

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมของ
องค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ
FACTORS AFFECTING THE SUCCESS IN CREATING AN INNONVATION CULTURE OF
MANUFACTURING ORGANIZATIONS IN
SAMUT PRAKAN OROVINCE

อภิรัตน์ ชื่นกลิ่น¹ อนุสรณ์ สถาพร² และ เบญจพจน์ มีเงิน³

Apirat Chuenklin, Anusorn Sthaporn and Benjabhon Mee-ngoen

Article History

Received: 05-11-2024; Revised: 23-12-2024; Accepted: 24-12-2024

<https://doi.org/10.14456/issc.2024.74>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลคุณลักษณะขององค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ 2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม 3) ศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสนับสนุนด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยด้านคนเก่งที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขององค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ ใช้รูปแบบการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นองค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 โรงงาน ได้มาจากการเลือกประเภทการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 โรงงาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์ ส่งโดยตรงถึงกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิจัยเชิงพรรณนาเพื่อหา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญด้านต่าง ๆ ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และคนเก่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 (p-value < .05) กล่าวคือ เมื่อองค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการมีผู้นำที่มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ได้รับการสนับสนุนด้านนวัตกรรม มีการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์และคนเก่งเพิ่มขึ้น จะทำให้องค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการมีผลสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรม

¹⁻²นักวิจัยอิสระ

Independent scholar, E-mail: apirat.641653462@gmail.com * Corresponding Author

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี

Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College

นวัตกรรมสูงขึ้นด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p\text{-value} < .05$) ข้อค้นพบนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อองค์การการผลิต ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ และในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ทั่วทุกภาคของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการอีกด้วย

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ; นวัตกรรม; ความคิดสร้างสรรค์; คนเก่ง; วัฒนธรรมนวัตกรรม

ABSTRACT

This research aims to 1) study the characteristics of manufacturing organizations in Samut Prakan Province, 2) study the level of importance of factors affecting the success of creating an innovation culture, 3) study the factors of innovative leadership, innovation support, creative sharing, and talented people that affect the success of creating an innovation culture of manufacturing organizations in Samut Prakan Province. The research model used quantitative research. The sample group was 400 manufacturing organizations in Samut Prakan Province, selected by non-probability sampling and purposive sampling. The sample size was set at 400 factories. Data were collected using offline questionnaires sent directly to the sample group. Data were analyzed using descriptive statistics to find the frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics to analyze by multiple regression analysis.

The results of the research found that: The success in creating an innovation culture depends on various important factors, including innovative leadership, innovation support, creative sharing, and talented people, with a significance level of .05 ($p\text{-value} < .05$). In other words, when manufacturing organizations in Samut Prakan Province have leaders with innovative leadership, receive support for innovation, share creative ideas and more talented people, the manufacturing organizations in Samut Prakan Province will be more successful in creating an innovative culture, with statistical significance at the .05 level ($p\text{-value} < .05$). This finding will be directly beneficial to manufacturing organizations in Samut Prakan Province and other provinces in all regions of Thailand. It will also be beneficial to the academic sector.

Keywords: Leadership; Innovation; Creativity; Talent; Innovation; Culture

1. บทนำ

เศรษฐกิจของประเทศไทยในยุคดิจิทัล มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานศักยภาพของประเทศ การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมด้านต่าง ๆ มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการบริหารและพัฒนาองค์การการผลิตในภาคอุตสาหกรรม การผลิต เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายว่า วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรม องค์การการผลิตมีความจำเป็นเร่งด่วนในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ให้เกิดขึ้นภายในองค์การ เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อให้องค์การสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมนวัตกรรมเป็น

วัฒนธรรมที่สนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม อาจจะอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือรูปแบบธุรกิจใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งสิ่งใหม่นี้อาจยังไม่มีมาก่อน หรือเป็นสิ่งที่มีการทำแล้ว แต่ต้องการยังไม่เคยทำการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม จึงเป็นการสร้างบรรยากาศให้บุคลากรภายในองค์กรทุกระดับ กล้าที่จะคิดนอกกรอบ กล้าทดลองทำสิ่งใหม่ๆ และมีความสนใจใฝ่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร วัฒนธรรมนวัตกรรม เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรมมากกว่าปัจจัยทางด้านแรงงาน, ทุน, รัฐบาลหรือแม้กระทั่งวัฒนธรรมของชาติ (พัชรพรรณ สุทธิรักษ์, 2019) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต องค์การการผลิตซึ่งเป็นองค์กร บริษัท หรือโรงงานที่บูรณาการกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ การตลาด การออกแบบ การผลิต การบริการลูกค้า และบูรณาการการใช้เทคโนโลยี องค์การการผลิตหรือโรงงานในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย อำเภอเมืองสมุทรปราการ อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ อำเภอบางพลี อำเภอบางเสาธง และอำเภอบางบ่อ เป็นพื้นที่ที่มีองค์การการผลิต หรือโรงงานหนาแน่นที่สุดในประเทศไทย จังหวัดสมุทรปราการมีโรงงาน รวมทั้งสิ้น 7,004 โรงงาน มีเงินลงทุน 727,452.82 ล้านบาท มีการจ้างงาน 447, 521 คน ข้อมูล ณ สิ้นปี 2566 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567) ภาคอุตสาหกรรมการผลิตไทย กำลังเข้าสู่เข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง องค์การการผลิต หรือโรงงาน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนการทำงานขององค์การจากแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถแข่งขันและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของสถานการณ์โลก การปรับตัวด้วยความรวดเร็วและการสร้างนวัตกรรมขององค์การภาคการผลิตต้องดำเนินการควบคู่กันไป เพื่อรองรับกับกระแส Disruptive ที่พลิกเปลี่ยนทุกอย่างไปด้วยความเร็วสูง การที่องค์การจะสามารถปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนได้นั้น ด้วยความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับตัวอย่างรวดเร็วในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์การ มุ่งสู่ความสำเร็จในการบริหารและพัฒนาองค์การธุรกิจอุตสาหกรรม เพื่อความอยู่รอด ความเป็นเลิศและการพัฒนาเติบโตอย่างยั่งยืน แต่ต้องการการผลิตหรือโรงงานของไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจทางการจัดการและการพัฒนาวัฒนธรรมองค์การไปสู่การเป็นองค์การแห่งวัฒนธรรมนวัตกรรม อาจจะนำไปสู่การเกิดปัญหาการพัฒนาวัฒนธรรมนวัตกรรม ในการสร้างนวัตกรรมองค์การการผลิต เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตและศักยภาพทางการตลาดให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก ดังนั้น คณะผู้วิจัย เล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาวัฒนธรรมนวัตกรรมขององค์การการผลิต จึงนำประเด็นปัญหาการพัฒนาวัฒนธรรมนวัตกรรม เข้าสู่กระบวนการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ดังกล่าวต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลคุณลักษณะขององค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสนับสนุนด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยด้านคนเก่งที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขององค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ

