

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Causal Relationship Model of Factors Influencing the Innovative Behavior of Beverage Company Employees in Surat Thani Province

¹ชญาณุช เรือนนุช และ ²ประพล เปรมทองสุข
¹Chayanuch Ruannut and ²Prapon Premthongsuk

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Faculty of Management Science, Silpakorn University, Thailand.
E-mail: ¹ruannut_c@su.ac.th, ²premthongsuk_p@su.ac.th

Received August 28, 2024; Revised September 26, 2024; Accepted October 1, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม 2) อิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กร 3) อิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อแรงจูงใจในการทำงาน 4) อิทธิพลทางตรงของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม 5) อิทธิพลทางตรงของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม 6) อิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านวัฒนธรรมองค์กร และ 7) อิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านแรงจูงใจในการทำงาน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 185 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมอยู่ในระดับสูงทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ,4.52 ,4.41 และ 4.49 ตามลำดับ 2) อิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3) อิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) อิทธิพลทางตรงของวัฒนธรรมองค์กรไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 5) อิทธิพลทางตรงของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 6) อิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 7) อิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง; วัฒนธรรมองค์กร; แรงจูงใจในการทำงาน; พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม; พนักงานในบริษัทเครื่องดื่ม

Abstract

This article aims to study 1) the level of opinions on transformational leadership, organizational culture, work motivation, and innovative behavior, 2) the direct influence of transformational leadership on organizational culture, 3) the direct influence of transformational leadership on work motivation, 4) the direct influence of organizational culture on innovation behavior, 5) the direct influence of work motivation on innovation behavior, 6) the indirect influence of transformational leadership on innovation behavior through organizational culture, and 7) the indirect influence of transformational leadership on innovation behavior through work motivation. A questionnaire was used to collect data from a sample group of 185 employees of a beverage company in Surat Thani Province.

The research results found that 1) The level of opinions on transformational leadership, organizational culture, work motivation, and innovative behavior were all at a high level, with means of 4.49, 4.52, 4.41, and 4.49, respectively. 2) The direct influence of transformational leadership on organizational culture was statistically significant at the 0.001 level. 3) The direct influence of transformational leadership on work motivation was statistically significant at the 0.001 level. 4) The direct influence of organizational culture had no influence on innovative behavior at the 0.05 level of significance. 5) The direct influence of work motivation on innovative behavior was statistically significant at the 0.001 level. 6) The indirect influence of transformational leadership on innovation behavior through organizational culture was statistically significant at the 0.001 level. 7) The indirect influence of transformational leadership on innovation behavior through work motivation was statistically significant 0.001

Keywords: Transformational Leadership; Organizational Culture; Work Motivation; Innovation Behavior; Employees in A Beverage Company

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีผู้ผลิตจำนวนมาก และมีความหลากหลายของสินค้า ทั้งด้านรสชาติ และด้านบรรจุภัณฑ์ จะเห็นได้จากนวัตกรรมสินค้าที่บรรดาผู้ผลิตต่างคิดค้นและพัฒนาออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง ประกอบกับปัจจัยความท้าทายจากภายนอก เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น โครงสร้างประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ทำให้รูปแบบความต้องการสินค้าเครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคชาวไทยเปลี่ยนไป ขณะที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อสร้างความแตกต่าง และพัฒนาสินค้าของตนที่ไม่เพียงเป็นเครื่องดื่มดับกระหาย แต่ต้องดีต่อสุขภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้ด้วย (สถาบันอาหาร, 2019)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วและความไม่แน่นอนของตลาดทำให้องค์กรต่างๆ ต้องตอบสนองและยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อส่งเสริมรูปแบบความเป็นผู้นำแบบใหม่ที่สามารถส่งเสริมนวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่สามารถสร้างนวัตกรรมในองค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเมื่อผู้นำมีส่วนร่วมกับผู้ตาม ยกระดับ

แรงจูงใจ สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ส่งเสริมการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลและช่วยเหลือในการเข้าสังคม เพื่อค้นหาและนำแนวคิดไปปฏิบัติ การเป็นผู้นำที่เน้นสร้างการเปลี่ยนแปลงจะต้องค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากการที่นำความเปลี่ยนแปลงมาสู่องค์กรอย่างรวดเร็วและกะทันหัน อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจดีที่อยากจะให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จึงควรรักษาคุณลักษณะนี้มาใช้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กร (Techsauce Team, 2565)

