

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

วันที่รับบทความ	06/11/2567
วันที่แก้ไขบทความ	11/02/2568
วันที่ตอบรับบทความ	07/03/2568

อาภรณ์ อินฟ้าแสง^{1,*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 2) ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนด้านทรัพยากร มากที่สุด 2) ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนความคิด มากที่สุด และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

^{1,*} หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
อีเมล: arinfa@rpu.ac.th

Creating Innovation Climate and Linking Innovative Work Behavior among Employees in the Electrical and Electronics Industry in Thailand

Arpornranee Infahsaeng^{1,*}

Received	06/11/2024
Revised	11/02/2025
Accepted	07/03/2025

Abstract

This research aimed to study 1) the level of innovation climate among employees in the electrical and electronics industry in Thailand, 2) the level of innovative work behavior among employees in the electrical and electronics industry in Thailand, and 3) the relationship between innovation climate and innovative work behavior among employees in the electrical and electronics industry in Thailand. The sample consisted of 385 employees working in the research and development department. A questionnaire was used as the research instrument. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient. The findings revealed that 1) the overall level of innovation climate among employees in the electrical and electronics industry in Thailand was high, with resource support being the most prominent factor. Similarly, 2) the overall level of innovative work behavior among employees in the electrical and electronics industry in Thailand was high, with idea support rated the highest. Furthermore, 3) there was a strong, statistically significant positive correlation between innovation climate and innovative work behavior at the 0.01 level.

Keywords: Innovation climate; Innovative work behavior; Electrical and electronics industry

^{1,*} Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Rajapruk University
e-mail: arinfa@rpu.ac.th

บทนำ

นวัตกรรมกลายเป็นประเด็นที่ทุกองค์กรให้ความสำคัญเมื่อธุรกิจมีการแข่งขันสูงขึ้น (Özarall, 2015, pp. 449-454) จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าคุณคณากรมีส่วนในการสร้างนวัตกรรมของทีมงานโดยรวม และพฤติกรรมที่สร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานนั้นเป็นแหล่งสำคัญของการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร (Fan et al., 2016, pp. 49-59) ทั้งนี้นวัตกรรมในองค์กรจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมของ พนักงานจากหลายภาคส่วน พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องการ เนื่องจากพนักงานจะมุ่งสร้างสรรค์ แนะนำ หรือประยุกต์ใช้แนวทางใหม่ ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบงาน หรือใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของตนเอง ทีมงาน และความสำเร็จขององค์กร (De Jong and Den Hartog, 2010, pp. 1-27) เมื่อพนักงานมีพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้นจะทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Nasiretal., 2019, pp. 636-643) และผลการปฏิบัติงานโดยรวมขององค์กรเพิ่มสูงขึ้นด้วย (Shanker, Bhanugopan, Van der Heijden, and Farrell, 2017, pp. 67-77) ด้วยความสำคัญของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม นักวิชาการจึงพยายามศึกษาตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานได้ โดยพบว่าบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ทำนายพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม และบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรในระดับที่แตกต่างกันจะนำไปสู่ขอบเขตของพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่แตกต่างกัน (Yu et al., 2013, pp. 143-156) จึงกล่าวได้ว่าบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรอาจส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานและนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานขององค์กรในที่สุด (Shanker, Bhanugopan, Van der Heijden, and Farrell, 2017, pp. 67-77) ดังนั้น ความตั้งใจในการสร้างบรรยากาศสนับสนุนนวัตกรรมภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้นำและการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งบรรยากาศในองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลงได้ (Isaksen and Ekvall, 2010, pp. 73-88)

ในบริบทของประเทศไทย การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ยังมีค่อนข้างน้อย ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยพิจารณาจากกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2564-2566 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มฟื้นตัว โดยความต้องการในประเทศคาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 2.0-3.0% จากปัจจัยหนุน ได้แก่ (1) ภาวะเศรษฐกิจและตลาดที่อยู่อาศัยที่จะทยอยฟื้นตัว (2) แนวโน้มอุณหภูมิจะปรับสูงขึ้นเนื่องจาก

