

ผลประกอบการธุรกิจก่อสร้างจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การจัดการบนฐาน
คุณค่า และความสามารถในการทำกำไร

Construction Business Performance from Creative Development Value-Based
Management and Profitability Assessment

สถาปนิก อัจจิมากุล¹
Sathapanik Ajjimakul
ระพีพรรณ พิริยะกุล
Rapepun Piriyakul
นภาพร ขันธนาภา
Napaporn Khantanapha

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ของปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี การประเมินความสามารถในการทำกำไร ความสามารถของธุรกิจ การปรับตัวของธุรกิจ และผลกำไรของธุรกิจ ของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย และ 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการนวัตกรรมในอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยจากการบริหารฐานคุณค่าต่อผลประกอบการธุรกิจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างได้แก่โดยการใช้ขนาดตัวอย่าง 200 บริษัทในกลุ่มก่อสร้างไทยขนาดเล็กและกลางในธุรกิจก่อสร้างที่ตั้งในเขตกรุงเทพฯ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงลบต่อทั้งปัจจัยการจัดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้นการจัดการเรื่องการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นประเด็นที่บริษัทเหล่านี้ต้องปรับปรุงด้วยการช่วยพัฒนาร่วมกันกับเครือข่ายธุรกิจเดียวกันเพื่อเป็นการลดต้นทุน และส่งเสริมการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการก่อสร้าง

คำสำคัญ: ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี ความสามารถในการทำกำไร ผลประกอบการของธุรกิจ

Abstract

The objectives of this article were to 1) study the perceived level of creative development factors, the ability to create value from technology, profitability assessment, business capability, business adjustment, and business profits of the Thai construction industry; and 2) to study the influence of factors of innovation management in the Thai construction industry from value-base management on business performance. The

¹ ผู้นิพนธ์ประสานงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ อีเมลล์ : a.sathapanik@hotmail.com

Corresponding Author, Graduate School of Business Administration, Southeast Asia University E-mail: a.sathapanik@hotmail.com

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Graduate School of Business Administration, Southeast Asia University.

วันที่รับบทความ (Received date): 11 สิงหาคม 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 6 พฤษภาคม 2022

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 10 มิถุนายน 2022

sample group was by using the sample size of 200 companies in the Thai small and medium construction group in the construction business located in Bangkok and using the Structural Equation (SEM) analysis.

The results showed that the factors of creativity development had a negative influence on both the management factors for the development of creativity. Acceptance of technology. Therefore, the management of creative development is an issue that these companies need to improve by helping to develop together with the same business network to reduce costs. and promote the use of creativity in construction.

Keywords: Creativity; Technology Value-Base; Profitability Assessment; Firm's Performance

บทนำ

กลุ่มธุรกิจของไทยที่เกี่ยวข้องกับการจ้างแรงงานนอกเหนือจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ก็คือกลุ่มอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง ประเมินการว่าในปี 2561 มีธุรกิจก่อสร้างที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในไทยทั้งหมด มีจำนวนประมาณ 80,000 ราย (DBD Annual Report, 2018) โดยธุรกิจก่อสร้างรายใหญ่ส่วนมาก เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ซึ่งกลุ่มนี้ถือว่ามีศักยภาพสูงในการแข่งขันทั้งด้านวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรม ซึ่งตรงข้ามกับกลุ่มบริษัทก่อสร้างขนาดเล็กและกลางซึ่งมีประมาณ 160,640 รายที่ยังดำเนินการอยู่ (DBD Annual Report, 2021) ซึ่งมีจำนวนแรงงานอยู่ไม่น้อยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากทั้งผู้ประกอบการและแรงงานในท้องถิ่น แต่ด้วยข้อจำกัดของเงินลงทุน ความรู้และการสร้างเครือข่าย จึงทำให้ปัจจัยที่สร้างความสามารถในการทำธุรกิจซึ่งเป็นหัวใจหลักของธุรกิจก่อสร้างเช่นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี (Technology Value-Based Ability) และ ด้านการประเมินความสามารถในการทำกำไร (Profitability Assessment) ขาดประสิทธิภาพ โดยที่ทั้ง 3 ปัจจัยต้องอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมและบูรณาการความสามารถในการบริหารธุรกิจเข้าช่วย ในด้านปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยีนั้นผู้บริหารมักมองว่าเป็นการลงทุนต้องใช้เงิน

จำนวนมากและอาจไม่คุ้มกับผลลัพธ์แต่ความเป็นจริงแล้วบริษัทสามารถสร้างหรือพัฒนาได้โดยใช้แนวคิดของ “นวัตกรรมแบบเปิด” (Open Innovation) (Adair, 2007) ที่มีอยู่อินเทอร์เน็ตซึ่งพนักงานสามารถสืบค้นและนำมาพัฒนาในการใช้งาน เพียงแต่ว่าบริษัทจะมีการส่งเสริมยอมรับและสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ดังกล่าวและนำไปกำหนดเป็นนโยบายหรือไม่ ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่า บริษัทอาจจะบริหารโดยการใช้ผู้รับช่วง (outsourc) ซึ่งถ้าสามารถบริหารได้ดีก็จะลดต้นทุนอันเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างความสามารถในการทำกำไร (Profitability Assessment) และนำไปสู่ผลประกอบการของธุรกิจสุดท้ายสุด

ปัญหาจากการแข่งขัน ภัยธรรมชาติและต้นทุนที่สูงขึ้นส่งผลต่อธุรกิจก่อสร้างขนาดเล็กและกลางด้วยข้อจำกัดที่กล่าวมาแล้วจึงนำมาสู่การวิจัยเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยเหตุอันประกอบด้วย การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี และการประเมินความสามารถในการทำกำไร เพื่อสร้างผลประกอบการทางธุรกิจ เพื่อนำองค์ความรู้ไปขับเคลื่อนให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับการรับรู้ของปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการ

สร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี การประเมินความสามารถในการทำกำไร ความสามารถของธุรกิจ การปรับตัวของธุรกิจ และผลกำไรของธุรกิจ(กลุ่มขนาดเล็กและกลาง) ของอุตสาหกรรมการก่อสร้างไทย

2. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการจัดการนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการก่อสร้างไทยจากการบริหารฐานคุณค่าต่อผลประกอบการธุรกิจ อันประกอบด้วยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี และการประเมินความสามารถในการทำกำไร ซึ่งมีอิทธิพลคั่นกลาง คือ ความสามารถของธุรกิจ และการปรับตัวของธุรกิจ อันนำไปสู่ผลกำไรของธุรกิจ

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี การประเมินความสามารถในการทำกำไร ความสามารถของธุรกิจ การยอมรับเทคโนโลยี และผลประกอบการของธุรกิจ

2. ประชากรตัวแทนระดับผู้จัดการขึ้นไป ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี ในอุตสาหกรรมการก่อสร้างไทย ของบริษัทขนาดเล็กและกลาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยให้สามารถแข่งขันในยุคเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างรวดเร็วได้อีกทั้งยังนำผลการวิจัยดังกล่าว มาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาต่อยอดคุณภาพการดำเนินธุรกิจปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การจัดการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของทุกฝ่ายร่วมกัน

2. ขยายผลการใช้ทฤษฎีของทฤษฎีบริหารเชิงสถานการณ์ (The Contingency Theory) ทฤษฎีการเอาตัวรอด (Survival-Based Theory)

ทฤษฎีทรัพยากรมนุษย์ (The Human Resource Based Theory) เพื่อพัฒนาต่อยอดทฤษฎีในสมัยปัจจุบัน ให้ทันสมัย เหมาะสมกับสภาวะเทคโนโลยีที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานของธุรกิจก่อสร้างเป็นระบบการดำเนินงานต้องอาศัยห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมก่อสร้างและอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก เริ่มจากอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ผู้รับเหมาก่อสร้าง ไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำอย่างบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งอุตสาหกรรมในภาคส่วนอื่นที่เกี่ยวข้อง (Timemedia, 2011) จากผลการสำรวจของบริษัทที่ปรึกษา McKinsey ในปี 2016 (Agarwal et al., 2016) พบว่า อุตสาหกรรมก่อสร้างทั่วโลกส่วนใหญ่ถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเกือบจะน้อยที่สุดเป็นรองก็เพียงอุตสาหกรรมเกษตรเท่านั้น โดยสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากต้นทุนของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีราคาสูง จากประเด็นดังกล่าวจึงส่งผลให้อุตสาหกรรมก่อสร้างของไทยยังเป็นลักษณะการเน้นการใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่มีทักษะและความรู้ในการทำงาน ผลที่ตามมาคือเกิดค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น การบริหารธุรกิจในอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยบนบริบทการแข่งขันสมัยใหม่ต้องอาศัยการแปลงกลยุทธ์ไปสู่ภาคปฏิบัติมีประเด็นที่สำคัญ 3 ประการ คือ การจุดความคิดใหม่ (Idea Generation) การสร้างฐานมูลค่าจากการใช้เทคโนโลยี (Technology Value Based Management) และ ปัจจัยการประเมินความสามารถในการทำกำไร (Profitability Assessment) ซึ่งจัดเป็นการบริหารทรัพยากรที่สำคัญ ในส่วนของทรัพยากรมนุษย์ในเรื่องการสร้างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เปิด

โอกาสให้พนักงานสามารถนำแนวคิดใหม่มาใช้ แต่ในขณะเดียวกันองค์กรก็ต้องยอมรับความเสี่ยง สร้างการมีส่วนร่วมรวมทั้งมีการเสริมอำนาจ (Empowerment) (Nimalathanan, 2009) ในส่วนของการสร้างฐานมูลค่าจากการใช้เทคโนโลยี ก็จะต้องมีความสามารถในการลงทุนทางเทคโนโลยีและใช้ได้อย่างคุ้มค่า งานศึกษาครั้งนี้เลือกปัจจัยบริหารมาศึกษา 3 ปัจจัยคือการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี และการประเมินความสามารถในการทำกำไร

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Developing Creativity) คือการส่งเสริมทั้งทางตรงทางอ้อมต่อพนักงานในองค์กรให้มีความคิดสร้างสรรค์ การมีความคิดเชิงสร้างสรรค์ในตัวของพนักงานในองค์กรคือทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง "นวัตกรรม" ขององค์กร (Gama & Parida, 2017) นวัตกรรมเป็นผลงานที่มาจากความสามารถของมนุษย์ในการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาเป็นผลผลิตใหม่ที่แตกต่างจากเดิม สร้างเป็นมูลค่า และคุณค่า ซึ่งผลผลิตนี้อาจจะผลผลิตของ นวัตกรรมสินค้า นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมการบริหาร หรืออาจอยู่ในรูปของ ศิลปะ หรือ วรรณกรรมที่มีคุณค่า แนวคิดในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของ Gama and Parida (2017) การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมในรูปแบบที่แตกต่างขึ้นยังขึ้นอยู่กับภารกิจของกลยุทธ์ของธุรกิจด้วยเช่นกัน จากแนวคิดการแบบทั่วไปของ Porter (1980) ที่แบ่งกลยุทธ์ของธุรกิจออกเป็น 3 แบบ คือ (1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost-Leadership) ด้วยการใช้ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง เช่น การใช้เรื่อง ความสามารถในการผลิตและขายจำนวนมาก (2) กลยุทธ์การ

สร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นการสร้างให้เกิด ความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในรูปแบบที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้ ทำให้ไม่ต้องห่วงเรื่องการแข่งทางด้านทุนมากนัก เช่นบริษัท SCG ที่สร้างที่อยู่อาศัยที่เน้นสิ่งแวดล้อม และ (3) กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) เป็นการตลาดโดยมุ่งตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มในจำนวนจำกัดในมิติต่างๆ

ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี (Technology Value-Based Ability) หมายถึง การแสดงออกถึงทักษะการมีความรู้ขององค์กรในการบริหารการใช้ทรัพยากรด้านเทคโนโลยีทั้งในส่วนที่จับต้องได้ และส่วนที่จับต้องไม่ได้ เช่น ทรัพยากรความรู้ที่จัดเก็บในคลังความรู้ หรือความเชี่ยวชาญของธุรกิจที่แสดงออกมาเป็นมูลค่าทางการเงินและคุณค่าชื่อเสียงขององค์กร (Gama & Parida, 2017) ความสามารถที่กล่าวมานี้เกิดจากการใช้กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีที่เหมาะสม และการนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปใช้ได้ชาญฉลาดโดยบุคลากรในองค์กรในทุกระดับงาน สามารถสร้างผลลัพธ์เป็นผลิตภาพอันมีองค์ประกอบคือการลดต้นทุนสร้างมูลค่าในทุก ๆ ขั้นตอนของการผลิตโดยใช้เทคโนโลยี และท้ายสุดคือสินค้าที่เป็นสิ่งก่อสร้างที่มีความแตกต่างตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภค

การประเมินความสามารถในการทำกำไร (Profitability Assessment) หมายถึง การวัดระดับความสามารถในการบริหารธุรกิจที่ทำให้ได้รับผลตอบแทนทางการเงินในรูปแบบของรายได้กำไร หรือกำไรสุทธิโดยพิจารณาจากการใช้ทรัพยากรเพื่อให้ได้ผลตอบแทนทางการเงิน ในรูปแบบที่เป็นอัตราส่วนระหว่างผลตอบแทนกับต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ไปในการทำธุรกิจหรือทำ

โครงการ การประเมินอาจจะประเมินจากงบดุล หรือสินทรัพย์ขององค์กร ส่วนในด้านของผู้ถือหุ้น (Kale et al., 2000) ความเห็นของ Raza et al. (2011) อธิบายว่าอัตราส่วนของความสามารถในการทำกำไรที่มีค่าสูงแสดงถึงศักยภาพของบริษัทในการจัดการทรัพยากรและความสามารถในการแข่งขัน องค์ประกอบของความสามารถในการทำกำไรประกอบด้วย ความสามารถด้านการวางแผนทางการเงิน การหาเงินทุน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การเพิ่มมูลค่าให้สินค้า และการลดต้นทุน (Raduan et al., 2009)

ในส่วนของปัจจัยคั่นกลางซึ่งเป็นจาการขับเคลื่อนของปัจจัยบริหารทั้ง 3 ที่กล่าวมาแล้ว กับผลลัพธ์สุดท้ายคือ ความสามารถของธุรกิจ (Firm's Ability) การยอมรับเทคโนโลยี (Technology's Adoptability) และผลประกอบการของธุรกิจ (Firm's Performance)

ความสามารถของธุรกิจ (Firm's Ability) คือปริมาณของสิ่งที่องค์กรนั้นๆ มีอยู่ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญพิเศษ ที่นำไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ และยังสามารถนำมาสร้างประโยชน์ ผลประกอบการให้แก่ธุรกิจด้วย (Siddiqi & Qureshi, 2016) ส่วนผลการศึกษาของ Chaudhary et al. (2011) พบว่าความสามารถของธุรกิจมักมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เกิดจากการสั่งสมจากการทำธุรกิจ ซึ่งยังรวมไปถึงความสามารถของพนักงาน ที่ได้รับจากการถ่ายทอดจากองค์กรทั้งทางตรงหรือทางอ้อม รวมทั้งความสามารถในการหาความรู้ได้ด้วยตนเอง ในส่วนขององค์กรเองก็ต้องมุ่งมั่นที่จะลงทุนและมีการนำเทคโนโลยีไปใช้ มาปรับใช้ให้เหมาะสม

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology's Adoptability) หมายถึง การเห็นข้อดีของเทคโนโลยี ในส่วนที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับ

ธุรกิจทั้งในส่วนของการลดต้นทุน และการแข่งขัน ทั้งในระดับองค์กรและระดับพนักงานในการส่งเสริมให้ ความรู้ และเพิ่มทักษะในการใช้งาน การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ต้องเกิดจากทุกภาคส่วนในองค์กร ในส่วนของระดับพนักงานการการยอมรับเทคโนโลยีย่อมหมายถึงการยอมรับการเปลี่ยนแปลง การหาความรู้เพิ่มจากการใช้ รวมทั้งการได้ฝึกปฏิบัติ การยอมรับเทคโนโลยีในระดับพนักงานต้องอาศัย แรงกระตุ้นทางด้านจิตใจ การที่ทัศนคติเชิงบวก การคาดหวังสิ่งที่จะได้รับจากการเปลี่ยนแปลง และการสร้างพฤติกรรมในเชิงรุก (Foster, 1973)

ผลประกอบการของธุรกิจ (Firm's Performance) เป็นคุณลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของ ผู้บริหารในการบริหารงานส่วนใหญ่มีวัดผลการดำเนินงานทางบัญชี ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Siddiqi & Qureshi, 2016) ส่วนในบริบทของการใช้ Balanced Scorecard ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันที่จะทำให้ผู้บริหารระดับสูงเห็นถึงภาพรวมของธุรกิจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงภาพรวมขององค์กรอย่างสมดุล ซึ่งนอกจากการวัดผลในด้านการเงินแล้ว ต้องมีการวัดผลด้านกระบวนการบริหารงาน การสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างเป้าหมายสำหรับองค์กรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (Raduan et al., 2009)

ในส่วน ของ ผลงาน วิจัย ในอดีตที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของแต่ละปัจจัยที่ศึกษาอันนำมาสู่การสังเคราะห์กรอบแนวคิดและตั้งสมมติฐานในการทดสอบประกอบด้วย

(1) งาน วิจัย เชิง คุณ ภาพ ของ Biedenbacha and Müllerab (2012) จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท จำนวน 18 คน ร่วมกับการใช้แบบสอบถามกับตัวแทนบริษัท จำนวน 80

ตัวอย่าง ความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สนับสนุนหลักที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีเชิงนวัตกรรม และสนับสนุนด้วยงานของ Klimczuk-Kochańska (2017) และ Chang et al. (2016) จากผลการศึกษาได้ว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีเชิงนวัตกรรม และยังนำไปสู่ผลประกอบการขององค์กรในมิติของผลิตภาพที่สูงขึ้น ในส่วนผลงานศึกษาของ Adair (2007) และ Siddiqi and Qureshi (2016) และ Gama and Parida (2017) ที่รายงานข้อค้นพบว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์จะมีอิทธิพลเชิงบวก แต่จะให้ผลตรงข้ามถ้าองค์กรไม่สนับสนุนทรัพยากร รวมทั้งบทบาทของผู้นำก็ไม่สนับสนุนในการนำไปสู่ภาคปฏิบัติทำให้เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างสูญเปล่าและกลายเป็นอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจ และความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี ในมุมมองของพนักงาน ดังนั้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์จะมีผลเป็นบวกหรือลบต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างเข้าร่วม เช่นนโยบายขององค์กร การสนับสนุนจาก