การศึกษาด้านนวัตกรรมใหม่ๆที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ การใช้ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี ทั้งระดับพนักงาน และผู้บริหารองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในประเทศไทยในระยะหลังเริ่มมีมากขึ้น เนื่องจากบริบทของสังคมโลกเปลี่ยนแปลงไป รัฐบาลไทยจึงได้มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาประชากร เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประเทศไทยในยุค 4.0 ภายใต้ วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” จึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูประบบวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สิริฤกษ์ ทรงศิริวิไล, 2561) ผลักดันยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ให้ประกาศใช้เป็นกรอบแนวทางของประเทศในการสร้างงานวิจัยและนวัตกรรมที่สามารถใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้จริง และเพิ่มขีดความสามารถของภาคการผลิตและบริการ

บทความนี้มาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งปัจจัยตัวแปรต้นดังกล่าวมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะเป็นตัวกำหนด และผลักดันให้เกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน โดยเลือกทำการศึกษาในบริษัทเครื่องดื่ม เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูง มีความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์ มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่า ผลที่ได้รับจากการศึกษานี้ จะเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารองค์กร ผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัทเครื่องดื่มสามารถนำไปใช้ในการวางแผน และกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ทำให้เห็นถึงแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ประสิทธิภาพขององค์กรขับเคลื่อนไปในทิศทางบวกการเติบโตของธุรกิจ ถ้าพนักงานมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรจะประสบความสำเร็จ และเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันแบบยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อแรงจูงใจในการทำงาน
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม
6. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านวัฒนธรรมองค์กร
7. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านแรงจูงใจในการทำงาน

สมมติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อวัฒนธรรมองค์กร (H1)
2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (H2)
3. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อแรงจูงใจในการทำงาน (H3)
4. วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (H4)
5. แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (H5)
6. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านวัฒนธรรมองค์กร (H6)
7. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านแรงจูงใจในการทำงาน (H7)

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการหรือการทำงาน เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม โดยการเปลี่ยนสภาพหรือเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง พัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานหรือผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของกลุ่ม จูงใจให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามมองไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ของกลุ่มหรือสังคม ซึ่งกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามจะกระทำโดยผ่านองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ (4Is) คือ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Bass & Avolio, 1994) ตามรายละเอียดโดยย่อดังนี้ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence: II) หมายถึง ระดับพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการ หรือการทำงานที่เป็นกระบวนการทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามมีการยอมรับ เชื่อมั่นศรัทธา ภาคภูมิใจ และไว้วางใจในความสามารถของผู้นำ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational amotivation : IM) หมายถึง ระดับพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการหรือการทำงานที่เป็นกระบวนการทำให้ผู้ร่วมงานหรือผู้ตาม มีแรงจูงใจภายในหรือมีแรงบันดาลใจ ทำงานเพื่องานด้วยความเพลิดเพลิน ด้วยใจรัก ด้วยความรู้สึที่เห็นคุณค่าของงาน 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation: IS) หมายถึง ระดับพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการ หรือการทำงานที่เป็นกระบวนการ กระตุ้นผู้ร่วมงานหรือผู้ตามให้เห็นวิธีการหรือแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individuallized Consideratio :IC) หมายถึง ระดับพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการ หรือการทำงานโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล มีการเอาใจเขามาใส่ใจเรา มีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางและเป็นรายบุคคล สนใจและเอาใจใส่ผู้ร่วมงานหรือผู้ตามเป็นรายบุคคล มีการวิเคราะห์ความต้องการและความสามารถของแต่ละบุคคล สามารถส่งเสริมให้มีทักษะในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการจัดกระบวนการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมทันสมัย มียืดหยุ่นเพียงพอที่จะช่วยให้อุบลากรเกิดความรุ้ความเข้าใจและพัฒนาความคิดใหม่ๆรวมถึงปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ (วรชัย สิงห์ฤกษ์ และประสพ ชัยพสุนนท์, 2562)