3. การทบทวนวรรณกรรม

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) หมายถึง ความเป็นผู้นำที่สร้างสรรค์เป็นแนวทางในการเป็นผู้นำที่เน้นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง ความยืดหยุ่น และความสามารถในการปรับตัว ผู้นำที่สร้างสรรค์นวัตกรรมใน 3 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ นวัตกรรมการทำงาน และนวัตกรรมการนำมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ ความสามารถในการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ และแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยให้พวกเขาอยู่เหนือตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตอบสนองต่อความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าได้ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย

ทักษะความเป็นผู้นำ ได้แก่ วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ เน้นลูกค้า สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยทางจิตวิทยา การมองโลกในแง่ดี การสื่อสารที่ดี ความเปิดกว้าง และความสมดุลระหว่างการไตร่ตรองและการกระทำ (Stacy, 2022; อนุสรฯ สุวรรณวงศ์, 2559)

2. การสนับสนุนนวัตกรรม การสนับสนุนนวัตกรรม (Supporting Innovation) หมายถึง การวางแผน การเสี่ยง และการยอมรับความสำเร็จ (และความล้มเหลว) ในสิ่งที่ไม่รู้จัก ความพยายามใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์สามารถนำมาซึ่งโอกาสที่น่าตื่นเต้นในการสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ได้ แต่ก็มีความเสี่ยงในตัวด้วยเช่นกัน องค์การต่างๆ สามารถดำเนินการเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมได้ในขณะเดียวกันก็ลดความเสี่ยง รับประกันผลลัพธ์เชิงบวก และเรียนรู้จากกระบวนการได้มากที่สุด โดยผ่านการวางแผนอย่างรอบคอบและการจัดสรรทรัพยากรอย่างรอบคอบ อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนนวัตกรรมในองค์การ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดหาพื้นที่สำนักงาน ธนาคารข้อมูล บริการคลาวด์และการจัดเก็บข้อมูล ห้องสมุด การวิจัยตลาด ห้องปฏิบัติการ การติดตามคุณภาพ การทดสอบ การทดลองและการรับรอง หรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง เสนอการฝึกอบรม เป็นต้น รวมถึงบริการที่ให้บริการวิจัยและการเผยแพร่ความรู้ โครงสร้างพื้นฐานการวิจัย โครงสร้างพื้นฐานการทดสอบและการทดลองหรือคลัสเตอร์นวัตกรรมเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระบวนการ หรือบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น ตลอดจนการนำเทคโนโลยี โซลูชันนวัตกรรม และโซลูชันดิจิทัล มาใช้ (Leland & Salter, 2024)

นอกจากนี้ OECD (2019) พบว่า การสนับสนุนนวัตกรรมในองค์การธุรกิจ รวมถึง SMES เป็นนโยบายสำคัญลำดับต้นๆ ของประเทศ OECD (องค์การระหว่างประเทศที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2503 ปัจจุบันมีสมาชิก 35 ประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในยุโรปและอเมริกาเหนือ) ภารกิจหลักของ OECD คือกระตุ้นการเจริญเติบโตทาง เศรษฐกิจและการค้าโลก และเป็นเวทีเปรียบเทียบ นโยบาย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ค้นหาวิธีแก้ปัญหาที่ ต่างเผชิญร่วมกัน และประสานงานนโยบาย) มาหลายทศวรรษแล้ว การเน้นย้ำถึง SMES รัฐบาลส่วนใหญ่ในพื้นที่ OECD จึงดำเนินโครงการจำนวนมากเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมในบริษัทต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลยังได้พัฒนาโครงการและเครื่องมือทางนโยบายที่มุ่งปรับปรุงผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมโดยสนับสนุนความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ความรู้ และเทคโนโลยีโดยเฉพาะ หรือในมุมมองแบบหลายทิศทางและโต้ตอบกันมากขึ้น การสร้างสรรค์ร่วมกันที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากส่วนอื่นๆ ของระบบนวัตกรรม เช่น มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยสาธารณะ (OECD, 2019)

3. การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ (Sharing of Creative Ideas) หมายถึง กระบวนการร่วมมือและระดมความคิดสร้างสรรค์กับผู้อื่นเกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาที่ร่วมกันในที่ทำงาน อาจเป็นความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือกระบวนการทำงานใหม่ เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานเดิมเดิม ประโยชน์สูงสุดที่ได้รับจากการสนับสนุนให้พนักงานแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ จะถูกนำไปใช้ประโยชน์ ในการสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนให้พวกเขาทำงานร่วมกัน (เมื่อทำได้จริง) เสนอแนะ และให้ข้อเสนอแนะ พนักงานอาจคิดไอเดียดี ๆ สำหรับธุรกิจขององค์การได้ และที่สำคัญว่านั่น องค์การจะปรับปรุงบรรยากาศการทำงานได้อย่างเหมาะสม พนักงานที่รู้สึกว่าคุณค่าของตนเองและความคิดสร้างสรรค์ของตนเองได้รับการเห็นคุณค่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่าและมีแนวโน้มที่จะทำงานอื่นน้อยลง ซึ่งหมายความว่ามีการลาออกน้อยลง ปัญหาที่น้อยลง และต้นทุนลดลง การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่ วัฒนธรรมการทำงานและข้อเสนอแนะ ส่งเสริมช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้างและวัฒนธรรมองค์การที่ร่วมมือกัน อย่าจำกัดโอกาสในการให้ข้อเสนอแนะ และข้อแลกเปลี่ยนแนวคิด อย่าแสดงถึงความไม่เห็นด้วย อย่าล้อเลียนไอเดียหรือดูถูกพนักงานอย่าจำกัดการให้

ข้อเสนอแนะและแลกเปลี่ยนแนวคิดไว้เพียงการประเมินผลการปฏิบัติงานและการประชุมเท่านั้น เสนอโอกาสโดยไม่เปิดเผยตัวตน และให้รางวัลสำหรับไอเดียที่ดี แต่ไม่ควรลงโทษไอเดียที่ไม่ดี เป็นต้น นอกจากนี้ ควรแนะนำบทบาทที่พวกเขาต้องเล่นและสิ่งที่เกี่ยวข้อง มอบจุดเริ่มต้นให้พวกเขา เน้นย้ำถึงวิธีให้พวกเขาเริ่มดำเนินการตามแนวคิดนั้นชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกับสิ่งที่พวกเขา

คุ้นเคย แบ่งปันแนวคิดทางเลือกที่เกี่ยวข้องที่จินตนาการไว้ มอบจุดเริ่มต้นให้พวกเขา เน้นย้ำวิธีให้พวกเขาเริ่มดำเนินการตามแนวคิดชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงกับสิ่งที่พวกเขาคุ้นเคย แบ่งปันแนวคิดทางเลือกที่เกี่ยวข้องที่จินตนาการไว้ แสดงตัวอย่างที่เกี่ยวข้องที่ผู้อื่นได้พัฒนาแนวคิดที่เปรียบเทียบได้ให้พวกเขาเห็น แบ่งปันสิ่งที่ผู้อื่นเคยคิดไว้แล้วเกี่ยวกับวิธีการทำสิ่งนั้น ค้นหาคำถามที่พวกเขามีคำถามและตอบคำถามเหล่านั้น ถามพวกเขาว่าพวกเขามีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับการเริ่มต้นและเชื่อมโยงความคิดเหล่านั้นเข้ากับวิสัยทัศน์ที่องค์กรมีต่อแนวคิดนั้น ให้พวกเขาได้รับอิสระอย่างเต็มที่ในการคิดค้นแนวคิดใหม่ และมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้สร้างร่วมในขณะที่พวกเขาเริ่มแบ่งปันแนวคิดในการก้าวไปข้างหน้า (Hire Talent, 2024; Brainzooming, 2019)

4. คนเก่ง คนเก่ง (Talented Persons) หมายถึง ความสามารถทั้งโดยกำเนิดและทักษะที่เกี่ยวข้องชาญ แม้ว่าคนเก่งจะเป็นทักษะที่เป็นธรรมชาติซึ่งปรากฏออกมาโดยไม่ต้องพยายาม แต่ทักษะก็คือความสามารถที่ได้มาซึ่งการพัฒนาผ่านการเรียนรู้และการฝึกฝน ในฝ่ายทรัพยากรบุคคล “คนเก่ง” มักจะหมายถึงพนักงานที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพสูง ซึ่งแตกต่างกันไปตามบริบทผู้สรรหาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรบุคคลใช้เทคโนโลยีใหม่และวิธีการสรรหาบุคลากร เพื่อค้นหาบุคลากรที่มีศักยภาพสำหรับองค์การของตนและสร้างสิ่งที่เรียกว่า “กลุ่มบุคลากรที่มีความสามารถสูง” คุณลักษณะหลักของคนเก่ง ได้แก่ 1) ความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ เช่น ความสามารถทางวิชาการและวิทยาศาสตร์ 2) ประสบการณ์ทางธุรกิจ เช่น ศักยภาพประสบการณ์ 3) ทักษะมนุษย์ เช่น ความรู้ความเข้าใจ ความคิดสร้างสรรค์ 4) ภาวะผู้นำ เช่น ความสามารถในการเป็นผู้นำ 5) ทักษะทางสังคม เช่น ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ 6) พฤติกรรม เช่น แรงผลักดัน และแรงจูงใจ เป็นต้น (Pavlou, 2024)