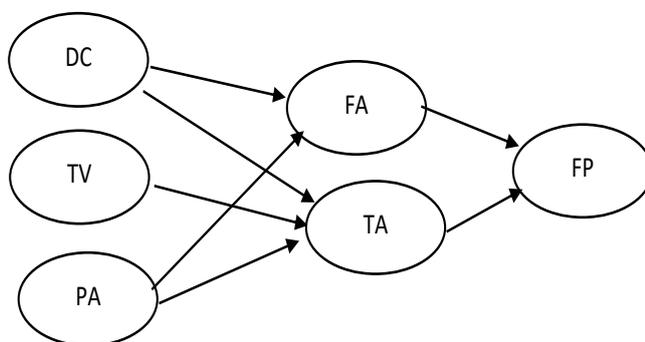
องค์กร ลักษณะของการทำธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมอื่นร่วมด้วย

(2) งานศึกษาของ Hasgall and Ahituv (2018) ในการศึกษากลุ่มพนักงานและผู้บริหาร และได้ผลว่า ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยีจะสร้างผลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี

(3) งานของ Raza et al. (2011) และ Chaudhary and Sharma (2011) ที่รายงานผลศึกษาว่าการประเมินความสามารถในการทำกำไรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถธุรกิจ และการยอมรับเทคโนโลยีเชิงนวัตกรรม

(4) งานวิจัยที่สนับสนุน ความสามารถของธุรกิจ และการยอมรับเทคโนโลยีว่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจ ประกอบด้วยงานศึกษาของ Siddiqi and Qureshi (2016). ในมิติการปรับตัวขององค์กร โดยใช้ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (The Contingency Theory) ทฤษฎีเอาตัวรอด (Survival-Based Theory) และทฤษฎีทรัพยากรมนุษย์ (The Human Resource Based Theory) สนับสนุน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุตามตัวแบบใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้บริหารอุตสาหกรรมก่อสร้างขนาดเล็กและกลางในเขตกรุงเทพมหานคร การกำหนดขนาดตัวอย่างอาศัยจากการคำนวณขนาดตัวอย่างขั้นต่ำในการทดสอบสมการโครงสร้าง แบบที่ (1) ของ Westland (2010) โดยใช้สูตรการคำนวณหาค่า n ดังนี้ $n \geq 50 * \left(\frac{j}{k}\right)^2 - 450 * \left(\frac{j}{k}\right) + 1100$ โดย j หมายถึง จำนวนตัวแปรเชิงประจักษ์ และ k หมายถึงจำนวน Latent Variable งานวิจัยนี้กำหนด ตัวแปร Latent Variable 6 ตัว และตัวแปรเชิงประจักษ์ 36 ตัว ผลการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง n ขั้นต่ำคือ 200 ตัวอย่าง แผนการสุ่มตัวอย่างใช้แบบเชิงชั้นภูมิอย่างง่าย (Stratified Simple Random Sampling) จากผู้บริหารของธุรกิจก่อสร้างไทยขนาดเล็ก และกลาง ที่ตั้งในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือแบบสอบถามที่สร้างมาจากการทบทวนวรรณกรรมและใช้มาตรวัดแบบ 5 ระดับที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ตามเกณฑ์ และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงมาตร

วัด ด้วยการใช้ Cronbach's Alpha ที่ค่าตั้งแต่ 0.784 - 0.816 ซึ่ง สูงกว่าค่ามาตรฐาน 0.70 แสดงว่าความเหมาะสมของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด

ผลการวิจัย

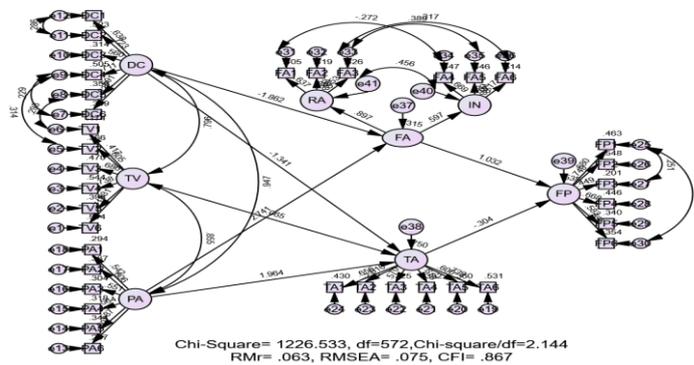
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละประมาณ 55 อายุอยู่ในช่วง 30-35 ปี คิดเป็นร้อยละประมาณ 34 โดยร้อยละ 34.47 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ในส่วนข้อมูลลักษณะของบริษัทพบว่ากลุ่มตัวอย่างทำงานในบริษัทที่มีรูปแบบการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.49 ระยะเวลาในการทำธุรกิจ 11 – 20 ปี มีจำนวนร้อยละ 27.18 รองลงมาปริมาณใกล้เคียงกันคืออายุ 5 – 10 ปี จำนวนร้อยละ 25.73 จำนวนพนักงานในบริษัทที่มีจำนวนมากสุดคือ 50 – 100 คนคิดเป็นร้อยละ 29.61 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของธุรกิจมีค่าประมาณ 5,000,001 – 10,000,000 บาท มีค่าร้อยละ 27.18 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน มากกว่า 15,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.27 ส่วนค่าสถิติของปัจจัยที่ศึกษาปรากฏดังตาราง 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสถิติของปัจจัยต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	สัมประสิทธิ์ความผันแปร CV	ระดับ
การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (DC)	3.59	1.00	0.28	มาก
ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี (TA)	3.58	0.96	0.27	มาก
การประเมินความสามารถในการทำกำไร (PA)	3.44	0.94	0.27	ปานกลาง
ความสามารถของธุรกิจ (FB)	3.57	0.96	0.27	มาก
การยอมรับเทคโนโลยี (TA)	3.76	0.91	0.24	มาก
ผลประกอบการของธุรกิจ (FP)	3.63	0.92	0.25	มาก