วัฒนธรรมองค์กร (Robbins, 2004) ได้ให้ความหมายว่า เป็นสิ่งที่ใช้ร่วมกันถูกสร้างขึ้นโดยพลเมืองที่เคยสร้างความแตกต่างกับองค์กรอื่นๆ ระบบความหมายที่มีชุดคุณลักษณะสำคัญของค่านิยมขององค์กร (ระบบความหมายร่วมกันที่สมาชิกถือครองซึ่งทำให้องค์กรแตกต่างจากองค์กรอื่น) ระบบความหมายที่ใช้ร่วมกันคือชุดของลักษณะสำคัญที่องค์กรให้ความสำคัญ) เมื่อพิจารณาโดยสังเขป Robbins ได้ให้ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรไว้ดังนี้ 1) นวัตกรรมและการยอมรับความเสี่ยง (Innovation and Risk-Taking) เป็นขอบเขตที่องค์กรส่งเสริมพนักงานมีความคิดสร้างสรรค์และกล้าเสี่ยง นอกจากนี้ ยังชื่นชมวิธีที่องค์กรวัดการรับความเสี่ยงโดยพนักงาน และพนักงานสร้างสรรค์ความคิด 2.ความใส่ใจในรายละเอียด (Attention to detail) คือขอบเขตที่องค์กรคาดหวังให้พนักงานทำแสดงให้เห็นถึงความถูกต้อง การวิเคราะห์ และความใส่ใจในรายละเอียด การดำเนินงานขององค์กรร่วมกันของอาคารผู้โดยสาร ได้แก่ : เสริมสร้างการบินที่จำนวนยานพาหนะและผู้โดยสารเข้าออกอาคารผู้โดยสาร ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อกำหนดด้านการบริหารและทางเทคนิคของยานพาหนะที่ใช้งานได้จริง

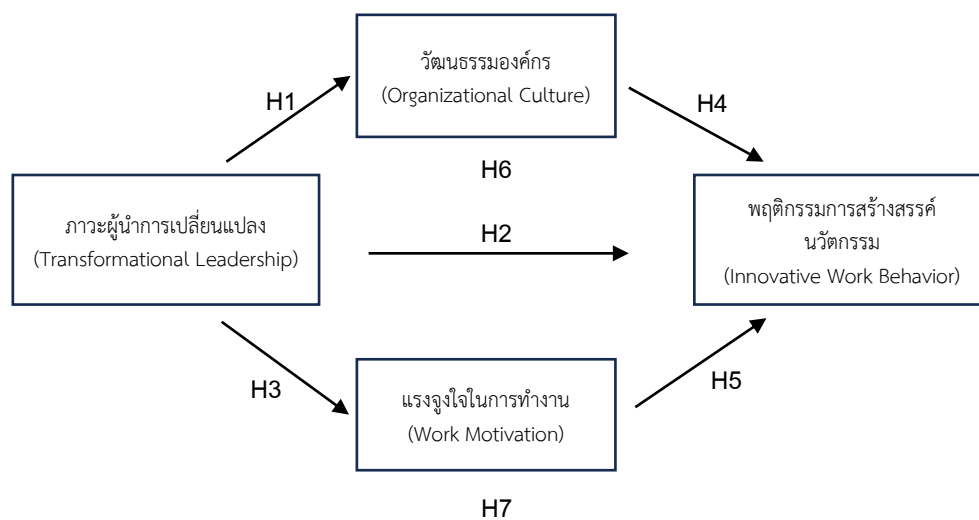
แรงจูงใจในการทำงาน ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) ทฤษฎีความต้องการลำดับขั้นของมาสโลว์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางที่สุดทฤษฎีแรงจูงใจ พัฒนาโดยอับราฮัม มาสโลว์(พ.ศ. 2486) ในคริสต์ทศวรรษ 1940 และ 1950 อับราฮัม มาสโลว์เชื่อว่ามนุษย์เป็นคนดีจึงแย้งว่าบุคคลมีแรงผลักดันภายในที่เติบโตอย่างต่อเนื่องที่มีศักยภาพสูง ระบบลำดับขั้นความต้องการคิดค้นโดย (Maslow ,1954) เป็นที่นิยมใช้กันทั่วไปโครงการจำแนกแรงจูงใจของมนุษย์ มันเกี่ยวข้องกับเหตุจูงใจ 5 ประเภทที่จัดอยู่ในระดับล่างความต้องการเบื้องต้นซึ่งต้องทำให้พอใจก่อนที่ความต้องการระดับสูงจะเข้ามา มีบทบาทความต้องการทั่วไป 5 ระดับแสดงตามลำดับขั้นต่อไปนี้ 1) สรีรวิทยา ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ที่พักอาศัย เพศ และความต้องการทางร่างกายอื่นๆ 2) ความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัย และการป้องกันจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ3) สังคม ความรัก ความเป็นเจ้าของ การยอมรับ และมิตรภาพ 4) ความนับถือ ปัจจัยภายใน เช่น การเคารพตนเอง ความเป็นอิสระ ความสำเร็จ และปัจจัยภายนอกดังกล่าว เช่น สถานะการยอมรับ และความเอาใจใส่ 5) การตระหนักรู้ในตนเอง ขับเคลื่อนให้เป็นอย่างที่เป็นสามารถเป็น; รวมถึงการเติบโต การบรรลุผลศักยภาพของตนเอง และการเติมเต็มในตนเองระดับความทะเยอทะยานของบุคคลมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดลำดับขั้นของความ ต้องการและทัศนคติจะกำหนดเส้นทางส่วนบุคคลที่บุคคลนั้นใช้สำหรับการสนองความต้องการของเขา ที่หมวดความต้องการขั้นสูงสุดที่มาสโลว์บรรยายไว้ก็คือของการตระหนักรู้ในตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุภาพรเพ่งพิศ, 2564) พบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ผลงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม (Kleysen and Street, 2001) ได้แบ่งพฤติกรรมนวัตกรรมส่วนบุคคลออกเป็น 5 ระยะ รวมถึงการมองหาโอกาส การสร้างแนวคิด การสนับสนุนการวิจัย และการประยุกต์ โดยพฤติกรรมนวัตกรรมส่วนบุคคล 289 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรม 28 ฉบับ พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งของบุคลากรในองค์การยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และบุคคลทุกคนมีความคิดสร้างสรรค์อยู่แล้ว แต่ระดับในการนำมาใช้นั้นแตกต่างกัน และสรุปได้ว่า พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม เป็นการแสดงออก หรือการกระทำของบุคคลในการคิด แนะนำ และทดลองนำสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ ไปใช้ในองค์การ โดยมีพฤติกรรมทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) พฤติกรรมด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) หมายถึง การค้นหาโอกาสในการจะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาสิ่งเดิม ๆ ให้ใหม่มีคุณค่ามากขึ้น 2) พฤติกรรมด้านความคิดริเริ่ม (Creativity or Generativity) หมายถึง การแสดงออกถึงความสนใจขั้นต้นในการกำหนดและขึ้นนำสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับขององค์การจนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง 3) พฤติกรรมด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Formative Investigation) หมายถึงการวิเคราะห์และพิจารณาถึงความคิด

