อิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ABC

วิศิษฐ์ ชัยเทอดเกียรติ[1*] ภัทรดา รุ่งเรือง[2] และ Phyu Phyu Myint Naing[3]

[1]นักศึกษาปริญญาโท คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพฯ 10260 ประเทศไทย
[2,3]คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกเขตบางนา จังหวัดกรุงเทพฯ 10260 ประเทศไทย

***ผู้เขียนหลัก อีเมล์ wisitor@hotmail.com**

วันที่ได้รับบทความ: 15 มีนาคม 2569 วันที่แก้ไขบทความ: 9 เมษายน 2569 วันที่ตอบรับบทความ: 18 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาความสัมพันธ์ของการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ กับพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน และ 2. ศึกษาอิทธิพลของการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานบริษัท ABC ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ของไทยที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 50 ปี และกำลังอยู่ในช่วงการปรับตัวสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัท ABC จำนวน 88 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ตัวแปรทุกตัว ประกอบด้วย การสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุด คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($r = 0.837$) และ (2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมนวัตกรรมได้ร้อยละ 57.6 ($R^2 = 0.576$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คือ การรับรู้ประโยชน์ (β=0.63) ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (β= 0.337) และความง่ายในการใช้งาน (β= 0.196) เรียงตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรควรมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานจริง ควบคู่กับการสนับสนุนเชิงนโยบาย เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ: การสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี และ พฤติกรรมนวัตกรรม

The Influence of Organizational Support, Attitudes toward Technology Use, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on Employees' Innovative Work Behavior at ABC Company

Wisit Chaiturdkiet[1*], Patarada Rungrueng[2] and Phyu Phyu Myint Naing[3]

[1]MBA student Faculty of Accountancy and Management, Southeast Bangkok University

Bangna District, Bangkok 10260, Thailand

[2,3]Faculty of Accountancy and Management, Southeast Bangkok University Bangna District, Bangkok 10260, Thailand

*** Corresponding author's E-mail: wisitor@hotmail.com**

Received: 15 March, 2026 / Received in revised form: 9 April, 2026 / Accepted: 18 May, 2026

Abstract

This research aimed to: (1) examine the relationships among organizational support, attitude toward technology use, perceived ease of use, perceived usefulness, and innovative behavior in the workplace; and (2) investigate the influence of organizational support, attitude toward technology use, perceived usefulness, and perceived ease of use on employees' innovative behavior at ABC Company, a Thai medical device manufacturer with over 50 years of experience that is currently adapting to digital technology in its operations. The sample consisted of 88 employees from ABC Company. A questionnaire was used as the data collection instrument. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis.

The results indicated that: (1) Pearson's correlation analysis revealed that all variables organizational support, attitude toward technology use, perceived ease of use, and perceived usefulness were positively and significantly related to innovative behavior in the workplace at the 0.01 level. Among these, perceived ease of use showed the strongest relationship (r = 0.837); and (2) the multiple regression analysis demonstrated that the model explained 57.6% of the variance in innovative work behavior (R^2 = 0.576), which was statistically significant at the 0.05 level. The predictors, ranked in descending order of significance, were perceived usefulness (β = 0.63), attitude toward technology use (β = 0.337), and perceived ease of use (β = 0.196). These findings suggest that organizations should prioritize the development of user-friendly technologies that deliver tangible benefits, alongside supportive organizational policies, in order to foster innovative behavior among employees and enhance long-term organizational competitiveness.

Keywords: Organizational Support, Attitude toward Technology Use, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Innovative Work Behavior

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในระดับสากลถือเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่มีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด โดยข้อมูลจากสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย ระบุว่าตลาดเครื่องมือแพทย์โลกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ประมาณ 6.1% และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2570 มูลค่าตลาดจะสูงถึง 7.44 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศไทยแนวโน้มดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยคาดว่ามูลค่าตลาดภายในประเทศจะทะยานสูงกว่า 3.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมากกว่าหนึ่งแสนล้านบาท ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ย 8.1% ต่อปี ในช่วงปี 2562–2570 สอดคล้องกับรายงานของวิจัยกรุงศรี (Krungsri Research, 2023) ที่ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศช่วงปี 2565–2566 มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ย 5–7% ต่อปี ตามความต้องการด้านสุขอนามัยและการเข้าสู่สังคมสูงวัย

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางโอกาสในการเติบโต อุตสาหกรรมไทยกลับเผชิญกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ประมาณ 1,000 ราย ทว่าส่วนใหญ่ยังคงเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าขั้นพื้นฐานประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use device) เช่น ถุงมือยางหรือวัสดุสิ้นเปลือง มากกว่าการพัฒนานวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Thailand Development Research Institute [TDRI], 2025) ส่งผลให้ประเทศยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศคิดเป็นมูลค่ากว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี (NXPO, 2024) สภาวการณ์นี้สะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการยกระดับขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการไทย เพื่อเปลี่ยนผ่านจาก "ผู้ผลิตรับจ้าง" สู่ "ผู้สร้างนวัตกรรม"

หัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านนี้คือกระบวนการ Digital Transformation ซึ่ง Vial (2019) นิยามว่าเป็นกระบวนการที่มุ่งปรับปรุงกิจการโดยการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในคุณสมบัติขององค์กรผ่านการผสมผสานของเทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสาร และการเชื่อมต่อ สำหรับ บริษัท ABC ซึ่งเป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ นับเป็นตัวแทนเชิงประจักษ์ขององค์กรดั้งเดิมที่ดำเนินกิจการมายาวนานกว่า 50 ปี และกำลังเผชิญกับจุดเปลี่ยนสำคัญในการนำระบบสารสนเทศ (Information Systems) และระบบอัตโนมัติ (Automation) เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ ความท้าทายที่บริษัท ABC เผชิญมิใช่เพียงการลงทุนในตัวเครื่องมือ แต่คือการบริหารจัดการ ความหลากหลายของบุคลากรที่มีช่วงอายุ ประสบการณ์ทำงาน และระดับทักษะดิจิทัลที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับและการปรับตัวเชิงพฤติกรรม ในการอธิบายกลไกการยอมรับเทคโนโลยี งานวิจัยชิ้นนี้ได้ประยุกต์ใช้ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งมีรากฐานสำคัญมาจากงานวิจัยของ Davis (1989) ผู้เสนอว่าพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีถูกกำหนดโดยทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสองปัจจัยหลักคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) แนวคิดของ Davis ได้รับการพิสูจน์ความแม่นยำในบริบทอุตสาหกรรมไทยมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงการปรับตัวของภาคธนาคารสู่ระบบดิจิทัล (Digital Banking) และการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต (Industry 4.0) ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพผ่านนวัตกรรม (Venkatesh & Davis, 2000) อย่างไรก็ตาม การนำ TAM มาวิเคราะห์ในบริบทเฉพาะของ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ที่มีข้อกำหนดด้านมาตรฐานความปลอดภัยระดับสูงและมีวัฒนธรรมองค์กรแบบดั้งเดิมที่ยึดโยงกับทักษะความชำนาญเฉพาะบุคคล (Tacit Knowledge) จึงถือเป็นมิติใหม่ที่ท้าทายในการขยายองค์ความรู้จากภาคบริการสู่ภาคการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่มีความซับซ้อน

ด้วยเหตุนี้ แนวคิดเรื่อง การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) ตามหลักการของ Eisenberger et al. (1986) จึงถูกนำมาบูรณาการในฐานะตัวแปรต้นสำคัญ โดยเชื่อว่าเมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้คุณค่าและพร้อมสนับสนุนทรัพยากรในช่วงการเปลี่ยนผ่าน ย่อมส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีตามแนวทางของ TAM และนำไปสู่การแสดงออกซึ่ง พฤติกรรมนวัตกรรม (Innovative Work Behavior) ตามกรอบแนวคิดของ Scott and Bruce (1994) ซึ่งระบุว่าพฤติกรรมดังกล่าวเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล งาน และสภาพแวดล้อมทางสังคมในที่ทำงาน

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพล ด้านการสนับสนุนจากองค์กรและการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในบริษัท ABC ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ของไทยที่มีประวัติการดำเนินงานมานานกว่า 50 ปี และมีพนักงานอยู่หลากหลายช่วงอายุ ผลการศึกษาคาดว่าสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์กรไปสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างราบรื่นต่อไป.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของพนักงานบริษัท ABC
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior) ในองค์กร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี กับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้ช่วยเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง Technology Acceptance Model (TAM) และพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน โดยสะท้อนบทบาทของการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีต่อการส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมในบริบทขององค์กรธุรกิจด้านการแพทย์
2. ข้อค้นพบจากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบายขององค์กรในการวางแผน พัฒนา และออกแบบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงานตลอดจนสนับสนุนสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีและการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน
3. แนวทางจากการศึกษาสามารถใช้เป็นต้นแบบในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กร และสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือขยายผลในการศึกษาวิจัยในบริบทขององค์กรประเภทอื่น เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัลต่อไป.

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)

การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) หมายถึง ระดับการรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรให้คุณค่าในผลงานของตน และใส่ใจต่อความเป็นอยู่ที่ดีของตน (Eisenberger et al., 1986) แนวคิดนี้มีพื้นฐานจาก Organizational Support Theory ซึ่งอธิบายว่า เมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้การสนับสนุนอย่างเหมาะสม พนักงานจะเกิดพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กร เช่น ความผูกพัน ความตั้งใจทุ่มเท และพฤติกรรมที่เกินกว่าหน้าที่ตามบทบาทปกติ (extra-role behavior) (Eisenberger et al., 1986) นอกจากนี้ Kurtessis et al. (2017) ได้สังเคราะห์งานวิจัยจำนวนมากและพบว่า POS มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมเชิงบวกในที่ทำงาน โดยกลไกสำคัญของ POS ทำงานผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange) กล่าวคือ เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความยุติธรรม การสนับสนุน และการปฏิบัติที่ดีจากองค์กร จะเกิดความรู้สึกตอบแทนหรือความเป็นหนี้บุญคุณ ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร (Kurtessis et al., 2017).

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitudes toward Technology Use)

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีหมายถึง การรับรู้ ความเชื่อ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน ซึ่งสะท้อนผ่านการประเมินถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี ความสามารถในการควบคุมหรือใช้งานระบบ ความรู้สึกเชิงบวกต่อการใช้งาน รวมถึงความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้จริงในงานประจำ (Salele & Khan, 2022) โดยแนวคิดดังกล่าวเกี่ยวข้องทั้งกับความเชื่อเชิงเครื่องมือ เช่น การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของระบบ และความเชื่อส่วนบุคคล เช่น ความมั่นใจในความสามารถของตนเองหรือการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคม (Salele & Khan, 2022) งานวิจัยร่วมสมัยชี้ให้เห็นว่า แม้องค์กรจะมีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่พร้อม แต่หากผู้ใช้งานไม่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อเทคโนโลยี การนำระบบมาใช้จริงก็อาจไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร (Manuel III & Capistrano, 2025) ดังนั้น ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีในองค์กร.