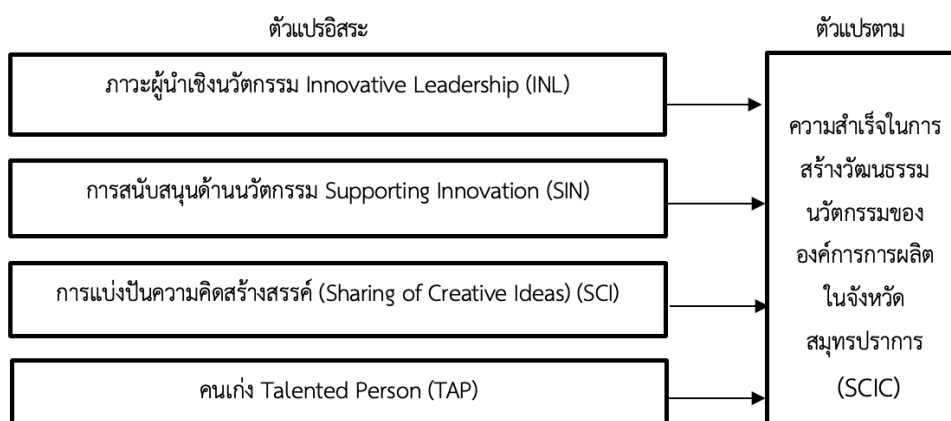
5. การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) หมายถึง สภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งเสริมให้พนักงานแบ่งปันแนวคิดและวิธีแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ ในวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม ทุกคนในที่ทำงานรู้สึกมั่นใจที่จะระดมความคิดและนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ การสร้างวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมในองค์กรมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยให้พนักงานมีโอกาส ดังนี้ 1) คิดค้นแนวคิดใหม่ๆ เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมในที่ทำงานช่วยให้พนักงานรู้สึกมั่นใจที่จะคิดค้นแนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร 2) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เป็นนวัตกรรมยังช่วยให้องค์กรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย เนื่องจากวัฒนธรรมในที่ทำงานส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดใหม่ๆ องค์กรจึงใช้นวัตกรรมเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่และค้นหาแนวคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำใครได้ 3) การได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมสามารถช่วยให้องค์กรได้เปรียบได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากช่วยให้องค์กรสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้นได้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันอาจทำให้ลูกค้าเลือกองค์กรแทนคู่แข่ง 4) การปรับปรุงการสร้างแบรนด์ เป็นประโยชน์อีกประการหนึ่งของการส่งเสริมวัฒนธรรมในวัฒนธรรมในที่ทำงานขององค์กร คือช่วยปรับปรุงการสร้างแบรนด์โดยให้แนวทางที่สร้างสรรค์มากขึ้นสำหรับกลยุทธ์การตลาดขององค์กร 5) การดึงดูดพนักงานศักยภาพระดับสูง เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานประเภทนี้สามารถช่วยให้องค์กรดึงดูดพนักงานศักยภาพระดับสูงได้เช่นกัน เนื่องจากผู้คนจำนวนมากรู้สึกดึงดูดต่อองค์กรที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดใหม่ๆ และ 6) การเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน เป็นวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์สามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานได้เช่นกัน เนื่องจากพนักงานจำนวนมากรู้สึกสนุกสนานและรู้สึกเต็มเต็มเมื่อได้ทำงานในองค์กรสภาพแวดล้อมแบบนี้ (พัชรวรรณ สุทธิรักษ์, 2562) อย่างไรก็ตาม การสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม องค์กรสามารถเริ่มสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในสถานที่ทำงานได้โดยเน้นที่ลักษณะสำคัญ ลักษณะสำคัญที่ควรพิจารณา ได้แก่ ความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่ง ความเป็นอิสระ สภาพแวดล้อมที่ไว้วางใจ กลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ มองความล้มเหลวในแง่ดี เป้าหมายและจุดประสงค์ชัดเจน แรงบันดาลใจ ความร่วมมือ ความคิดสร้างสรรค์ แรงจูงใจสำหรับพนักงาน และความอยากรู้อยากเห็น 1) ความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งลักษณะสำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมแห่งสถานที่ทำงานที่ดีคือความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่ง เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม ผู้นำต้องสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานและเป็นผู้นำโดยการเป็นตัวอย่าง ความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งประกอบด้วย: (1) การสื่อสาร: ผู้นำที่ดีสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสารด้วยวาจา การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร การฟังอย่างมีส่วนร่วม และการให้ข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ (2) ความโปร่งใส: ความเป็นผู้นำ