ใหม่ที่คิดขึ้นมา 4) พฤติกรรมด้านการประยุกต์ใช้ (Application) หมายถึง การนำความคิดใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยจะต้องมีการนำไปทดลองประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยตามแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ (Bass & Avolio , 1994) แนวคิดวัฒนธรรมองค์กรของ (Robbins , 2004) แนวคิดแรงจูงใจในการทำงานของ (Maslow , 1954) และแนวคิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของ (Kleysen and Street , 2001) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงานบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 185 คน โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง Structural Equation Modeling (SEM) โดยใช้วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood) ในการประมาณค่า ซึ่งมีการคำนวณกลุ่มประมาณ 5-20 เท่า ของตัวแปรในโมเดล (Hair, 2010) อย่างไรก็ตาม จากคำแนะนำของ (Hair et al. , 2010) ซึ่งได้กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ควรไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง เพราะขนาดจำนวนตัวอย่าง ที่น้อยเกินไปจะไม่เพียงพอในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งในงานวิจัยนี้มีข้อคำถาม (ตัวแปร) ทั้งหมด 37 ตัว ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมต่อการศึกษาในครั้งนี้ เท่ากับ 185 (5x37) เพื่อให้ผลการศึกษามี

ความน่าเชื่อถือและป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดใน งานวิจัยที่อาจจะเกิดขึ้นได้ผู้วิจัยจึงตัดสินใจใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 185 คน จึงถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการ โดยอิงสัดส่วนความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างกับจำนวนพนักงาน โดยแบ่งจำนวนเป็นดังนี้ ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ พนักงานฝ่ายผลิต จำนวน 103 คน ฝ่ายบริหาร จำนวน 34 คน ฝ่ายวิศวกรรม จำนวน 25 คน และฝ่ายประกันคุณภาพ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 23 คน จากจำนวนตัวอย่าง 225 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผู้ศึกษาวิจัยจัดทำแบบสอบถามฉบับร่างจากการประมวลแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะแบบแสดงรายการเพื่อให้เลือกตอบ (Checklist) ปัจจัยด้านส่วนบุคคล มีจำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การทำงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นแบบสอบถามใช้วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพัฒนาขึ้นโดยใช้แนวคิดของ (Bass & Riggio, 2010) ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลเชิงอุดมคติ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีข้อคำถาม 12 ข้อ โดยใช้การวัดแบบมาตรฐานประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร แบบสอบถามวัฒนธรรมองค์กรใช้วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร มีข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ โดยใช้การวัดแบบมาตรฐานประเมินค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน มีข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ โดยใช้การวัดแบบมาตรฐานประเมินค่า ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม แบบสอบถามนี้ใช้วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ โดยใช้การวัดแบบมาตรฐานประเมินค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ผลการทดสอบ พบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Best, 1993)

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านทดสอบความเที่ยงตรงแล้วจำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบก่อนใช้จริง (Pre-Test) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เมื่อได้ครบ 30 ชุด แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ในช่วง 0.741-0.974 ซึ่งมากกว่า 0.6 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ (Cronbach, 1951)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) 2) การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องดื่ม ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ในส่วนของสถิติพรรณนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ 3) การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.1 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.9 ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ผู้ที่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 43.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 42.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสังกัดฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 55.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 61.6 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.4

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยรวม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น ที่มีต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	4.49	0.71	สูง
วัฒนธรรมองค์กร	4.52	0.69	สูง
แรงจูงใจในการทำงาน	4.41	0.71	สูง
พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม	4.49	0.73	สูง

จากตารางที่ 1 พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ซึ่งอยู่ในระดับสูง วัฒนธรรมองค์กร มีระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แรงจูงใจในการทำงาน องค์กร มีระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ซึ่งอยู่ในระดับสูง และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ซึ่งอยู่ในระดับสูง

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีต่อ พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องตัดหญ้าหนึ่ง

การตรวจสอบความสัมพันธ์และการแจกแจงปกติ

ผลการตรวจสอบ พบว่าตัวแปรทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่าง 0.452 ถึง 0.947 แสดงว่าตัวแปรทั้งหมดไม่มีความสัมพันธ์และเมื่อพิจารณาค่าเบ้ พบว่ามีค่าระหว่าง -2.249 ถึง -1.068 และค่าความโด่ง มีค่าระหว่าง 0.159 ถึง 8.289 ซึ่งมีค่าความเบ้ไม่เกิน ± 3 และความโด่งไม่เกิน ± 10 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีการแจกแจงปกติ จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมดแสดงว่าข้อมูลที่ได้มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ต่อไป

ผลการตรวจสอบโมเดลการวัด

ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factory Analysis :CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบของโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับโมเดลที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, วัฒนธรรมองค์กร, แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีความสอดคล้องกับโมเดลทางทฤษฎีหรือไม่ซึ่งผลจากการวิเคราะห์โมเดลการวัด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลการวัด

ดัชนีความสอดคล้อง	CMIN/ DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	C.R.	AVE.
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	1.279	0.002	0.997	0.965	1.000	0.039	0.904	0.706
วัฒนธรรมองค์กร	0.079	0.001	1.000	0.998	1.000	0.000	0.897	0.690
แรงจูงใจในการทำงาน	0.009	0.000	1.000	1.000	1.000	0.000	0.882	0.655
พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม	2.145	0.005	0.994	0.942	0.998	0.079	0.886	0.662

จากตารางที่ 2 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการวัดทุกค่าเป็นไปตามเกณฑ์ แสดงว่าโมเดลการวัดทั้งหมดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