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน

เทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการในการนำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิด ประโยชน์ในทางปฏิบัติและอุตสาหกรรม โดยสามารถจำแนกได้ถึง 5 ความหมาย (Good, 1973) ได้แก่

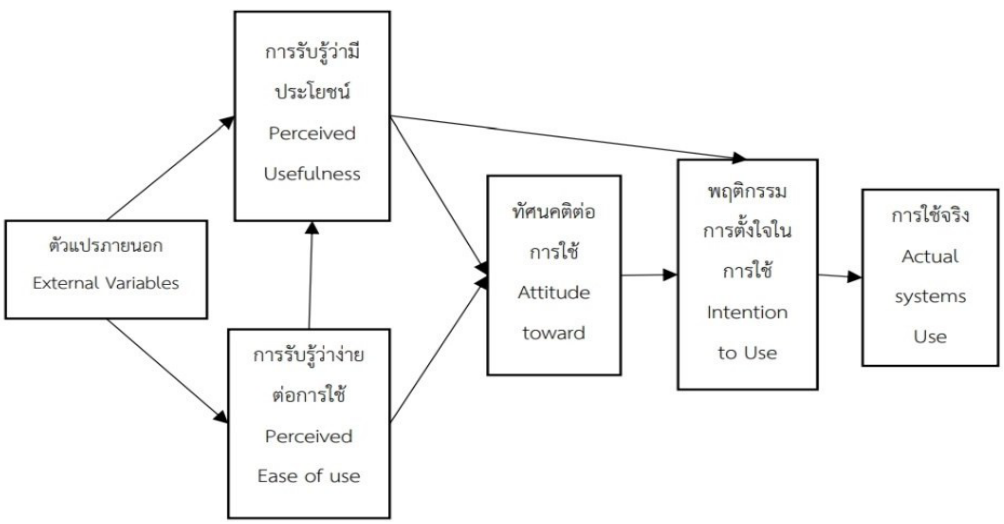
1. การศึกษาทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับเทคนิคโดยมีระบบวิธีการ
2. วิธีการทางวิทยาศาสตร์โดยนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาในเชิงการปฏิบัติ
3. การจัดระบบเพื่อจุดประสงค์ในทางการปฏิบัติ เพื่อก่อให้เกิดผลทางการเรียนการสอน โดยยึดหลักของข้อเท็จจริงและหลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้
4. ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ โดยระบบวิธีการที่ไว้ในอุตสาหกรรมศิลป์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน การประยุกต์ใช้ในโรงงานต่าง ๆ
5. การนำเอาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และตรรกศาสตร์มาใช้ เพื่อทำให้เกิด ประโยชน์ในความเจริญทางด้านวัตถุ

เทคโนโลยี หมายถึง การใช้เครื่องมือทางคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการเก็บประมวล ถ่ายทอด และการแสดงผลของข้อมูลในแบบรูปภาพ เสียง ตัวอักษร และตัวเลข โดยความสามารถในการรับส่งข้อมูล จากแหล่งข่าวสารจำนวนมาก สามารถส่งไปยังแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงและกว้างขวางซึ่งเทคโนโลยีนั้น สามารถจะพัฒนาระบบของข้อมูลในองค์กรได้เป็นอย่างดี (Taylor, 1988, อ้างถึงใน ลดาวัลย์ ไทยธัญพานิช, 2536)

จากความหมายของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ที่ผู้วิจัยกล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์หรือความรู้ในด้านอื่น ๆ ที่ได้จัดระเบียบดีแล้ว มาประยุกต์ใช้ ในด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อให้งานนั้นมีความสามารถและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์(PU) และความง่ายในการใช้งาน (PEOU)

Rogers (2003) ให้นิยาม การยอมรับ (Adoption) ว่า “การยอมรับคือการตัดสินใจของบุคคลที่จะใช้แนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่อย่างถาวร หลังจากผ่านกระบวนการเรียนรู้และประเมินแล้ว” กล่าวคือ การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือองค์กร ตัดสินใจใช้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ การยอมรับจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้รับรู้ว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์และเหมาะสมกับบริบทของตน



ภาพที่ 2 ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) (Davis,1989)

นอกจากนี้ยังมีอีกทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางของ Davis (1989) Technology Acceptance Model (TAM) ให้นิยามว่าการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีหลักหลักขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงประโยชน์(PU) และความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้งานจริง โดยทฤษฎีที่มีการพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) และงานวิจัยของ Pansuppawatt et al. (2024) และ Boonyachai (2024) ได้ทำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มาเป็นกรอบแนวคิดหลักและขยายตัวแปรให้เหมาะสมกับบริบทของรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย โดยพัฒนาเป็นแบบจำลอง BEVTAM ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า TAM สามารถประยุกต์ใช้และต่อยอดในบริบทที่หลากหลายได้ ซึ่งมีความสอดคล้องแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM ของ Davis (1989) ซึ่งแบบจำลองนี้ใช้ทดสอบพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลว่ามาจากความตั้งใจในการใช้ระบบใดระบบหนึ่งของผู้ใช้ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) สามารถกล่าวได้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้ระบบ (Attitude Toward Using) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของพฤติกรรมที่จะใช้ระบบ (Behavioral Intention to Use) และพฤติกรรมการยอมรับใช้งานจริง (Actual Usage Behavior) ตามลำดับ

พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB)

พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาองค์การ โดยหมายถึงพฤติกรรมเชิงรุกของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ การผลักดันแนวคิด และการนำแนวคิดไปใช้จริงในการทำงาน เพื่อปรับปรุงกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการทำงานขององค์การ (Janssen, 2000) แนวคิดดังกล่าวสะท้อนว่านวัตกรรมในองค์กรไม่ได้เกิดจากการคิดค้นแนวคิดใหม่เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงความสามารถในการผลักดันและประยุกต์ใช้แนวคิดให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในระดับงานหรือองค์การ

นักวิชาการ เช่น Scott and Bruce (1994) และ West and Farr (1990) อธิบายว่า IWB เกี่ยวข้องกับการคิดริเริ่มและการนำแนวทางใหม่มาใช้เพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ Janssen (2000) กล่าวว่าพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานประกอบด้วยสามขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การสร้างแนวคิดใหม่ (idea generation) การส่งเสริมแนวคิดให้ได้รับการยอมรับ (idea promotion) และการนำแนวคิดไปใช้จริงในการทำงาน (idea implementation) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่การพัฒนาแนวคิดจนถึงการนำไปใช้ในองค์การ (De Jong & Den Hartog, 2010) นอกจากนี้ Arif et al. (2012) พบว่า พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior) เป็นผลมาจากปัจจัยทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์การ เช่น การสนับสนุนจากองค์กร บรรยากาศการทำงาน และแรงจูงใจของพนักงาน

การสนับสนุนขององค์การต่อ “พฤติกรรมนวัตกรรม” ของพนักงาน

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) เป็นแนวคิดสำคัญในด้านพฤติกรรมองค์การ ซึ่งอธิบายถึงระดับที่พนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้คุณค่าแก่ผลงานของตนและให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของพนักงาน (Rhoades & Eisenberger, 2002) เมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้การสนับสนุนทั้งด้านทรัพยากร การยอมรับ และโอกาสในการพัฒนา พนักงานมักเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรและมีแรงจูงใจในการทุ่มเทต่อการทำงานมากขึ้น งานวิจัยเช่น Khan et al. (2025) และ Ekmekcioglu & Öner (2024). พบว่า POS มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการคิดริเริ่มแนวคิดใหม่ การพัฒนาวิธีการทำงาน และการนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงผลลัพธ์ขององค์กร (Zargar et al., 2025) เมื่อพนักงานรู้สึกว่าองค์กรสนับสนุนและเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น พวกเขามักมีความมั่นใจและกล้าที่จะเสนอแนวคิดใหม่มากขึ้น อนึ่ง Al-Taie and Khattak (2024) สนับสนุนว่าการสนับสนุนจากองค์กรช่วยกระตุ้นให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมและปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น POS จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานในองค์กร.

H1: การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานต่อพฤติกรรมนวัตกรรม

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทัศนคติของพนักงานต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Technology Use) และ พฤติกรรมนวัตกรรม (Innovative Work Behavior: IWB) ชี้ให้เห็นว่าทัศนคติของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการริเริ่มแนวคิดใหม่และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในองค์กร โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรที่กำลังปรับตัวสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติ งานวิจัยของ Aryany Pratiwi et al. (2023) พบว่า ทัศนคติของพนักงาน เช่น ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Sense of Belonging) และความเชื่อมั่นต่อระบบการทำงาน (Sense of Awe) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรม เนื่องจากเมื่อพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงานและต่อการใช้เทคโนโลยี พวกเขาจะมีแรงจูงใจในการคิดค้นแนวคิดใหม่และพัฒนาแนวทางการทำงานที่สร้างสรรค์มากขึ้น (Aryany Pratiwi et al., 2023)

งานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การสนับสนุนจากองค์กร เช่น การสนับสนุนจากหัวหน้างานและความยุติธรรมในกระบวนการมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างทัศนคติของพนักงาน โดยเฉพาะผ่านกลไกของ การเสริมพลังทางจิตวิทยา (Psychological Empowerment) ซึ่งช่วยให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมและสามารถควบคุมกระบวนการทำงานได้ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมนวัตกรรมในระดับที่สูงขึ้น (Aryany Pratiwi et al., 2023) อย่างไรก็ตาม หากองค์กรผลักดันให้พนักงานสร้างนวัตกรรมโดยขาดการสนับสนุนด้านทรัพยากรหรือการบริหารจัดการที่เหมาะสม อาจทำให้เกิดทัศนคติเชิงลบและความเหนื่อยล้าในการทำงาน ซึ่งจะลดแรงจูงใจและความตั้งใจในการมีส่วนร่วมกับพฤติกรรมนวัตกรรม (Zhang & Bartol, 2010)

ในเชิงทฤษฎี ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมนวัตกรรมสามารถอธิบายได้ผ่านหลายกรอบแนวคิดสำคัญ ได้แก่ Theory of Reasoned Action (TRA) ซึ่งเสนอว่าพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Fishbein & Ajzen, 1975) และ Theory of Planned Behavior (TPB) ซึ่งได้ขยายแนวคิดดังกล่าวโดยเพิ่มตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เพื่ออธิบายว่าบุคคลที่มีทัศนคติเชิงบวกและเชื่อว่าตนเองสามารถใช้เทคโนโลยีได้ จะมีแนวโน้มทดลองและนำเทคโนโลยีไปใช้จริงมากขึ้น (Ajzen, 1991) นอกจากนี้ Componential Theory of Creativity ยังอธิบายว่าการเกิดนวัตกรรมต้องอาศัยความรู้ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และแรงจูงใจภายใน ซึ่งทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีสามารถทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้พนักงานพัฒนาแนวคิดใหม่และผลักดันให้เกิดการนำไปใช้จริงในองค์กร (Amabile, 1983, 1996) ขณะเดียวกัน Technology Acceptance Model (TAM) ยังชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงาน (Davis, 1989)