ที่แข็งแกร่งยังเกี่ยวข้องกับความโปร่งใส ซึ่งเป็นลักษณะที่ส่งเสริมให้พนักงานไว้วางใจผู้นำภายในบริษัท (3) การมอบหมาย: การมอบหมายเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งของความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่ง เนื่องจากช่วยให้แน่ใจว่าผู้คนที่ได้รับมอบหมายงานที่พวกเขาสามารถบรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (4) การกำหนดเป้าหมาย: ผู้นำที่ดีจะกำหนดเป้าหมายให้กับผู้นำและสร้างแรงบันดาลใจให้พวกเขาไปสู่ความสำเร็จในวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม สิ่งสำคัญคือการแสดงความอยากรู้อยากเห็นและทัศนคติเชิงบวก เพื่อให้พนักงานสะท้อนคุณสมบัติเหล่านี้ พยายามเปิดใจและคิดอย่างสร้างสรรค์ในสถานการณ์ที่ทำงาน และสนับสนุนให้พนักงานทำเช่นเดียวกัน 2) ความเป็นอิสระ การให้พนักงานมีความเป็นอิสระ หมายถึงการให้พวกเขามีอิสระในการทำงาน ความเป็นอิสระสามารถปรับปรุงความพึงพอใจและขวัญกำลังใจของพนักงานได้ นอกจากนี้ยังช่วยให้พนักงานแนะนำแนวคิดและความคิดสร้างสรรค์ของตนเองในที่ทำงานได้อีกด้วย 3) สภาพแวดล้อมที่ไว้วางใจ หากองค์กรต้องการนวัตกรรมใหม่ๆ มากขึ้นในที่ทำงาน สิ่งสำคัญคือการสร้างสภาพแวดล้อมที่ไว้วางใจกัน ซึ่งจะช่วยให้พนักงานรู้สึกสบายใจที่จะแบ่งปันแนวคิดของตน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม องค์การสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ไว้วางใจกันได้โดยการสื่อสารกับพนักงานบ่อยๆ สร้างความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และส่งเสริมความโปร่งใส 4) กลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ วัฒนธรรมที่ทำงานเชิงบวกและสร้างสรรค์คือการมีกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ เมื่อคุณสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานประเภทนี้ อย่าลืมสร้างกลยุทธ์ที่คุณสามารถปฏิบัติตามได้ ในการสร้างกลยุทธ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวขององค์กรให้พบปะกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักขององค์กร รวมถึงพนักงาน ลูกค้า และนักลงทุน เพื่อรับมุมมองที่หลากหลาย และคิดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร 5) มองความล้มเหลวในแง่ดี ความล้มเหลวก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาวัฒนธรรมที่ส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ บางครั้ง ความล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรม และการยอมรับและเรียนรู้จากความล้มเหลวก็มีความสำคัญเช่นกัน การสนับสนุนให้มองในแง่ดีเกี่ยวกับความล้มเหลวช่วยให้พนักงานยอมรับมันแทนที่จะกลัวมัน ซึ่งจะช่วยให้พวกเขารู้สึกสบายใจที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ 6) เป้าหมายและจุดประสงค์ชัดเจน เป้าหมายและจุดประสงค์โดยรวมก็มีความสำคัญต่อวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมเช่นกัน ตรวจสอบให้แน่ใจว่าองค์กรมีจุดประสงค์ถูกต้อง จากนั้นเชื่อมโยงเป้าหมายในที่ทำงานขององค์กรกับจุดประสงค์นั้น พยายามกำหนดเป้าหมายที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ องค์การสามารถใช้แนวทาง SMART เพื่อกำหนดเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง วัดผลได้ บรรลุได้ มีความเกี่ยวข้อง และมีกรอบเวลาสำหรับพนักงาน 7) แรงบันดาลใจ แรงบันดาลใจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานคือการหาแรงบันดาลใจจากแหล่งภายนอก เพื่อให้พวกเขามีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด คุณสามารถช่วยให้พนักงานได้รับแรงบันดาลใจจากการจัดงาน ทำแบบฝึกหัดสร้างสรรค์ และเชิญบุคคลจากภายนอกองค์กรมาร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ 8) ความร่วมมือ การทำงานร่วมกันสามารถช่วยรวมเอาแนวคิดและมุมมองที่หลากหลายเข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้พนักงานสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้ ความร่วมมือต้องอาศัยทักษะการสื่อสารที่แข็งแกร่ง ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานจะต้องมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารด้วยวาจาและลายลักษณ์อักษร ความเห็นอกเห็นใจ และการทำงานเป็นทีมเพื่อให้ทำงานร่วมกันได้ดี 9) ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์เป็นลักษณะสำคัญของการนำนวัตกรรมเข้ามาในสถานที่ทำงาน สามารถส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในสถานที่ทำงานได้โดยการทำแบบฝึกหัดสร้างสรรค์และให้พนักงานมีอิสระในการสร้างสรรค์โครงการและงานของตนเอง ซึ่งอาจนำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้ 10) แรงจูงใจสำหรับพนักงาน การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ก็มีความสำคัญช่วยให้พนักงานมีแรงบันดาลใจและมีพลัง ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพของงานได้ แรงจูงใจทั่วไปสำหรับพนักงาน ได้แก่ อาหารฟรี วันหยุด และโปรแกรมพนักงานดีเด่นประจำเดือน และ 11) ความอยากรู้อยากเห็น ลักษณะเฉพาะอีกประการหนึ่งของวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมคือความอยากรู้อยากเห็น สิ่งสำคัญคือต้องกระตุ้นให้พนักงานมีความอยากรู้อยากเห็นเพื่อที่พวกเขาจะได้คิดไอเดียและนวัตกรรมใหม่ๆ (Indeed, 2024)

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร



จากกรอบแนวคิด (ภาพที่ 1) แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovation Leadership) (INL) ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ (INL1) การเน้นลูกค้า (INL2) การสื่อสารที่ดี (INL3) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (INL4) และการสนับสนุนให้พนักงานมีอิสระอย่างเต็มที่ในการคิดค้นแนวคิดใหม่ (INL5) การสนับสนุนด้านนวัตกรรม (Supporting Innovation) (SIN) ได้แก่ การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากองค์กร (SIN1) การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากภาครัฐ (SIN2) การสนับสนุนด้านความรู้เทคโนโลยีโซลูชัน นวัตกรรมและโซลูชันดิจิทัลจากองค์กร (SIN3) การสนับสนุนด้านความรู้เทคโนโลยีโซลูชันนวัตกรรมและโซลูชันดิจิทัลจากภาครัฐ (SIN4) และการสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากภาครัฐและเอกชน (SIN5) การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ Sharing of Creative Ideas (SCI) ได้แก่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาที่ร่วมกันในที่ทำงาน (SCI1) การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (SCI2) การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ (SCI3) การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีกว่า (SCI4) และการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานเดิมให้เกิดประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม (SCI5) คนเก่ง Talented Person (TAP) ได้แก่ พนักงานที่มีความสามารถทางวิชาการและวิทยาศาสตร์ (TAP1) พนักงานที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจ (TAP2) พนักงานที่มีทักษะมนุษยสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดสร้างสรรค์ (TAP3) พนักงานที่มีภาวะผู้นำ มีแรงผลักดัน และแรงจูงใจ (TAP4) และพนักงานที่มีทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ (TAP5)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขององค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ (Success in Creating Innovation Culture) (SCIC) ได้แก่ การสร้างสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ส่งเสริมให้พนักงานแบ่งปันแนวคิดและวิธีแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ (SCIC1) การส่งเสริมให้พนักงานแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม ปรับปรุงการสร้างแบรนด์ (ตราสินค้า) (SCIC2) การสร้างความร่วมมือในการทำงานเป็นทีมเพื่อรวมเอาแนวคิดและมุมมองที่หลากหลาย