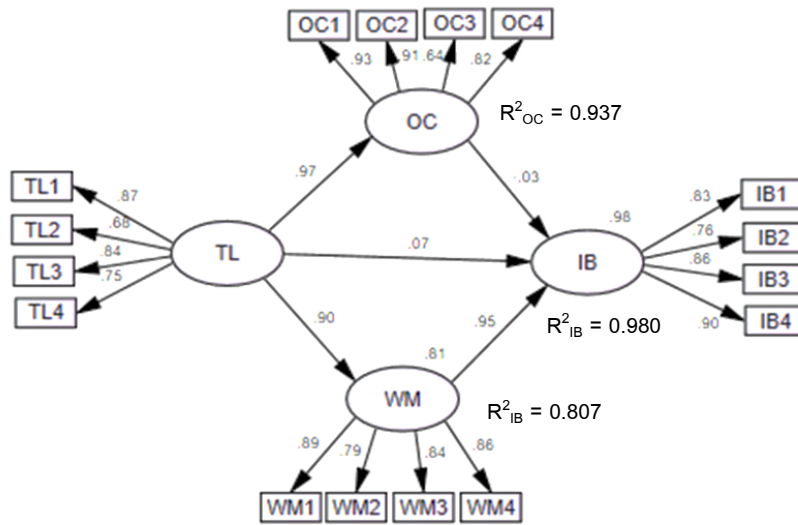
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ (Hair et al., 2014) มีรายละเอียดดังนี้ จากการวิเคราะห์สมการโครงสร้างมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดย ค่า CMIN/DF เท่ากับ 2.901, RMR เท่ากับ 0.027, GFI เท่ากับ 0.934, CFI เท่ากับ 0.984 และ RMSEA เท่ากับ 0.102 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาทั้งหมด แสดงว่า โมเดลโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และแสดงค่าน้ำหนักการถดถอยมาตรฐานและ R^2 ได้ดังตารางที่ 3 และแผนภาพที่ 2

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักการถดถอยมาตรฐานและค่า R^2

เส้นทาง	β	S.E.	C.R.	P	สรุป
TL \rightarrow OC	0.968	0.081	13.390	0.000	เป็นไปตาม H1
TL \rightarrow IB	0.075	0.000	0.000	0.000	เป็นไปตาม H2
TL \rightarrow WM	0.898	0.463	8.320	0.000	เป็นไปตาม H3
OC \rightarrow IB	0.031	1.370	0.045	0.763	ไม่เป็นไปตาม H4
WM \rightarrow IB	0.953	0.307	9.662	0.000	เป็นไปตาม H5
TL \rightarrow OC \rightarrow IB	0.887	0.000	0.000	0.000	เป็นไปตาม H6
TL \rightarrow WM \rightarrow IB	0.005	0.071	0.062	0.000	เป็นไปตาม H7

$R^2_{OC}=0.937$ $R^2_{WM}=0.807$ และ $R^2_{IB}=0.980$



ภาพที่ 2 ผลวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

หมายเหตุ: TL = ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง; OC = วัฒนธรรมองค์กร; WM = แรงจูงใจในการทำงาน; IB = พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

จากตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักการถดถอยมาตรฐานและค่า R^2 พบว่า ค่า $R^2_{OC} = 0.937$ แสดงว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถอธิบายความผันแปรของวัฒนธรรมองค์กรได้คิด เป็นร้อยละ 93.7 ค่า $R^2_{WM} = 0.807$ แสดงว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถอธิบาย ความผันแปรของแรงจูงใจในการทำงานได้คิดเป็นร้อยละ 80.7 และค่า $R^2_{IB} = 0.980$ แสดงว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และแรงจูงใจในการทำงานสามารถอธิบาย ความผันแปรของพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้คิดเป็นร้อยละ 98.0

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 มีค่า β เท่ากับ 0.968 ค่า C.R. เท่ากับ 13.390 และ p เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร หากผู้บริหารองค์กรมีระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสูงจะส่งผลให้พนักงานเกิด วัฒนธรรมองค์กรเพิ่มขึ้น จึงเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย (H1)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ ที่ระดับ 0.001 มีค่า β เท่ากับ 1.000 ค่า C.R. เท่ากับ 0.000 และ p เท่ากับ 0.000 แสดงว่า ภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสูง จะส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์กรสูงขึ้น จึงเป็นไปตาม สมมติฐานของการ วิจัย (H2)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 มีค่า β เท่ากับ 0.898 ค่า C.R. เท่ากับ 8.320 และ p เท่ากับ 0.000 แสดงว่า หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสูงจะส่งผลให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น จึงเป็นไปตามสมมติฐานของการ วิจัย (H3)

วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า β เท่ากับ 0.031 ค่า C.R. เท่ากับ 0.045 และ p เท่ากับ 0.763 จึงไม่เป็นไปตาม สมมติฐานของการวิจัย (H4)

แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่า β เท่ากับ 0.953 ค่า C.R. เท่ากับ 9.662 และ p เท่ากับ 0.000 แสดงว่า หากพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานสูงจะส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมภายในองค์กรมากขึ้น จึงเป็นไปตาม สมมติฐานของการวิจัย (H5)