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดทางทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Technology Use) เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมนวัตกรรมในองค์กร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงตั้งสมมติฐานว่า

H2: ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน (Attitude toward Technology Use) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

ความสัมพันธ์ระหว่าง Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness และ Innovative Work Behavior

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งพัฒนาโดย Fred Davis ในปี ค.ศ. 1989 เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการอธิบายพฤติกรรมของบุคคลในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ในองค์กร โดย TAM ชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานขึ้นอยู่กับการรับรู้หลักสองประการ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของบุคคล (Davis, 1989) องค์กรยุคดิจิทัล การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีไม่ได้เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ของพนักงาน ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดใหม่ การส่งเสริมแนวคิด และการนำแนวคิดใหม่ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์หรือบริการในองค์กร (Agarwal & Karahanna, 2000).

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และพฤติกรรมนวัตกรรม

Perceived Ease of Use (PEOU) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีสามารถเรียนรู้และใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก เมื่อระบบหรือเทคโนโลยีถูกออกแบบให้ใช้งานง่าย จะช่วยลดความซับซ้อนในการเรียนรู้ ลดภาระทางการรับรู้ (cognitive load) และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานในการโต้ตอบกับเทคโนโลยี (Kurniawati & Wijayadne, 2026) ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยียังช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และส่งเสริมให้พนักงานมีความกล้าที่จะทดลองใช้เทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ ๆ มากขึ้น ซึ่งกระบวนการทดลองและการสำรวจฟังก์ชันต่าง ๆ ของระบบสามารถนำไปสู่การค้นพบแนวทางการทำงานใหม่หรือวิธีแก้ปัญหาใหม่ ๆ ในองค์กรได้

การที่พนักงานสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่วจะช่วยเพิ่ม ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (self-efficacy) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้บุคลากรกล้าคิด กล้าทดลอง และกล้าพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนวัตกรรมในองค์กร (Agarwal & Karahanna, 2000) จากเหตุผลดังกล่าว การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการคิดค้นแนวคิดใหม่และพัฒนากระบวนการทำงานที่สร้างสรรค์มากขึ้น

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และพฤติกรรมนวัตกรรม

Perceived Usefulness (PU) หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว หรือคุณภาพของการทำงานให้ดีขึ้น (Davis, 1989) เมื่อพนักงานรับรู้ว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น พวกเขาจะมีแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวมากขึ้น เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ หรือระบบสนับสนุนการตัดสินใจ สามารถช่วยลดภาระงานที่ซ้ำซากจำเจ และช่วยจัดการข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว สิ่งนี้ช่วยให้พนักงานมีเวลาและทรัพยากรทางความคิด (cognitive resources) เหลือมากขึ้นในการมุ่งเน้นงานที่มีคุณค่าทางกลยุทธ์ เช่น การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน การคิดเชิงวิเคราะห์ และการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ งานวิจัยในช่วงหลังยังพบว่าการใช้เทคโนโลยี เช่น AI หรือระบบดิจิทัล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเปิดโอกาสให้พนักงานพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ ๆ ได้ (Agarwal & Karahanna, 2000) ดังนั้น เมื่อพนักงานรับรู้ว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง พวกเขาจะมีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์แนวคิดใหม่และพัฒนากระบวนการทำงานในองค์กร

ความสัมพันธ์ร่วมกันของ PEOU และ PU

ในกรอบแนวคิดของ TAM การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยความง่ายในการใช้งานจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและค้นพบประโยชน์ของเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น หากเทคโนโลยีมีความซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้งานอาจไม่สามารถรับรู้ถึงศักยภาพหรือประโยชน์ที่แท้จริงของเทคโนโลยีนั้นได้

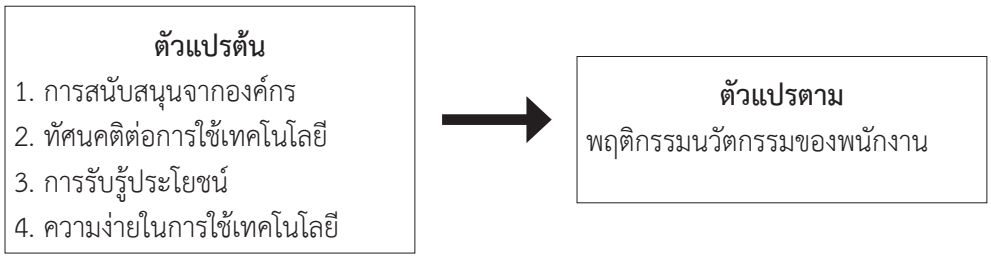
เมื่อเทคโนโลยีสามารถตอบโจทย์ทั้งด้านความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ในการทำงาน จะช่วยตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของพนักงานทั้งด้าน ความเป็นอิสระในการทำงาน (autonomy) และ ความรู้สึกว่าตนมีความสามารถ (competence) ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) และส่งผลให้พนักงานมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานมากขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลทางทฤษฎีดังกล่าว สามารถพัฒนาสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H3: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน Perceived Ease of Use (PEOU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

H4: การรับรู้ถึงประโยชน์ Perceived Usefulness (PU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB).