หลายเข้าด้วยกัน (SCIC3) การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีแรงบันดาลใจ และพลังในการสร้างผลงานที่มีคุณภาพ (SCIC4) และการกระตุ้นพนักงานให้มีความอยากรู้อยากเห็นเพื่อการคิดโอเดียและนวัตกรรมใหม่ ๆ (SCIC5)

5. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นองค์การธุรกิจอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนแจ้งประกอบประเภทโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย อำเภอเมืองสมุทรปราการ อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ อำเภอบางพลี อำเภอบางเสาธง และอำเภอบางบ่อ รวมทั้งสิ้น จำนวน 7,004 โรงงาน (จากสถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ.โรงงาน พ.ศ. 2535 ข้อมูล ณ สิ้นปี 2566, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเลือกประเภทการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 โรงงาน สอดคล้องกับ Rule of thumb ของ Roscoe (1967) (as cited in Sekaran, U., 2003) ซึ่งแนะนำขนาดตัวอย่างที่ใช้กับเทคนิควิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA) ว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ควรไม่น้อยกว่า 30 แต่ไม่เกิน 500

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม Innovative Leadership (INL) การสนับสนุนด้านนวัตกรรม Supporting Innovation (SIN) การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ (Sharing of Creative Ideas) (SCI) และคนเก่ง Talented Person (TAP)
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขององค์การการผลิตในจังหวัดสมุทรปราการ (Success in Creating Innovation Culture) (SCIC)

3. ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นองค์การธุรกิจประเภทโรงงานอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนแจ้งประกอบ ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ รวมทั้งสิ้น จำนวน 7,004 โรงงาน (จากสถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ.โรงงาน พ.ศ. 2535 ข้อมูล ณ สิ้นปี 2566, กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567)
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยทำการวิจัย เรื่อง ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมในธุรกิจอุตสาหกรรมไทย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การมีส่วนร่วม ความร่วมมือ การสนับสนุนด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ การแบ่งปันแนวทางการแก้ปัญหา และการสร้างคนเก่งทางนวัตกรรม ที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 การศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ตอนที่ 2 การศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 และตอนที่ 3 การศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3
3. ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการทำการวิจัยนี้ ทุกกระบวนการวิจัย จนแล้วเสร็จ รวมทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่ เดือนมกราคม 2567 เป็นต้นไป

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแบบออฟไลน์ เป็นแบบกระดาษ (Hard Copies) ส่งโดยตรง แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นองค์การธุรกิจอุตสาหกรรม จำนวน 3 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม จำนวน 25 ข้อ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ รวมทั้งสิ้น 29 ข้อ เพื่อใช้เก็บข้อมูลแบบออฟไลน์ ในการวิจัยเชิงปริมาณ ส่วนการวัดและมาตรวัด คณะผู้วิจัยสร้างเครื่องมือ

วัดเพื่อใช้เก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ มาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ มาตรวัดตัวแปรแบบ Nominal Scale และแบบ Interval Scale โดยใช้มาตรวัดคะแนน 1-5 ของ Likert Scale (Scale 1-5) ได้แก่ คะแนน 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนน 4 = เห็นด้วย คะแนน 3 = ไม่แน่ใจ คะแนน 2 = ไม่เห็นด้วย คะแนน 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตลอดจนกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย โดยใช้ค่าพิสัย (Range) เท่ากับ .80 ($5-1/5=.80$) และกำหนดเกณฑ์ระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 1.00-1.80 และสูงสุด เท่ากับ 4.21-5.00 ตามลำดับ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามแบบออฟไลน์เป็นแบบกระดาษ (Hard Copies) ส่งโดยตรง กลุ่มตัวอย่างเป็นองค์การการผลิตในพื้นที่สมุทรปราการ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างเพื่อจัดเก็บข้อมูล ร้อยละ 7 ของประชากรทั้งหมด จำนวน 7,004 โรงงาน เท่ากับ 490 โรงงาน ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามแบบออฟไลน์ส่งโดยตรง จำนวน 490 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับ รวมทั้งสิ้น จำนวน 460 ฉบับ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 และตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3

6. ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นองค์การธุรกิจอุตสาหกรรมไทย จำนวน 400 โรงงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นองค์การธุรกิจขนาดกลาง (ร้อยละ 52.00) มีระยะเวลาประกอบธุรกิจ 5 ปี – 10 ปี (ร้อยละ 44.50) และมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 100 ล้านบาท (ร้อยละ 46.80)

2. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 จากผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม โดยใช้สถิติการวิจัยเชิงพรรณนา จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 โรงงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$ - 4.19 ; $SD = .44$ -. $.61$) เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม มากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$; $SD = .61$) รองลงมาคือ คนเก่ง ($\bar{X} = 4.18$; $SD = .49$) การสนับสนุนด้านนวัตกรรม ($\bar{X} = 4.08$; $SD = .45$) และการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.05$; $SD = .44$) ตามลำดับ และ

3. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 โดยการทดสอบสมมติฐานการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA) จากกลุ่มตัวอย่าง 400 โรงงาน พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ การแบ่งปันแนวทางแก้ปัญหา และคนเก่ง มีความสัมพันธ์ทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 (p -value < .05) (ตารางที่ 1) ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ($n = 400$)