อภิปรายผลการวิจัย

ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาจาก ผู้บริหารแสดงความมุ่งมั่นในการสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานเห็นคุณค่าของงานที่ทำ สามารถชักจูงให้พนักงานตั้งเป้าหมายร่วมกันส่งผลให้องค์กรเกิดการ พัฒนา สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานเห็นถึงการแก้ปัญหาข้อโต้แย้งในงานอย่างเสมอภาค และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาจาก ผู้บริหารสนับสนุนสมาชิกภายในทีมให้เกิดการพัฒนาจุดเด่น และแก้ไขจุดด้อยของตนเอง ส่งเสริมสนับสนุนมอบหมายงานที่เหมาะสมแต่ละบุคคล ตามความรู้ความสามารถของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัย (วรชัย สิงห์ฤกษ์ และ ประสพ ชัยพสุนนท์, 2562) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของเจ้าหน้าที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมของเจ้าหน้าที่

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อวัฒนธรรมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงให้เห็นว่า หากผู้บริหารบริษัทเครื่องดื่มมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้พนักงานเกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัย (สุขสันต์ เปลี่ยนเจริญ และ มะดา โอะสุหลง, 2565) สรุปว่า ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงช่วยกระตุ้นให้พนักงานทำงานสูงกว่าความคาดหวังของพนักงาน ทำงานสำเร็จได้ด้วยตนเองจากการได้รับคำปรึกษาหรือชี้แนะจากผู้นำ จนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรการทำงานร่วมกันเป็นทีมเสมือนครอบครัวที่สามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในงานก่อสร้าง การแก้ไขงานลดลง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพิ่มจำนวนงานที่ส่งมอบ ลดค่าใช้จ่ายและทรัพยากรการทำงานทำให้บริษัทมีรายได้ผลกำไรมากขึ้น

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงให้เห็นว่า หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรม การสร้างสรรค่นวัตกรรมภายในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ก้องภพ ชันติพงศ์พันธุ์, 2561) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นการใช้ปัญญาและ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกคนมีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมและทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน

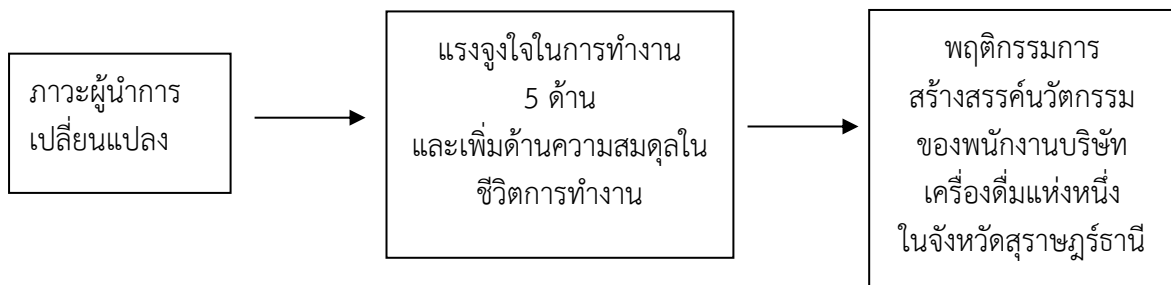
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจในการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงให้เห็นว่า หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานภายในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ฐิติรัตน์ มีมาก และ คณะ, 2566) พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ

ผู้บริหารในด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกระตุ้นเร้าให้เกิดแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงให้เห็นว่า หากพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานจะส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุภาพร เฟ่งพิศ, 2254) พบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ของพนักงานกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ผลงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยสามารถอธิบายได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโดยเพิ่มเติมด้านความสมดุลในชีวิตการทำงาน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