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือบุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติงานของบริษัท ABC ซึ่งเป็นองค์กรผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนานกว่า 50 ปี จำนวนทั้งสิ้น 104 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กันยายน 2565) เนื่องจากเป็นประชากรที่ทราบจำนวนแน่นอน ผู้วิจัยจึงดำเนินการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (e = 0.05) ซึ่งคำนวณขนาดตัวอย่างขั้นต่ำได้จำนวน 83 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นของข้อมูลและป้องกันความเสี่ยงจากการสูญหายหรือความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Non-response rate) ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำรองเพิ่มร้อยละ 5 ส่งผลให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้นเป็น 88 คน

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (POS) และปัจจัยตามแบบจำลอง TAM ที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 88 คน ถือว่ามีความเหมาะสมและมีอำนาจการทดสอบ (Statistical Power) ที่เพียงพอ โดยสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาของ Green (1991) ที่เสนอสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณไว้ที่ $N \geq 50 + 8m$ (โดย m คือจำนวนตัวอย่างพยากรณ์) ซึ่งในงานวิจัยนี้มีตัวแปรพยากรณ์รวม 3 ตัวแปรหลัก ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการคือ 74 คน นอกจากนี้ จำนวนดังกล่าวยังเป็นไปตามหลักการของ Hair et al. (2019) ที่ระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไม่ควรน้อยกว่า 5 เท่าของจำนวนตัวแปรที่ศึกษา (Ratio 5:1) และเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความคลาดเคลื่อนต่ำ ควรมีขนาดตัวอย่างตั้งแต่ 50 - 100 คนขึ้นไปสำหรับการวิเคราะห์ในองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะ (Niche Industry) เช่น อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 88 คน จึงมีความสอดคล้องกับเงื่อนไขทางสถิติและสามารถให้ผลการวิเคราะห์ที่เชื่อถือได้ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) (Davis, 1989; Janssen, 2000) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการทำงาน (2) คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรการสนับสนุนจากองค์กร การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU) และทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (3) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งวัดพฤติกรรมการคิดริเริ่ม การเสนอแนวคิด และการนำแนวคิดไปใช้ในการทำงาน และ (4) คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบเสนอความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยข้อคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยดำเนินการสองขั้นตอน ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยดัชนี IOC พบ

ว่าค่าทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าเครื่องมือมีความเหมาะสมในการนำไปใช้เก็บข้อมูล นอกจากนี้ยังทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ในทุกตัวแปร สอดคล้องกับเกณฑ์ที่เสนอโดย Nunnally (1978)

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Hair et al., 2019)

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์การถดถอย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงแบบปกติ (Normality) และปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Skewness และ Kurtosis และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งผลการตรวจสอบพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงสามารถดำเนินการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม.

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 มีช่วงอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.9 อายุงานในองค์กรต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.1 ประสบการณ์การใช้ระบบระหว่าง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 ความถี่ในการใช้ระบบ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 63.6

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 88 คน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ศึกษาในระดับค่อนข้างสูงทุกด้าน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	Mean	SD	ระดับความคิดเห็น
1.การสนับสนุนจากองค์กร (POS)	3.68	0.55	เห็นด้วยมาก
2.ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU)	3.71	0.54	เห็นด้วยมาก
3.การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	3.73	0.57	เห็นด้วยมาก
4.การรับรู้ประโยชน์ (PU)	3.53	0.63	เห็นด้วยมาก
5.พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (IWB)	3.54	0.66	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ศึกษา พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ทุกตัวแปร โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) มีค่าเฉลี่ย 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมาคือ ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU) มีค่าเฉลี่ย 3.71 และ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีค่าเฉลี่ย 3.68 ตามลำดับ ส่วน พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (IWB) และ การรับรู้ประโยชน์ (PU) มีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.53 ตามลำดับ ซึ่งยังอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเช่นกัน ทั้งนี้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.54–0.66 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีการกระจายตัวไม่มากและมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน.

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อประเมินระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ (Correlations) ของตัวแปรที่ศึกษา

(n = 88)

		POS	ATU	PEOU	PU	IWB
การสนับสนุนจากองค์กร (POS)	Pearson Correlation	1	.604**	.606**	.647**	.413**
ทัศนคติต่อการใช้งาน (ATU)	Pearson Correlation		1	.762**	.773**	.444**
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU)	Pearson Correlation			1	.837**	.625**
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	Pearson Correlation				1	.728**
พฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน (IWB)	Pearson Correlation					1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 2 แสดง ค่าสหสัมพันธ์ (Correlations) ของตัวแปรที่ศึกษา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 88 คน พบว่าตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.413–0.837 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) กับ การรับรู้ประโยชน์ (PU) (r = 0.837) ขณะที่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงาน (IWB) ในระดับปานกลาง (r = 0.413) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน.

