.

Tuntrabundit, K. (2018). **Innovative and creative management**. Khon Kaen: Khon Kaen Printing. (In Thai)

Valencia, J.C., Valle, R.S. & Jimenez, D.J. (2010). Organizational culture as determinant of product innovation. **European Journal of Innovation Management, 13**(4), 466-480.

West, M. & Farr, J. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives. **Social Behavior, 4**(1), 15-30.

Wutthirong, P. (2016). **HR in the next decade**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)

Yotyingyong, K. (2009). **Innovative organization: concept and process**. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)

Zhou et al. (2018). Visionary leadership and employee creativity in China. **International Journal of Manpower, 39**(1), 93-105.