ชื่อตัวแปร	b	SEb	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (INL)	.106	.028	.149	3.833	.000	.499	2.005
คนเก่ง (TAP)	.058	.027	.065	2.186	.000	.837	1.195
การสนับสนุนด้านนวัตกรรม (SIN)	.409	.034	.423	11.917	.000	.597	1.675
การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ (SCI)	.390	.036	.387	10.790	.029	.586	1.714

Eigenvalue= 4.969, R=.839, $R^2=.703$, $R^2_{adj}=.700$, SEest. = .23976, F= 234.167, sig.= .000, a= .280

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ < .05, ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ < .01, a Dependent Variable: ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม (SCIC)

จากผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (MRA) (ตารางที่ 1) พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปร เป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงมีทิศทางในทางบวก และตรวจตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรอิสระ) ไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูง พิจารณาจากค่า VIF ที่มีค่าสูงสุด $2.005 < 4.000$, ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด $.499 > 2.000$ และค่า Eigenvalue ที่มีค่ามากที่สุด $4.969 < 10.000$ แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรอิสระ) ไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูงจึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (เบญจพันธ์ มีเงิน, 2566 หน้า 310)

$$\text{จากสมการ } \hat{Y} = b_0 + b_1 + b_2 + b_3 + b_4 + e \dots (1)$$

(t) (t) (t) (t) (t)

$$\hat{Y} = .280^* + .106^{**} + .058^{**} + .409^{**} + .390^* + .240 \dots (2)$$

(1.995) (3.833) (2.185) (11.917) (10.790)

$$\text{นั่นคือ SCIC} = .280^* + .106^{**} \text{TAP} + .058^{**} \text{INL} + .409^{**} \text{SIN} + .390^* \text{SHC} + .240 \dots (3)$$

(1.995) (3.833) (2.185) (11.917) (10.790)

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 โรงงาน ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรอิสระ) จำนวน 4 ตัวแปร พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนด้านนวัตกรรม (SIN) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (b) มากที่สุด เท่ากับ $.409^{**}$ รองลงมา คือ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ (SHC) ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (INL) และ คนเก่ง (TAP) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ $.409^{**}$, $.390^*$, $.106^{**}$ และ $.058^{**}$ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 (p-value < .05) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .839 ค่ากำลังสองสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ .703 และค่ากำลังสองสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแก้ (R^2_{adj}) เท่ากับ .700 แสดงว่า ตัวแปรพยากรณ์ (ตัวแปรอิสระ) ทั้ง 4 ตัวแปร สามารถพยากรณ์ตัวแปรเกณฑ์ (ตัวแปรตาม) ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม (SCIC) คิดเป็นร้อยละ 70.30 และมีค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน เท่ากับ .240 แสดงว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ การแบ่งปันแนวทางแก้ปัญหา และคนเก่ง มีความสัมพันธ์ทางตรงในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 (p-value < .05)

นั่นคือ ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ การแบ่งปันแนวทางแก้ปัญหา และคนเก่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 (p-value < .05)

กล่าวคือ เมื่อผู้นำองค์กรมีการมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ การเน้นลูกค้า การสื่อสารที่ดี การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการสนับสนุนให้พนักงานมีอิสระอย่างเต็มที่ในการคิดค้นแนวคิดใหม่ องค์การได้รับการสนับสนุนด้านนวัตกรรม ได้แก่ การสนับสนุนด้านทุนการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากองค์การ การสนับสนุนด้านทุนการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากภาครัฐ การสนับสนุนด้านความรู้เทคโนโลยีโซลูชัน นวัตกรรมและโซลูชันดิจิทัลจากองค์การ การสนับสนุนด้านความรู้เทคโนโลยีโซลูชัน นวัตกรรมและโซลูชันดิจิทัลจากภาครัฐ และการสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากภาครัฐและเอกชน ภายในองค์การมีการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาที่ร่วมกันในการทำงาน การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีกว่า และการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานเดิมให้เกิดประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม และองค์การมีการพัฒนาและสรรหาคนเก่ง ได้แก่ พนักงานที่มีความสามารถทางวิชาการและวิทยาศาสตร์ พนักงานที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจ พนักงานที่มีทักษะมนุษย์ ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดสร้างสรรค์ พนักงานที่มีภาวะผู้นำ มีแรงผลักดัน และแรงจูงใจ และพนักงานที่มีทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ เพิ่มขึ้น จะทำให้องค์การธุรกิจมีความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมสูงขึ้นด้วย

7. อภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม พบว่า ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนด้านนวัตกรรม การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และคนเก่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ($p\text{-value} < .05$) กล่าวคือเมื่อผู้นำขององค์การแสดงบทบาทภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ในการสนับสนุนส่งเสริมด้านนวัตกรรม ให้เกิดการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาและสรรหาคนเก่ง เพิ่มสูงขึ้นตาม อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ($p\text{-value} < .05$) อาจเป็นเพราะปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ องค์การการผลิตได้รับการกระตุ้นและส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชน อย่างจริงจัง ทำให้องค์การการผลิตตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์การด้านวัฒนธรรมนวัตกรรมในการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนอง ความต้องการของตลาด ผู้บริโภค ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญหลายคนให้ความสำคัญต่อบทบาทภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ที่ปลูกฝังให้เกิดการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ สร้างเครือข่ายเชื่อมประสานกับหน่วยงานภาครัฐเอกชนเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านนวัตกรรม และการสรรหาและสร้างคนเก่ง ในการสร้างนวัตกรรมและวัฒนธรรม

นวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย และแข่งขันได้ (Stacy, 2022; อนุสรฯ สุวรรณวงศ์, 2559; Pavlou, 2024; Indeed; 2024; Brainzooming, 2019; OECD, 2019; Leland & Salter, 2024; พัทธวรรณ สุทธิรักษ์, 2019) เป็นไปตามสมมติฐานและวัตถุประสงค์การวิจัย