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Use: ATU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) ที่มีต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficients)

Predictors	B	Std. Error	Beta	t	Sig	VIF
Constant	1.334	0.372	-	3.583	0.001	-
POS	0.072	0.044	0.060	1.625	0.033	1.817
ATU	0.409	0.231	0.337	1.775	0.007	2.883
PEOU	0.227	0.161	0.196	1.409	0.043	3.775
PU	0.892	0.150	0.863	5.932	0.000	4.148

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในตารางที่ 3 พบว่า แบบจำลองมีความเหมาะสม โดยมีค่า R = 0.759 และ R^2 = 0.576 แสดงว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานได้ ร้อยละ 57.6 และแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 28.211, p < 0.01)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Beta) พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานมากที่สุดคือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (PU) (β = 0.863) รองลงมาคือ ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (ATU) (β = 0.337) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) (β = 0.196) ตามลำดับ ขณะที่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในระดับค่อนข้างต่ำ (β = 0.060) นอกจากนี้ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.817 – 4.148 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 5 แสดงว่า ไม่พบปัญหาความสัมพันธ์พหุสหสัมพันธ์ (Multicollinearity) ระหว่างตัวแปรอิสระในแบบจำลอง

จากผลการวิเคราะห์สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

IWB = 1.334 + 0.072 (POS) + 0.409 (ATU)* + 0.227 (PEOU)*+ 0.892 (PU)**

สมการดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เมื่อค่าของตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ระดับพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานของพนักงาน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์	Sig	ผลการทดสอบ
H1	POS→IWB	0.033	Supported
H2	ATU→IWB	0.007	Supported
H3	PEOU→IWB	0.043	Supported
H4	PU→IWB	0.000	Supported

ตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (ATU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (PU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมมติฐาน H1, H2, H3 และ H4 ได้รับการสนับสนุนทั้งหมด โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมมากที่สุดคือ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (PU) รองลงมาคือ ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (ATU) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ขณะที่ การสนับสนุนจากองค์กร (POS) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรมในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่นในแบบจำลอง

อภิปราย และสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี กับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน โดยพิจารณาปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง Technology Acceptance Model (TAM) ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานรับรู้ว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และคุณภาพในการทำงาน พนักงานจะมีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานและพัฒนาแนวคิดใหม่ในการทำงาน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแบบจำลอง Technology Acceptance Model ของ Davis (1989) ซึ่งระบุว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีของบุคคล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Agarwal & Karahanna, 2000) และ Khan et al. (2025) ที่พบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude toward Technology Use: ATU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งสะท้อนว่าพนักงานที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีจะมีแนวโน้มเปิดรับแนวคิดใหม่และนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงาน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Theory of Reasoned Action (Fishbein & Ajzen, 1975) และ Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) ที่อธิบายว่าทัศนคติของบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aryany Pratiwi et al. (2023) ที่พบว่าทัศนคติเชิงบวกของพนักงานสามารถส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use: PEOU) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ที่อธิบายว่าความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีช่วยลดความซับซ้อนในการเรียนรู้และเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Kurniawati & Wijayadne, 2026) ที่พบว่าระบบเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายช่วยเพิ่มความสามารถของพนักงานในการทดลองใช้เทคโนโลยีและพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ ๆ

ประการสุดท้าย ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน แม้ว่าระดับอิทธิพลจะต่ำกว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Eisenberger et al. (1986) และ Kurtessis et al. (2017) ที่ระบุว่าการสนับสนุนจากองค์กรช่วยสร้างแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมเชิงบวกของพนักงาน รวมถึงพฤติกรรมนวัตกรรม เมื่อพิจารณาในบริบทของ บริษัท ABC ซึ่งเป็นองค์กรขนาดเล็กในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของไทยที่ดำเนินกิจการมายาวนานกว่า 50 ปี พบว่าองค์กรที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนานมักมีรูปแบบการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ค่อนข้างมั่นคง การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้จึงเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ผลการวิจัยสะท้อนว่าการออกแบบเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายและมีประโยชน์ต่อการทำงานจริงสามารถช่วยลดแรงต้านต่อการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

สรุปได้ว่า การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากองค์กร ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี กับพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานพบว่าการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี และความง่ายในการใช้งาน สะท้อนว่าหากพนักงานมองว่าเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ใช้งานไม่ซับซ้อน และมีมุมมองเชิงบวก จะส่งเสริมการคิดริเริ่มและพัฒนานวัตกรรมได้ดีขึ้น ขณะที่การสนับสนุนจากองค์กรมีผลเชิงบวกแต่ในระดับรอง โดยในองค์กรจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 50 ปี มีพนักงานหลากหลายช่วงวัย และเพิ่งเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การบริหารการเปลี่ยนแปลงควบคู่กับการออกแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

ผลการวิจัยช่วยสนับสนุนกรอบแนวคิดของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน นอกจากนี้ งานวิจัยยังช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมนวัตกรรมในบริบทขององค์กรขนาดเล็กที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนาน ซึ่งยังมีการศึกษาค่อนข้างจำกัดในวรรณกรรมด้านการจัดการองค์กร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่าการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงาน รองลงมาคือทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี (ATU) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) สะท้อนให้เห็นว่ากลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพฤติกรรมนวัตกรรมมิได้อยู่ที่การมีเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับระดับที่พนักงานรับรู้ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถสร้างคุณค่าและยกระดับผลการปฏิบัติงานได้จริง

ในบริบทของบริษัท ABC ซึ่งเป็นองค์กรที่มีประวัติการดำเนินงานยาวนานกว่า 50 ปี แต่เพิ่งเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลจึงเป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย โดยเฉพาะการปรับตัวของพนักงานที่คุ้นชินกับรูปแบบการทำงานเดิม ดังนั้น บริษัทควรมุ่งเน้นการออกแบบและคัดเลือกเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับลักษณะงาน (task–technology alignment) และสามารถแสดงผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพได้อย่างชัดเจน เช่น การลดขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า หรือการเพิ่มความแม่นยำในการดำเนินงาน

ในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บริษัทควรส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการใช้งานจริง ควบคู่กับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา เพื่อเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกและลดแรงต้านต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานที่มีประสบการณ์ยาวนาน