ภาวะโลกร้อน หนุนความต้องการใช้เครื่องปรับอากาศ (3) การทำตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้ารุ่นใหม่ที่เน้นความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น (ระบบฟอกอากาศและกำจัดแบคทีเรีย/ไวรัส เพื่อบรรเทาปัญหาฝุ่น PM2.5 และป้องกันโรคระบาด) และ (4) ผู้ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ความสำคัญกับการจำหน่ายทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้า คาดว่าจะขยายตัว 3.0-4.0% จากปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (1) เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (2) ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนน่าจะเอื้อโอกาสให้ไทยสามารถส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าบางประเภท (อาทิ เครื่องปรับอากาศ และตู้เย็น) ไปยังตลาดสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้น (3) มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดเครื่องซักผ้าของสหรัฐฯ จะสิ้นสุดลงในปี.ศ. 2564 ส่งผลให้การส่งออกเครื่องซักผ้าไปยังสหรัฐฯ ฟื้นตัว และ (4) ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในตลาดอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องตามการขยายตัวของความเป็นเมือง และการเติบโตของกลุ่มชนชั้นกลาง (วิจัยกรุงศรี, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาพฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมของพนักงานนั้นว่าบรรยากาศในการส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กรมีส่วนเสริมให้เกิดนวัตกรรมของพนักงานหรือไม่ แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและเพิ่มอำนาจในการแข่งขัน พนักงานของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จึงถือเป็นแบบอย่างที่จะต้องพัฒนาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่องค์ความรู้ใหม่ รวมถึงองค์การสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอันเป็นผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กรต่อไป (Shanker, Bhanugopan, Van der Heijden, & Farrell, 2017, pp. 67-77)

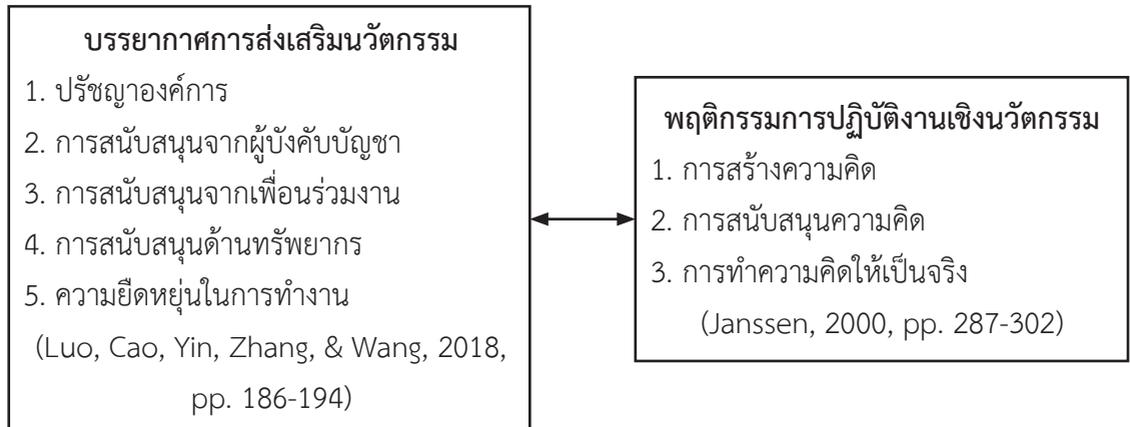
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนาธุรกิจที่ดำเนินงานในกลุ่มของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 207 แห่ง (ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมไทย ข้อมูล ณ 20 กรกฎาคม พ.ศ.2566) อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, pp. 607-610) จะได้กลุ่มตัวอย่างบริษัทที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งสิ้นจำนวน 136 แห่ง

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้สูตร Cochran (1953, p. 178) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 คน

การสุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการได้ตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2553, น.197-208) โดยส่งจดหมายขอเก็บข้อมูลกับบริษัทตามรายชื่อจากสมาคมอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม โดยผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 136 บริษัท และเพื่อป้องกันการได้รับข้อมูลไม่ครบผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นสัดส่วนที่เท่ากันในทุกบริษัท คือ พนักงานในฝ่ายวิจัยและพัฒนาบริษัทละ 4 ฉบับ รวมจำนวน ทั้งหมด 544 ฉบับ

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (ratingscale) โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนสำหรับข้อคำถามระดับความคิดเห็นโดยใช้มาตราวัดการประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

และกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของมาตราวัดประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ค่าเฉลี่ยแบบแบ่งช่วงอันตรภาคชั้น (Class Interval)

ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ประกอบไปด้วยความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (construct validity) ด้วยวิธีการหาค่า IOC และพบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 ถึง 1.00 มีค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 ซึ่งมากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556. น.140-147)