8. องค์ความรู้ที่ได้รับ

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ได้รับข้อค้นพบ ปัจจัยหลักที่สำคัญ 4 ประการ ที่นำไปสู่ความสำเร็จในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ประกอบ การมีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ การเน้นลูกค้า การสื่อสารที่ดี การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการสนับสนุนให้พนักงานมีอิสระอย่างเต็มที่ในการคิดค้นแนวคิดใหม่ องค์การได้รับการสนับสนุนด้านนวัตกรรม

2. การสนับสนุนด้านนวัตกรรม ประกอบ การสนับสนุนด้านทุนการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากองค์กร การสนับสนุนด้านทุนการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมจากภาครัฐ การสนับสนุนด้านความรู้เทคโนโลยีโซลูชัน นวัตกรรมและโซลูชันดิจิทัลจากองค์กร

3. การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ ประกอบ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาที่ร่วมกันในที่ทำงาน การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีกว่า และการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานเดิมให้เกิดประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม

4. การพัฒนาและสรรหาคนเก่ง ประกอบ พนักงานที่มีความสามารถทางวิชาการและวิทยาศาสตร์ พนักงานที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจ พนักงานที่มีทักษะมนุษย์ ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดสร้างสรรค์ พนักงานที่มีภาวะผู้นำ มีแรงผลักดัน และแรงจูงใจ และพนักงานที่มีทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. องค์กรฯ ควรพัฒนาผู้นำให้มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเป็นอันดับแรก

2. ผู้นำองค์กรฯ ควรแสดงบทบาทภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในการประสานเชื่อมโยงภายในองค์กรและเครือข่ายภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนด้านทุนการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม ด้านความรู้เทคโนโลยีโซลูชัน นวัตกรรม และโซลูชันดิจิทัล

3. ผู้นำองค์กรฯ ควรแสดงบทบาทภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาที่ร่วมกันในที่ทำงาน การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ การแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีกว่า และการแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานเดิมให้เกิดประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม

4. ผู้นำองค์กรฯ ควรแสดงบทบาทภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในการพัฒนาและสรรหาคนเก่ง ได้แก่ พนักงานที่มีความสามารถทางวิชาการและวิทยาศาสตร์ พนักงานที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจ พนักงานที่มีทักษะมนุษย์ ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดสร้างสรรค์ พนักงานที่มีภาวะผู้นำมีแรงผลักดัน และแรงจูงใจ และพนักงานที่มีทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสารและความร่วมมือ

นอกจากนี้ ผู้นำองค์กรฯ ควรสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน การกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น แรงบันดาลใจ การเสริมแรงจูงใจ และการให้รางวัล อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำปัจจัยอื่นๆ อีกไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 (พิจารณาจากค่า $R^2 = 70.30$) ที่ยังไม่ได้ศึกษาครั้งนี้ มาทำการศึกษาเพิ่มเติมในครั้งต่อไป

2. ควรนำปัจจัยที่ได้จากการวิจัยนี้ ไปพัฒนาเป็นรูปแบบการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรม และกำหนดโครงการนำร่องขึ้นเพื่อทดสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของรูปแบบที่สร้างขึ้นกับองค์การการผลิตในหน่วยงานจริง ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6-12 เดือน

รายการอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567). สถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ.โรงงาน พ.ศ.2535 และพ.ร.บ.โรงงาน (ฉบับที่2) พ.ศ.2562. จำแนกตามจังหวัดรายจำพวก ณ สิ้นปี 2566. <https://www.diw.go.th/webdiw/static-fac/>
- เบญจพันธ์ มีเงิน. (2566). ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจและสังคมศาสตร์ (Research Methodology in Business & Social Sciences). ธาระพัฒน์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิเคชั่น.
- พัชรวรรณ สุทธิรักษ์. (29 สิงหาคม 2562). วัฒนธรรมนวัตกรรม. ฝ่ายฝึกอบรม สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. <https://www.ftpi.or.th/2019/31401>
- อนุสรณ์ สุวรรณวงศ์. (1 พฤศจิกายน 2556). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership). <https://thebaileygroup.com/the-7-characteristics-of-innovative-leadership>
- Brainzooming. (2019, August 15). 11 Ways to Share Ideas Successfully Implementation, Creativity, Idea maxnet. The Brainzooming Group. <https://www.brainzooming.com/blog/11-ways-to-share-ideas-successfully>
- Indeed. (2024, August 16). 12 Key Characteristics of a Culture of Innovation (With Tips). <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/characteristics-of-culture-of-innovation>
- Leland, E. & Salter, J. (2024). Supporting Innovation. Five Paths. <https://www.fivepaths.com/resources/supporting-innovation>
- Hutschenreiter, G., Weber, J. & Rammer, C. (2019). Innovation support in the enterprise sector: Industry and SMEs. OECD SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION POLICY PAPERSOECD. No. 82 Publishing, <https://doi.org/10.1787/4ffb2cbc-en>
- Pavlou, C. (2023). Talent Acquisition vs. Talent Management vs. HR: A primer. Workable Technology Limited. <https://resources.workable.com/hr-terms/talent-definition>
- Sekaran, U., 2003. Research methods for business: A skill building approach. John Wiley & Sons.
- Stacy, R. (2022, October 13). The 7 characteristics of innovative leadership. <https://thebaileygroup.com/the-7-characteristics-of-innovative-leadership/>
- Wimbush, F. (2024). 5 Steps You Can Implement to Encourage Idea Sharing At Work. Hire Talent. <https://www.preemploymentassessments.com/encourage-idea-sharing-at-work/>