ผลจากตารางที่ 1 ปัจจัยบริหาร ประกอบด้วย การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี และการประเมินความสามารถในการทำกำไร พบว่ามีค่าเฉลี่ยและค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปร มีค่าใกล้เคียงกัน (น้อยกว่า 0.30) ยอมรับว่า ใช้ได้ในการวิเคราะห์ โดยมีค่าปัจจัย การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าปัจจัยอื่นเล็กน้อยในกลุ่มของปัจจัยเหตุ ในส่วนของตัวปัจจัย คั่นกลางพบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ารวมทั้งค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปร ต่ำกว่าปัจจัยความสามารถของธุรกิจ ส่วนผลประกอบการของธุรกิจมีการประเมินเกิน 3.63

ในส่วนของ การทดสอบสมมติฐาน และ สถิติที่เกี่ยวข้องในการทดสอบเชิงยืนยันในตัว



ภาพที่ 2 ตัวแบบที่ปรับความกลมกลืนให้เหมาะกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์	t-test	p-value	สรุปผลเทียบกับสมมติฐาน	ผล
DC-> FA	-1.209**	-2.623	0.009	ไม่สนับสนุน	DC มีอิทธิพลเชิงลบต่อ FA
DC -> TA	-1.521**	-3.123	0.002	ไม่สนับสนุน	DC มีอิทธิพลเชิงลบต่อ TA
TV -> TA	0.063	0.418	0.676	ไม่สนับสนุน	TV ไม่มีอิทธิพลต่อ TA
PA -> TA	2.561***	3.993	0.000	สนับสนุน	PA มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ TA
PA -> FA	2.048***	3.440	0.000	สนับสนุน	PA มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ FA
FA -> FP	1.753**	2.879	0.004	สนับสนุน	FA มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ FP
TA -> FP	-0.296	-0.869	0.385	ไม่สนับสนุน	TA ไม่มีอิทธิพลต่อ FP

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

แบบด้วยเทคนิค Covariance Based ผลการวิเคราะห์แบ่งการวิเคราะห์เป็นข้อๆดังนี้

(1) แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (CFA) ในการแบ่งตัวแปรในปัจจัยพบว่าดัชนีความกลมกลืน $\text{Chi Square}/df = 2.348$ $\text{RMR} = 0.045$ $\text{RMSEA} = 0.061$ $\text{CFI} = 0.853$ $\text{GFI} = 0.863$ และ $\text{NFI} = 0.897$ อยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยทุกตัวแปรเชิงประจักษ์ทุกตัวมีค่าน้ำหนักปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่า การวิเคราะห์ปัจจัยมีความเหมาะสม

(2) ผลการวิเคราะห์ตัวแบบโดยใช้ Covariance Based SEM ด้วยการปรับตัวแบบเพื่อ

(3) ความกลมกลืน

จากตารางที่ 2 สรุปผลได้ดังนี้ 1) ปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (DC) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจ (FA) 2) ปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (DC) มีอิทธิพลเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TA) 3) ปัจจัยการประเมินความสามารถในการทำกำไร (PA) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TA) 4) ปัจจัย การประเมินความสามารถในการทำกำไร (PA) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจ (FA) และ

5) ปัจจัย ความสามารถของธุรกิจ (FA) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจ (FP) ผลการปรับตัวแบบมีดัชนีความกลมกลืน ดังนี้ $\chi^2 / df = 2.144$, RMSEAR = 0.075, CFI = 0.867 AGFI = 0.823 และ RMR = 0.063 ผลการทดสอบในตัวแบบโดยใช้ค่ามาตรฐานความกลมกลืน ตามมาตรฐานของ Wheaton et al. (1977) ดังนั้นผลการวิเคราะห์ตัวแบบกรอบแนวคิด ถือว่าความเหมาะสมอยู่เกณฑ์รับได้

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมและอิทธิพลรวม (คิดจากค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน)

	R^2	DC	TV	PA	FA	TA
FP	0.535	NA	NA	NA	1.032	-0.304
DE						
IE		-1.514**	-0.019	2.233***	NA	NA
TE		-1.514**	-0.019	2.233***	1.032	-0.304
FA	0.998	-1.862**	NA	2.408***	NA	NA
DE						
IE		NA	NA	NA	NA	NA
TE		-1.862**	NA	2.408***	NA	NA
TA	0.750	-1.341***	0.065	1.964***	NA	NA
DE						
IE		NA	NA	NA	NA	NA
TE		-1.341***	0.065	1.964***	NA	NA

สรุปผล ปัจจัย PA มีอิทธิพลรวมต่อ FP ขนาดสูงสุด คือ 2.233 ซึ่งสูงกว่า DC และ TV ซึ่งมีอิทธิพลเชิงลบต่อ FA โดย PA มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยคั่นกลางทั้ง FA และ TA ขนาด 2.408 และ 1.964 ตามลำดับ

ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของปัจจัย FP, FA และ TA มีค่า 0.535, 0.998 และ 0.750 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ระดับมากที่สุด และระดับมาก (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่า 0-1 โดยมีเกณฑ์ประเมินดังนี้ 0-0.19 ต่ำ

มาก (Very Weak), 0.2-0.39 ต่ำ (Weak), 0.40-0.59 ระดับปานกลาง (Moderate), 0.6-0.79 ระดับมาก (strong) และ 0.8-1 ระดับมากที่สุด (Very Strong)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาในส่วนของระดับปัจจัยที่ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจก่อสร้าง ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี

และการประเมินความสามารถในการทำกำไร เพื่อสร้างผลประกอบการ นั้น ผลจากการวัดเชิงปริมาณ ทั้ง 3 ปัจจัยอยู่ในระดับใกล้เคียงคือ ประมาณ 3.5 แต่เมื่อนำผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ พบว่าน้ำหนักของ ความสำคัญคือ ปัจจัย การประเมินความสามารถในการทำกำไร นั้นเป็นสิ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะตัวอย่างในกลุ่มธุรกิจก่อสร้างที่ศึกษานั้นมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 15 ล้านบาท ถึงร้อยละ ประมาณ 75 ซึ่งจัดว่ารายได้ต่ำ การทำธุรกิจจึงเน้นไปที่การลดต้นทุน ด้วยการบริหารแรงงานที่มีประสิทธิภาพ การบริหารธุรกิจมักจะใช้รูปแบบการก่อสร้างเดิมที่เคยปฏิบัติเพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยง รวมทั้งการยังคงใช้เทคโนโลยีใหม่แบบเดิม ใน ส่วนของปัจจัยคั่นกลางของ ตัวแบบอันประกอบด้วย ความสามารถของธุรกิจ (Firm's ability) และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ความสามารถของธุรกิจที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในสองส่วนคือการลงทุนทรัพยากรที่จับต้องได้เพื่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากกว่าที่จะลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป

ผลการทดสอบตามสมมติฐานได้ว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (DC) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจ และความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี (TA) รวมถึงการมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลประกอบการ ซึ่งได้ผลไม่ตรงกับงานในอดีตของ Adair (2007) ที่มีข้อค้นพบว่าการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรร่วมกับการใช้เทคโนโลยีใหม่จะส่งผลต่อการนำไปสู่นวัตกรรมก่อสร้างเพื่อสร้างผลประกอบการทางธุรกิจ โดยต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรและผู้บริหารที่มีภาวะเป็นผู้นำแบบปรับเปลี่ยน (Transformation Leadership) ซึ่งผลการศึกษา

ครั้งนี้เห็นได้ว่าธุรกิจกลุ่มก่อสร้างขนาดเล็กนั้น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรมทางด้านองค์กรและภาวะผู้นำนั้นยังไม่ตอบสนอง จึงส่งผลให้เกิดผลเชิงลบ ทั้งนี้โดยอาศัยการสนับสนุนงานศึกษาของ Siddiqi and Qureshi (2016) และ Gama and Parida (2017) ในธุรกิจบริการที่รายงานข้อค้นพบว่าการพัฒนาพนักงานในด้านความคิดสร้างสรรค์จะนำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถของธุรกิจ ทั้งด้านการผลิต และการตลาด ก็ต่อเมื่อองค์กรมีการสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นถ้าพนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ไม่ได้รับการสนองจากองค์กรย่อมส่งผลเชิงลบ การนำผลการศึกษาทางธุรกิจอื่นมาเทียบกับผลงานศึกษาในงานนี้จะเห็นลักษณะความแตกต่างและข้อจำกัดในธุรกิจรับจ้างก่อสร้างที่เป็นการสร้างตามความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ซึ่งมีข้อจำกัดในด้านงบประมาณและเวลา นอกจากนี้ผลที่ได้ยังไม่สนับสนุนอิทธิพลเชิงบวกของความคิดสร้างสรรค์และการยอมรับเทคโนโลยีเชิงนวัตกรรม ดังเช่นงานของ Biedenbach and Müllerab (2012) ในโครงการวิจัยการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ และงานของ Klimczuk-Kochańska (2017) ในการศึกษาธุรกิจผลิตอาหาร ที่มีข้อค้นพบว่า ความสามารถในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สนับสนุนหลักที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีเชิงนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ก็ด้วยเหตุผลคือความแตกต่างของธุรกิจเช่นเดียวกัน จากผลการศึกษาในงานนี้เป็นไปได้ว่าการมีเพียงแต่ความคิดสร้างสรรค์ แต่ขาดการสนับสนุนจากปัจจัยเกื้อหนุนขององค์กร เช่น ขาดการเสริมอำนาจ (empower) ขาดวัฒนธรรมองค์กรแบบแบ่งปันความรู้ และภาวะผู้นำเป็น

แบบแลกเปลี่ยน ดังนั้นเมื่อขาดองค์ประกอบเหล่านี้ การสร้างความคิดสร้างสรรค์ก็จะสูญเสียไปไม่ส่งผลต่อปัจจัยความสามารถของธุรกิจ รวมทั้งการเพิ่มผลประกอบการ และอาจให้ผลตรงข้ามในเชิงลบ

ผลการวิเคราะห์ที่พบว่า การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (DC) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจ (FA) โดยอาศัยงานศึกษาของ Nickerson (1999) ที่อธิบายว่าบุคคลย่อมมีความคิดสร้างสรรค์และมีความคิดอย่างมีวิจักษณ์ญาณพร้อมๆกันไปด้วย ซึ่งความคิดทั้งสองส่วนนี้เปรียบเสมือนเหรียญสองด้าน ถ้าบุคคลใดมีความสร้างสรรค์สูงก็จะมีความคิดอย่างมีวิจักษณ์ญาณสูงเช่นเดียวกันด้วย โดยความคิดในด้านการมีวิจักษณ์ญาณก็จะใช้ในการตรวจสอบว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นสามารถนำไปปฏิบัติจริงและได้รับการยอมรับจากผู้อื่นหรือไม่ เมื่อไรที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ก็จะเกิดการประเมินความคิดนั้นไปพร้อมกันด้วย อย่างต่อเนื่องภายในบริบทของกิจกรรมสร้างสรรค์ใด ๆ (Nickerson, 1999, p. 399) ความคิดสร้างสรรค์ในระดับบุคคลถ้าได้รับการตอบสนองและนำไปสู่ภาคปฏิบัติภายในองค์กรก็จะกลายเป็นนวัตกรรม นอกจากนี้งานศึกษาเรื่องการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์วรรณกรรมพฤติกรรมองค์กรตั้งข้อสังเกตว่าความคิดสร้างสรรค์ ต้องเกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงระหว่างความพยายามของแต่ละบุคคลและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม (Kale, Singh and Perlmutter, 2000) โดยข้อจำกัดของสิ่งแวดล้อมในองค์กร เช่น บรรยากาศขององค์กร ภาวะของผู้นำ และการเสริมอำนาจ ที่ไม่ตอบสนองต่อการนำความคิดสร้างสรรค์ไปพัฒนาให้เป็นรูปธรรมก็ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร เปรียบเสมือนการลงทุนที่สูญเปล่าและกลายเป็นมีอิทธิพลเชิงลบ