นำแบบสอบถามทดสอบกับ 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่สังเกตได้ จำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.883 ถึง 0.900 และค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามโดยรวมเท่ากับ 0.895 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Santos & Brito, 2012, pp. 95-117) จึงถือว่าข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรแฝงมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนโดยใช้วิธีแจกแบบสอบถาม โดยทำการเก็บข้อมูลเป็นเวลา 4 เดือน ตั้งแต่พฤศจิกายน พ.ศ.2566-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการอธิบายหรือบรรยายคุณสมบัติ หรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูล และตัวแปรที่ทำการศึกษาตามปัจจัยด้านคุณลักษณะของแต่ละกลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ของแบบสอบถามใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติอนุมาน (Inference Statistic) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.79 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

มากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 52.99 และตำแหน่งงานกลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่ มากที่สุด 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.22

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90, S.D. = 0.45$) โดยการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมากที่สุดคือ ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 4.06, S.D. = 0.58$)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93, S.D. = 0.47$) โดยพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมมากที่สุดคือ ด้านการสนับสนุนความคิด ($\bar{X} = 3.94, S.D. = 0.57$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวม

บรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรม		พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม	
		ภาพรวม	ระดับความสัมพันธ์
1. ปรัชญาองค์กร	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0.38** 0.00	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับต่ำ
2. การสนับสนุน จากผู้บังคับบัญชา	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0.60** 0.00	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับปานกลาง
3. การสนับสนุน จากเพื่อนร่วมงาน	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0.59** 0.00	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับปานกลาง
4. การสนับสนุน ด้านทรัพยากร	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0.58** 0.00	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับปานกลาง
5. ความยืดหยุ่น ในการทำงาน	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0.66** 0.00	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับปานกลาง
ภาพรวม	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0.75** 0.00	มีความสัมพันธ์กัน ในระดับสูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมกับการเชื่อมโยงพฤติกรรม การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยระดับการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนด้านทรัพยากร มากที่สุด เนื่องจากบริษัทได้มีนโยบายการบริหารจัดการส่งเสริมบรรยากาศในการสร้างนวัตกรรม โดยพนักงานสามารถใช้งานอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของพนักงานนำไปใช้ได้จริง พนักงานจะได้รับการสนับสนุนทรัพยากรใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ค้นคิดแนวทางการค้นหาวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ และพนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพ์ลภัส มาแก้ว (2564, บทคัดย่อ ค) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน ผลการศึกษาพบว่า ระดับของบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร ความหลงใหลในงานแบบกลมกลืนและพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานอยู่ในระดับสูง

2. จากผลการวิจัยระดับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการสนับสนุนความคิดมากที่สุด เนื่องจากพนักงานสามารถโน้มน้าวให้คนในบริษัทสนับสนุนแนวคิดเชิงนวัตกรรมของพนักงานได้ พนักงานได้รับการสนับสนุนให้เสนอแนวคิดให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ และพนักงานสามารถทำให้สมาชิกที่สำคัญในบริษัทเกิดความกระตือรือร้นต่อแนวคิดเชิงนวัตกรรมของพนักงานคนนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฐกานต์ จิตจำเริญพร และกัลยทิติ กิระธัญกูร (2561, น. 651-669) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การธุรกิจของ บริษัทโตโยต้า ไตฮัทสุ เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การโดยภาพรวมมีความสำคัญระดับสูงที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมการค้นหาโอกาส รองลงได้แก่ ด้านความมีนวัตกรรมของพนักงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน และด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงรุก ตามลำดับ

3. สมมติฐานการวิจัย

การสร้างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการส่งเสริมให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การที่ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานสนับสนุน

ให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม บริษัทมีการจัดการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริษัท อีกทั้งบริษัทยังเปิดโอกาสให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงาน สามารถออกแบบการทำงานด้วยตนเอง และบริษัทให้การสนับสนุนด้านทรัพยากรแก่พนักงาน เช่น พนักงานสามารถใช้อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อทำให้ความคิดใหม่ ๆ ของพนักงานนำไปใช้ได้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim, Wang, Schuh, and Liu (2021, p.378) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริม การสร้างนวัตกรรมในองค์กรกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานจากหลากหลายองค์การจำนวน 94 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงาน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยนี้เสนอแนะแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดนโยบายในการสร้างบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