ขณะเดียวกัน การออกแบบระบบให้ใช้งานง่ายควรถูกพิจารณาในเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการลดภาระทางการรับรู้ และเอื้อให้พนักงานสามารถทดลองและพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

โดยสรุป ข้อเสนอแนะดังกล่าวสอดคล้องกับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย เนื่องจากสามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบทั้งระบบเทคโนโลยีและกระบวนการบริหารจัดการของบริษัท ABC เพื่อแปลงการยอมรับเทคโนโลยีไปสู่การสร้างพฤติกรรมนวัตกรรมได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ข้อจำกัดของการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเนื่องจากเก็บข้อมูลจากพนักงานในองค์กรเพียงแห่งเดียวซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถอธิบายบริบทขององค์กรอื่นได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก จึงอาจไม่สามารถอธิบายกลไกเชิงลึกของพฤติกรรมนวัตกรรมของพนักงานได้อย่างสมบูรณ์ การวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังองค์กรในอุตสาหกรรมอื่น และใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานหรือการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้าง (SEM) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS quarterly, 24*(4), 665-694.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211.

Al-Taie, M., & Khattak, M. N. (2024). The impact of perceived organizational support and human resources practices on innovative work behavior: does gender matter?. *Frontiers in Psychology, 15*, 1401916. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1401916

Amabile, T. M. (1983). *The social psychology of creativity*. Springer.

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context.* Westview Press.

Arif, S., Zubair, A., & Manzoor, Y. (2012). Innovative work behavior and communication climate among employees of advertising agencies. *FWU Journal of Social Sciences, 6*(1), 65-72.

Aryany Pratiwi, N., Fatimah, S., & Kukuh Susilo, A. (2023). The impact of organizational support and employee attitude to innovative work behavior mediating role of psychologic empowerment. *Journal of Information and Organizational Sciences, 47*(2), 445-472. https://doi.org/10.31341/jios.47.2.11

Boonyachai, Y. (2024). Technology Acceptance and Marketing Mix Affecting Attitude and Intention of Working-Age People to use Electric Vehicles in Bangkok and Metropolitan Region. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand, 13*(2), 140-156. [in Thai]

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340.

De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2010). Measuring innovative work behavior. *Creativity and Innovation Management, 19*(1), 23–36.

Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71*(3), 500–507.

Ekmekcioglu, E. B., & Öner, K. (2024). Servant leadership, innovative work behavior and innovative organizational culture: the mediating role of perceived organizational support. *European Journal of Management and Business Economics, 33*(3), 272-288. https://doi.org/10.1108/EJMBE-08-2022-0251

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Addison-Wesley.

Good, K. J. (1973). Social facilitation: Effects of performance anticipation, evaluation, and response competition on free associations. *Journal of Personality and Social Psychology, 28*(2), 270-275.

Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivariate behavioral research, 26*(3), 499-510.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort–reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 73*(3), 287–302. https://doi.org/10.1348/096317900167038

Khan, M. I., Salendu, A., Azzahra, F., & Hussain, S. (2025). The Impact of Organizational Culture on Innovative Work Behavior Mediating Role of Perceived Organizational Support in Indonesian Small and Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Psychological Perspective, 7*(1), 61-76.

Krungsri Research. (2023). *Medical devices industry outlook in Thailand.* Bank of Ayudhya. Krungsri Research. [in Thai]

Kurniawati, A. D., & Wijayadne, D. R. (2026). The Role of Trust and Perceived Usefulness as Mediators of the Influence of Personal Innovation on Intention to Use. *Calitatea, 27*(210), 183-191.

Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., & Adis, C. S. (2017). Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation. *Journal of Management, 43*(6), 1854–1884. https://doi.org/10.1177/0149206315575554

Manuel III, M. C., & Capistrano, E. P. S. (2025). Self-efficacy and attitudes toward healthcare technology use: Empirical evidences from the Philippines. *Asia Pacific Management Review, 30*(3), 100338. https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2024.12.002

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

NXPO. (2024, September 11). *White Paper: Advancing the Medical Device Industry through Local Innovation in Thailand 2024.* Office of the National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council. https://www.nxpo.or.th/th/en/27933/

Pansuppawatt, A., Samart, Y., Thoumrungroje, P., & Pansuppawatt, P. (2024). Causal Factors of Intention to use e-payment: An Empirical Investigation in Thailand. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand, 13*(1), 33-47. [in Thai]

Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology, 87*(4), 698–714.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Salele, N., & Khan, M. S. H. (2022). Engineering trainee-teachers' attitudes toward technology use in pedagogical practices: extending computer attitude scale (CAS). *Sage Open, 12*(2), 21582440221102436. https://doi.org/10.1177/21582440221102436

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal, 37*(3), 580–607.

Thailand Development Research Institute (TDRI). (2025, August28). *Breaking barriers for Thai innovations. Thailand Development Research Institute.* https://tdri.or.th/en/2025/08/breaking-barriers-for-thai-innovations/

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46*(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic I nformation Systems, 28*(2), 118–144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

West, M. A., & Farr, J. L. (1990). Innovation at work. In M. A. West, & J. L. Farr (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies* (pp. 3–13). John Wiley.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

Zargar, P., Daouk, A., & Chahine, S. (2025). Driving innovative work behavior among university teachers through work engagement and perceived organizational support. *Administrative Sciences, 15*(7), 246. https://doi.org/10.3390/admsci15070246

Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and employee creativity: The influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Academy of management journal, 53*(1), 107-128.