ดังนั้นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวโดยไม่ปรับเปลี่ยนและกำหนดบทบาทขององค์กรในความร่วมมือแบบเครือข่ายในทุกภาคส่วน เพื่อให้ตอบรับกับส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์จึงส่งผลเชิงลบต่อการใช้ทรัพยากรขององค์กร (Björk and Magnusson, 2009) ในงานศึกษาของ Baucus et al. (2008) อธิบายว่าสภาพแวดล้อมขององค์กรที่แสดงถึงการสนับสนุนการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการสร้างนวัตกรรม จะนำไปสู่ผลประโยชน์ของธุรกิจ นอกเหนือจากนี้การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ยังต้องอาศัยวัฒนธรรมการแบ่งปันความรู้ การสร้างความร่วมมือการทำงานเป็นทีม และที่สำคัญคือต้องอาศัยภาวะผู้นำแบบปรับเปลี่ยน (transformational leadership) การขาดปัจจัยเกื้อหนุนดังกล่าวจึงทำให้การลงทุนในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ไม่ส่งผลหรือส่งผลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจได้ซึ่งสนับสนุนงานศึกษาของ Aldridge and Audretsch, (2010) ในมิติทางเศรษฐศาสตร์การลงทุนทางด้านนวัตกรรมที่กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญในส่วนของจัดการความรู้ การสร้างร่วมมือ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ดังผลการศึกษาในงานนี้ที่พบว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (DC) นอกจากจะไม่มีผลเชิงบวกต่อความสามารถของธุรกิจแล้วกลับยังมี อิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจ อาจจะเป็นเพราะธุรกิจในกลุ่มตัวอย่างยังมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วนในการผลักดันให้ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในระดับบุคคลกลายเป็นองค์กรรวมนำไปสู่ภาคปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมดังที่อธิบายไว้ในงานศึกษาของ Aldridge and Audretsch (2010)

นอกจากนี้ปัจจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ยังส่งผลเชิงลบต่อความสามารถใน

การสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี (TA) ในระดับนัยสำคัญก็แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และทิศทางของการใช้เทคโนโลยียังไปคนละทิศทางซึ่งสนับสนุนผลงานวิจัยของ Nebojša, Iraj and Zoran (2018) ที่ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างธุรกิจการผลิตและบริการในประเทศจีนเรื่องการลงทุนด้านการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมและผลการวิจัยพบว่าการลงทุนในการใช้ทักษะความสามารถของบุคลากรทางด้านศิลปะ ด้านการออกแบบ และสื่อสาร ส่งผลเชิงลบต่อการใช้จ่ายด้านนวัตกรรมในขณะที่การลงทุนทางด้านสร้างทักษะทางด้านคณิตศาสตร์ และคอมพิวเตอร์มีอิทธิพลเชิงบวก ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการลงทุนการสร้างความคิดสร้างสรรค์ในบางด้านที่ไม่สนับสนุนต่อลักษณะธุรกิจรวมถึงการนำไปใช้เทคโนโลยีสนับสนุนส่งผลให้การลงทุนไม่ส่งเสริมไปในทิศทางเดียวกัน

เนื่องจากการศึกษาในงานนี้ใช้กลุ่มธุรกิจก่อสร้างซึ่งเน้นไปการก่อสร้างตามความต้องการของลูกค้า โดยยึดหลักการลดต้นทุน ดังนั้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในระดับบุคคลของพนักงานในองค์กรจะเป็นเพียงการจัดการให้โครงการสำเร็จตามระยะเวลาและค่าใช้จ่ายที่กำหนดเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนเรื่องเทคโนโลยีมักจะมีมาจากผลกระทบจากปัจจัยทางด้านค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงานมากกว่าจะมาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์จากพนักงานในองค์กรซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย Loof et al. (2006) ซึ่งค้นพบว่าการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนธุรกิจบริการส่งผลเชิงบวกต่อผลประกอบการทางธุรกิจ โดยผ่านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่นธุรกิจบริการทางการเงิน นอกจากนี้ในส่วนของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในระดับ

บุคคลก็ยังคงมีความคลุมเครือในการตีความซึ่งยากในการบริหาร

ในส่วน ของ ปัจจัย การ ประเมิน ความสามารถในการทำกำไร (PA) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถของธุรกิจ และ (FA) ความสามารถในการสร้างมูลค่าจากเทคโนโลยี (TA) รวมถึงการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการ (FP) นั้นนอกจากอาศัยผลการทดสอบสมมติฐานแล้วยังสนับสนุนด้วยบทสรุปจากการสัมภาษณ์ถึงประเด็นที่เน้นในการบริหารธุรกิจ รวมถึงงานศึกษาของ Chaudhary and Sharma (2011) ที่ศึกษาธุรกิจธนาคารที่ลดต้นทุนเพื่อสร้างความสามารถในการทำกำไร ถือว่าเป็นการบริหารทรัพยากรองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยังสนับสนุนผลการศึกษาของ Nimalathan (2009) ที่อธิบายว่ากำไรเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจซึ่งต้องอาศัยความสามารถในการทำกำไร นอกจากนี้ในรายงานของ SINGCHAI INDUSTRY COMPANY LIMITED (2019) ในอุตสาหกรรม การก่อสร้างไทย ที่รายงานผลการศึกษาว่า การเงินเป็นส่วนสำคัญขององค์กรธุรกิจ โดยจะต้องรักษาปริมาณเงินให้เพียงพอเพื่อให้การดำเนินธุรกิจด้วยการจัดการด้านการเงินอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการบริหาร จากผลการศึกษาพบว่ามีเฉพาะปัจจัยความสามารถในการทำกำไรที่มีอิทธิพลเป็นบวกต่อทั้งปัจจัยคั่นกลาง และผลประกอบการธุรกิจที่เป็นปัจจัยตาม ดังนั้นธุรกิจก่อสร้างที่มีขนาดเล็กหรือกลางที่ต้องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรมาต่อยอดให้เป็นนวัตกรรมการผลิต หรือนวัตกรรมการบริหาร ก็ควรจะร่วมมือการพัฒนาวัตกรรมมากกว่าที่จะลงทุนเองเพราะ