1.1 บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยควรมีนโยบายที่ชัดเจนและประกาศให้พนักงานทุกคนรับทราบตรงกัน ในประเด็นเรื่องการสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีตและลงมือทำใหม่อีกครั้ง ควรมีการชื่นชมพนักงานที่มีนวัตกรรมและกล้าเปลี่ยนแปลง และให้รางวัลแก่พนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานต่อไป

1.2 บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยควรมีนโยบายในการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม ในประเด็นเรื่อง การเปิดโอกาสพนักงานสามารถเสนอแนะแนวคิดใหม่ ๆ หรือร่วมกันหาทางออกในการแก้ปัญหาต่อผู้บริหาร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานสามารถแสวงหาวิธีการ เทคนิค หรือเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงานเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบากในการทำงาน และสามารถหาทางออกใหม่ ๆ ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

1.3 บริษัทควรมีนโยบายที่ส่งเสริมเรื่องการยืดหยุ่นในการทำงานให้กับพนักงานในบริษัท ดังนี้

1) พนักงานในบริษัทสามารถออกแบบรูปแบบการทำงานให้สำเร็จคล่องตัวด้วยวิธีการของพนักงานเอง

2) บริษัทควรมีการมอบหมายงานที่มีความท้าทายให้กับพนักงาน

3) พนักงานมีอิสระในการทำงาน โดยสามารถปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์

4) บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ผ่านการทำงานได้อย่างเต็มที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ อาทิ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศส่งเสริมนวัตกรรมกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

บรรณานุกรม

- นัฐกานต์ ฐิติจำเรียวพร และกัลยกิตติ์ กิรติอังกูร. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การธุรกิจของ บริษัทโตโยต้า ไตฮัทสึ เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด. *Veridian E Journal Silapakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 11(2), น. 651-669.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). *สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักส์.
- พิมพ์ภัส มาแก้ว (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศการส่งเสริมนวัตกรรมในองค์การกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของความหลงใหลในงานแบบกลมกลืน. *วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาระบบสุขภาพการแพทย์และองค์การ คณะพัฒนาระบบสุขภาพการแพทย์บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- วิจัยกรุงศรี. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566 : อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์*. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/electronics/io/io-Electronics-21>.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*. 8(1), pp. 1-27.
- Fan, H. L., Chang, P. F., Albanese, D., Wu, J. J., Yu, M. J., & Chuang, H. J. (2016). Multilevel Influences of Transactive Memory Systems on Individual Innovative Behavior and Team Innovation. *Thinking Skills & Creativity*. 19(2559), pp. 49-59.
- Isaksen, S. G., & Ekvall, G. (2010). Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates. *Creativity and innovation management*. 19(2), pp. 73-88.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and organizational psychology*. 73(3), pp. 287-302.

- Kim, T.-Y., Wang, X., Schuh, S. C., & Liu, Z. (2021). **Organizational innovative climate and employee innovative behavior**. Paper presented at the Academy of Management Proceedings. pp. 378-386.
- Krejcie, R.V., & D.W. Morgan. (1970). "Determining Sample Size for Research Activities". **Educational and Psychological Measurement**. 30(3), pp. 607 – 610.
- Luo, Y., Cao, Z., Yin, L., Zhang, H., & Wang, Z. (2018). Relationship between extraversion and employees' innovative behavior and moderating effect of organizational innovative climate. **Neuro Quantology**. 16(6), pp. 186-194.
- Nasir, N., Halimatussakdiah, H., Suryani, I., Zuhra, S. E., Armia, S., & Mahdani, M. (2019). **How Intrinsic Motivation and Innovative Work Behavior Affect Job Performance**. Paper presented at the 1st Aceh Global Conference (AGC 2018). pp. 606-612.
- Özarall, N. (2015). Linking Empowering Leader to Creativity: The Moderating Role of Psychological (Felt) Empowerment, (Online), **International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management**. Procedia - Social and Behavioral Sciences, htm. pp. 447-454.
- Santos, J.B., & Brito, L. A. L. (2012). Toward a Subjective Measurement Model for Firm Performance. **Brazilian Administrative Review**. 9(6), pp. 95-117
- Shanker, R., Bhanugopan, R., Van der Heijden, B. I., & Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. **Journal of vocational behavior**. 100 (3), pp. 67-77.
- Yu, C., Yu, T. F., & Yu, C. C. (2013). Knowledge Sharing, Organizational Climate, and Innovative Behavior: A Cross-Level Analysis of Effects. **Social Behavior & Personality An International Journal**. 41 (14), pp. 143-156.