สรุป

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและอิทธิพลทางตรงที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานบริษัทเครื่องดื่ม พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่าทั้งหมดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงด้วยค่าเฉลี่ย 4.49, 4.52, 4.41 และ 4.49 วัฒนธรรมองค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์ของพนักงานบริษัทเครื่องดื่ม เนื่องจากผู้บริหารมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้กำหนดนโยบาย และวิสัยทัศน์องค์กร เพื่อให้พนักงานในองค์กรยึดถือแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญส่งผลให้พนักงานเกิดพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานที่ดี รวมถึงทำให้องค์กรเกิดการพัฒนานวัตกรรมการผลิตสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กร แรงจูงใจในการทำงาน และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม อยู่ในระดับสูง ซึ่งพบว่า ระดับ แรงจูงใจในการทำงาน ด้านปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายเหมาะสม ไม่มากเกินไป และไม่กระทบกับการใช้ชีวิตส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญเรื่อง ปริมาณงาน และภาระงานให้เหมาะสมแก่พนักงาน เพื่อเพิ่มระดับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานมากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานใส่ใจกับชีวิตในด้านอื่น ๆ และไม่รู้สึกรำคาญว่า ชีวิตด้านอื่นมีความสำคัญน้อยกว่าเรื่องงาน นอกจากนี้หัวหน้างานควรกล่าวชื่นชมในความสำเร็จของลูกน้อง การให้รางวัลเล็กน้อย เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานรู้สึกภูมิใจในตัวเอง เกิดแรงกระตุ้นในการเรียนรู้ เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ผู้บริหารควรจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน เช่น กิจกรรมนันทนาการต่างๆ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง หรือส่งเสริมกิจกรรมการแบ่งปันและการถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงาน เพื่อให้รู้สึกผ่อนคลายจากการทำงาน เกิดบรรยากาศการทำงานที่ดี ความเป็นมิตรต่อกัน มีความสามัคคี ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในองค์กร ส่งผลให้พนักงานมีความคิดที่สร้างสรรค์มากขึ้น และนำเสนอผลงานที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในอนาคตควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มเติม เช่น รูปแบบภาวะผู้นำแบบอื่นๆ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน และ Work life balance เป็นต้น

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ อาจได้ข้อมูลที่ไม่ครอบคลุม ควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์พนักงานเป็นรายบุคคล เพื่อศึกษาในเชิงลึกว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่องานและองค์กรอย่างไร ต้องการให้องค์กรเป็นไปในทิศทางใด เพื่อผู้บริหารอาจได้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

ก้องภพ ชันติพงศ์พันธุ์. (2561). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และองค์การแห่งความยั่งยืนต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์ นวัตกรรม: กรณีศึกษาพนักงานของบริษัทในกลุ่มสมบูรณ. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์*, 1(3), 45-57.

ฐิติรัตน์ มีมาก, ธนันทน์ ทองเลิศ และ อภิวัฒน์ พลสยม. (2566). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทผลิตแผงวงจรไฟฟ้าแห่งหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(2), 74-88.

สิริฤกษ์ ทรงศิริวิไล. (2561). โครงสร้างและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรมของประเทศ. *รัฐสารภิรักษ์*, 60(3), 8-21.

- วรชัย สิงห์ฤกษ์ และ ประสพ ชัยพสุนนท์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของ
เจ้าหน้าที่สหกรณ์การเกษตรในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*
, 9(2), 77-90.
- สุภาพร เฟ่งพิศ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานกลุ่มโรงงาน
อุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(3),
131-146.
- สุขสันต์ เปลี่ยนเจริญ และ มะดา โอะสุหลง. (2565). ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อ
แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานกรณีศึกษา บริษัทรับเหมาในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง. *วารสาร
เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 80-98.
- สถาบันอาหาร. (กันยายน 2562). *เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์ในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2567,
จาก <https://fic.nfi.or.th/market-intelligence-detail.php?smid=272>
- Techsauce Team. (29 มีนาคม 2565). *นวัตกรรมสร้างได้ผู้นำต้องเปลี่ยนคนต้องพร้อม*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม
2567, จาก [https://techsauce.co/saucy-thoughts/innovation-can-create-leaders-must-
change-people-must-be-ready](https://techsauce.co/saucy-thoughts/innovation-can-create-leaders-must-change-people-must-be-ready)
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2010). The Transformational Model of Leadership. *Leading
Organizations: Perspectives for a New Era*, 2(1), 76-86.
- Best, J. W. (1993). *Research in Education*. (7 Ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and The Internal Structure of Tests. *Psychometrika*,
16(3), 297-334.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.).
New York: Pearson.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward A Multi-Dimensional Measure of Individual
Innovative Behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296.
- Maslow, A. H. (1954). The Instinctoid Nature of Basic Needs. *Journal of Personality*, 22, 326-347.
- Robbins, J. (2004). The Globalization of Pentecostal and Charismatic Christianity. *Annual Review
of Anthropology*, 33, 117-143.