ต้องลงทุนมาก การร่วมมือในกลุ่มผู้ประกอบการก่อสร้างทั้งขนาดเล็กในรูปแบบเครือข่ายจะทำให้เกิดฐานความรู้ที่เกื้อกูลกัน รวมถึงการใช้ทรัพยากรด้านบุคลากรร่วมกันในการทำงานขนาดใหญ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่ออุตสาหกรรมก่อสร้างไทยทั้งระบบ เพื่อแข่งขันกับกลุ่มธุรกิจต่างชาติ การสร้างธุรกิจในรูปแบบพันธมิตรจะลดการแข่งขันด้วยตัวเอง แบ่งปันทรัพยากรด้วยกันหรืออาจจะใช้แนวคิดของ Sharing Economy เพื่อลดต้นทุนและสร้างผลตอบแทนสำหรับการลงทุนทางเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรราคาแพงที่ใช้ในงานก่อสร้างด้วยลักษณะดังกล่าวก็จะต้องเป็นแนวทางการบริหารองค์กรแนวใหม่คือ Inclusive Business Management ที่ทำให้ธุรกิจประเภทเดียวกันสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะในเชิงทฤษฎี งานศึกษานี้เป็นการขยายผลทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ และ

ทฤษฎีเอาต์วอร์ดของธุรกิจก่อสร้างขนาดเล็กและกลางของไทยในสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงและการเปิดเสรีทางการค้า โดยมุ่งเน้นการจัดการเรื่องความสามารถในการทำกำไรเป็นหลักพิจารณาจากอิทธิพลรวมที่มีต่อผลประกอบการสูงถึง 2.233*** ในขณะที่ปัจจัยบริหารหลักอื่น ๆ ตามกรอบแนวคิดให้ผลเชิงลบ รวมทั้งขยายผลการสนับสนุนการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในการสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยวัฒนธรรมการแบ่งปันความรู้ การสร้างความร่วมมือการทำงานเป็นทีม และที่สำคัญคือต้องอาศัยภาวะผู้นำแบบปรับเปลี่ยน (transformational leadership) การขาดปัจจัยเกื้อหนุนดังกล่าวจึงทำให้การลงทุนในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ไม่ส่งผลหรือส่งผลเชิงลบต่อความสามารถของธุรกิจได้

References

- Adair, J. (2007). Leadership for Innovation: How to Organize Team Creativity and Harvest Ideas. *Human Resource Management International Digest*, 18(6), 235- 269.
- Agarwal, R., Chandrasekaran, S., & Sridhar, M. (2016). *Imagining construction's digital future*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/imagining-constructions-digital-future#>
- Aldridge, T., & Audretsch, D. B. (2010). Does policy influence the commercialization route? *Evidence from National Institutes of Health funded scientists. Research Policy*, 39(5), 583-588.
- Baucus, M., Norton, W., Baucus, D., & Human, S. (2008). Fostering creativity and innovation Without encouraging unethical behaviour. *Journal of Business Ethics*, 81, 97-115.
- Biedenbach, T., & Müllerab, R. (2012). Absorptive, innovative and adaptive capabilities and their impact on project and project portfolio performance. *International Journal of Project Management*, 30(5), 621-635.

- Chang, J. W., Wang, T., Lee, M., Su, C., & Chang, P. (2016). *Impact of Using Creative Thinking Skills and Open Data on Programming Design in a Computer-Supported Collaborative Learning Environment*. IEEE 16th, International Conference on Advanced Learning Technologies.
- Chaudhary, K., & Sharma, M. (2011). Performance of Indian Public Sector Banks and Private Sector Banks: A Comparative Study. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2(3), 249-256.
- DBD Annual Report, 2561-2564.
Department of Business Development. Retrieved June 15 2020 from https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469413374
- Gama, F., & Parida, W. (2017). Systematic Idea Generation and Organizational Capabilities for Front-End Innovation Performance in SMEs. Retrieved from <https://innovationmanagement.se/2017/03/16/systematic-idea-generation-and-organizational-capabilities-for-front-end-innovation-performance-in-smes/>
- Kale, P., Singh, H., & Perlmutter, H. (2000). Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21 (3), 217-237.
- Klimczuk-Kochańska, M. (2017). Importance of Creativity of Employees in Adaptation of Food Companies to Innovative Trends in the World. *Human Resources Management and Ergonomics*, 11(1), 50-64
- Loof, H., & Heshmati, A. (2006). On the relationship between innovation and performance: a sensitivity analysis. *Economics of Innovation and New Technology*, 15(4-5), 317-344.
- Nebojša, S., Iraj, H., & Zoran, A. (2018). Creativity, innovations and firm performance in an emerging transition economy. *Ekonomski pregled*, 69(3), 203-228.
- Nickerson, R. S. (1999). Enhancing creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity*, Cambridge University Press., 392-430
- Nimalathan, B. (2009). *Profitability of Listed Pharmaceutical Companies in Bangladesh: An Inter & Intra Comparison of Ambee & IBN Sina Companies*/Annals of University of Bucharest, Economic and Administrative Series, Nr. 3, 139-148
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.

- Raduan, C. R., Jegak, U., Haslinda, A., & Alimin, I. I. (2009). Management, strategic Management theories and the linkage with organizational competitive advantage from the resource-based view. *European Journal of Social Sciences*, 11(3), 402-417.
- Raza, S. A., Farooq, M. S., & Khan, N. (2011). *Firm and Industry Effects on Firm Profitability: An Empirical Analysis of KSE*. Forthcoming in: International Research Journal of Finance and Economics. Retrieved from <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/36797/>
- Siddiqi, H., & Qureshi, M. (2016). The Impact of Employees' Creativity on the Performance of the Firm. *Research issues in social sciences*, 1(1)1-12.
- Singer, B. P., Bossink, B. A. G., & Putte, H. J. M. (2007). Corporate real estate and competitive strategy. *Journal of Corporate Real Estate*, 9(1), 25-38.
- Singchai Industry Company Limited. (2019). Total revenue trend. Author. [InThai] Retrieved 12 May 2019, from <https://data.creden.co/company/general20%?>
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(6), 476–487.
- Wheaton, B., Muthén, B., Alwin, D., & Summers, G. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. In D.R. Heise (Ed.), *Sociological Methodology 1977* (pp. 84-136). San Francisco: Jossey-Bass.